

CLASSE EXPORT Wallonie

LE MAGAZINE FRANCOPHONE DU COMMERCE INTERNATIONAL

objectif Inde 2017



Marché
 **Le Danemark**
à la croisée des chemins

E-santé + Fintech
**Dix start-up
d'avenir**



MONDIALISATION
une chance pour
les Pme

HAROPA

PREMIER
SYSTÈME
PORTUAIRE
FRANÇAIS

CLASSE
EXPORT

p.4



Actualités

p.6



Portrait
*André Petitjean,
président de GreenWin*

p.15



Service Awex
*Retour sur la visite
d'État au Japon*

p.16



Dossier infrastructures
*La complémentarité réussie
des aéroports wallons*

p.19



Mondialisation
*Obligatoire, innovante
et collaborative*

p.36



Bulgarie
*L'opportunité du tourisme,
mais pas seulement !*

p.38



10 start up et spin-off
dans l'e-santé et les fintech

p.44



Danemark
Très proche et très vert

p.46



Service Awex
*Les incubateurs
en Amérique du Nord*

p.48



COP 22
*Et si notre avenir passait
par l'utilisation du CO2 ?*

p.50

Agenda
de l'international 2016

**LE HAVRE
ROUEN
PARIS**

UNIS POUR UN MEILLEUR SERVICE

1^{er} Port du range nord-européen touché à l'import et dernier à l'export
600 ports connectés dans le monde
Connexions multimodales de premier plan
Procédures de dédouanement simplifiées
57 terminaux maritimes et fluviaux accessibles 24h/7j

HAROPA
Ports de Paris Seine Normandie



p.8

**objectif
Inde
2017**

**un marché
immense
et très
attractif !**

L'Afrique du Sud et la Wallonie s'associent pour lancer une solution cloud

Dimension Data, une société japonaise dont le siège décisionnel est en Afrique du Sud, et Win, du groupe Nethys, collaborent dans un cloud. Au départ de ce partenariat, un contact initié en février 2015 en Afrique du Sud. Win cloud one, nom de cette nouvelle solution de cloud computing pour le secteur professionnel, va être développée dans les installations de Wallonia Data Center à Villers-le-Bouillet. Le service est basé sur une solution globale de Dimension Data permettant à ses partenaires de développer rapidement une offre de services dans le cloud. L'investissement de Dimension Data en Wallonie est de 7 millions d'euros. L'offre commerciale a été lancée en septembre. La filiale belge du groupe emploie déjà 700 personnes et a dégagé un bénéfice de 250 millions d'euros en 2015. Son plan de développement prévoit d'engager 92 personnes en 2016 et 84 en 2017. Avec cette nouvelle solution, Win renforce sa stratégie cloud entamée en 2013 avec le rachat de Wallonia Data Center.



© Dimension Data

Greisch inaugure un troisième pont sur le Bosphore

Plus de 2,4 kms de long, 59 mètres de large, 8 bandes de circulation pour les voitures, deux voies pour les trains...

Le bureau d'études liégeois Greisch, qui a participé à la conception, a inauguré un troisième pont suspendu, le pont Yavuz Sultan Selim, sur le Bosphore, pour relier l'Europe à l'Asie. Il s'agit de l'aboutissement de quatre années de travail pour un chantier qui a mobilisé des entreprises du monde entier. Pour cet ouvrage exceptionnel, Greisch a été sollicité par des entreprises française et suisse travaillant sur les phases d'avant-projet et de projet. Plusieurs missions lui ont été confiées dont le calcul de nombreux éléments de ce chantier (étude de dimensionnement du tablier métallique, du comportement dynamique de l'ensemble de la structure sous les effets du vent, qui pourrait aller jusqu'à 240 km/h, sous l'effet dynamique induit par les trains, et également sous l'effet d'un séisme). Le but était de stabiliser les segments du pont lors du levage pour ne pas qu'ils pivotent sous l'effet des vents, une technique testée à l'Université de Liège. Un travail évalué entre 65 000 et 70 000 heures. Ce pont suspendu, dont la travée principale est de 1 400 m et la longueur totale de 2 408 m, est situé au nord d'Istanbul, à proximité de la mer Noire. Il permet de désengorger le centre-ville et donne de nouvelles perspectives pour l'expansion d'Istanbul.



© ICA

Le chocolatier Benoît Nihant ouvre une boutique à Dubaï

Le 1er octobre, le chocolatier et cacaofévier Benoît Nihant a inauguré son premier point de vente au Moyen-Orient. Cette nouvelle enseigne a établi ses quartiers au cœur du City Walk, un complexe entièrement dédié au monde du luxe et du raffinement à Dubaï. Cette inauguration s'inscrit dans la volonté de développement à l'international de la Maison Nihant. Toutes les créations chocolatées de la marque sont produites au sein des ateliers d'Awans, en région liégeoise, avant d'être expédiées vers l'une des cinq boutiques belges ou à l'étranger (Japon, Dubaï).



© benoithniant.be



© Belga

Sonaca et FMAS France s'unissent dans l'impression 3D de pièces en titane

La société aéronautique belge Sonaca, basée à Gosselies, et Fives-Michelin Additive Solutions (FMAS) France, une joint-venture entre Fives SA et le groupe Michelin, ont signé un partenariat dans le domaine de l'impression 3D d'éléments en titane pour le secteur aérospatial. Les deux entreprises s'associent pour développer, fabriquer et commercialiser des pièces en titane en impression 3D, une technique en plein boom en aéronautique et dans le spatial.

« La collaboration permettra aux clients de bénéficier immédiatement de l'expertise propre aux deux sociétés dans le secteur aérospatial et dans le domaine de l'usinage et de l'additive manufacturing (AM) », ont-elles annoncé de concert dans un communiqué conjoint publié lors du salon aéronautique de Farnborough. Grâce à cette nouvelle collaboration, ces sociétés aspirent à développer rapidement une position de leader en additive manufacturing sur le marché aérospatial.

EcoPhos investit 10 millions d'euros dans un centre d'excellence en Bulgarie

Avec l'ouverture de son centre d'excellence et de technologie, TechnoPhos, à Varna, en Bulgarie, le groupe belge EcoPhos renforce son rôle de pionnier dans le domaine des phosphates. Société belge créée en 1996 par Mohamed Takhim et basée à Louvain-la-Neuve, EcoPhos développe et commercialise des technologies permettant de réduire de 30 % les dépenses de production et d'énergie. De plus, ses procédés permettent de valoriser les déchets urbains, ainsi que les roches de plus faibles qualité jusqu'alors très peu exploitées. EcoPhos compte aujourd'hui dix brevets internationaux, grâce à un investissement de plus de 45 millions d'euros depuis sa création. Le nouveau centre d'excellence se donne pour mission de résoudre le problème mondial de raréfaction du phosphate (matière première indispensable au développement des organismes vivants, des hommes, des animaux et des plantes) dont les ressources mondiales s'amenuisent. Il s'ajoute aux trois sites de production en Europe, aux Pays-Bas, en France et en Bulgarie, ainsi qu'au bureau d'études de Lummen et au quartier général à Louvain-la-Neuve. Le groupe emploie 270 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 138 millions d'euros, avec une croissance + 50 % par an depuis 2009.



© ecofos-ccacatopade.fr

Waffle Factory vend des gaufres liégeoises à Dubaï

Fondée en 1987 par Stéphane Desobry, la société Belgaufre réalise 75 % de son chiffre d'affaires à l'export. Si la pâte surgelée représente 30 % de la production, les deux autres tiers sont occupés par le mix. Ce produit inédit a débouché sur le concept Waffle Factory. Deux années de recherche ont abouti à l'obtention d'une pâte déshydratée pour gaufres liégeoises, un produit moins gras que l'original, frais, préparé par les artisans devant les clients. Des gaufres salées et sucrées, et d'autres déclinaisons, sont confectionnées à partir d'un mix maison déshydraté. Chaque matin, les artisans préparent la pâte et les ingrédients afin d'être prêts à répondre à la demande du client aussi rapidement qu'un fast food.

Ce concept, développé au travers d'un réseau de franchises, est présent en Belgique, en France (20 points de vente), au Brésil, en Afrique du Sud, au Japon, en Australie, au Royaume-Uni, aux Etats-Unis, et en Arabie Saoudite. La société compte à présent se développer aux Emirats Arabes Unis, à Dubaï, dans le Burjuman mall, et au Qatar, sur le site The Pearl (archipel d'îles artificielles près de Doha). Les produits sont faits sur place. Certaines recettes ont été adaptées pour satisfaire cette nouvelle clientèle comme l'explique Guillaume Desobry, directeur du développement de Waffle Factory. « Nous partons de la gaufre belge classique, de Liège et de Bruxelles, à laquelle nous avons ajouté une version salée pour compléter notre offre. Cette spécificité rend notre concept unique. C'est ce qui donne le potentiel à l'exportation. »



© wafflefactory.com

Dogstudio digitalise le Kennedy Center for Performing Arts

Fondée en 2006 par Gilles Bazelaire, son frère Mathieu et un autre associé, la petite agence de création digitale Dogstudio n'en finit pas de s'imposer à l'étranger. Elle vient de signer un contrat avec le Kennedy Center for Performing Arts. Cette institution a fait confiance à la société namuroise pour la création d'un site web d'expérience dans le cadre du centenaire de John F. Kennedy.

L'an dernier, Dogstudio avait déjà signé un contrat avec la maison-mère de Microsoft à Seattle. Les créatifs namurois collaborent comme consultants à Instaply, une start-up florissante de San Francisco. Mis en concurrence avec les plus grandes agences belges et françaises, ils ont remporté l'appel d'offres pour créer la nouvelle identité visuelle de Franco Dragone et de ses différents spectacles. L'agence travaille aussi avec plusieurs sociétés de jeu vidéo, dont Norddeus, l'un des leaders mondiaux du jeu vidéo, à qui l'on doit Top Eleven et ses 12 millions de joueurs... Elle a également réalisé la communication digitale du pavillon belge de l'Exposition universelle de Milan 2015. Autre succès : le prestigieux Musée des sciences et de l'industrie de Chicago. Dogstudio a revitalisé la stratégie digitale du MIS.

ZenTech a signé un important contrat en RDC

La société liégeoise ZenTech a signé, à Kinshasa, en République Démocratique du Congo (RDC) un important protocole d'accord avec le Gouvernement congolais pour le dépistage systématique des nouveau-nés à l'échelle nationale.

Fondée en 2001, ZenTech est une société biotechnologique spécialisée dans le développement de diagnostics de dépistage des maladies génétiques détectables dès les premiers stades de la vie. Elle emploie 30 personnes sur son site liégeois et réalise 95 % de son chiffre d'affaires à l'exportation. Avec la signature de ce protocole d'accord, c'est tout le marché subsaharien qui s'ouvre maintenant à l'entreprise. L'expertise de la société liégeoise en néonatalogie et la flexibilité des solutions proposées ont convaincu les autorités et responsables publics congolais.

Outre la fourniture d'équipements de laboratoire nécessaires, un important volet de formation est inclus dans l'accord-cadre signé avec le ministre de la Santé. « Nous étions déjà présents dans une trentaine de pays, via des accords de distribution. Ce sont, à présent, des partenariats de type privé-public que nous privilégions. Ils nous permettent d'établir des collaborations et durables et de participer concrètement à la mise en place d'une politique néonatale à l'échelle d'un pays. Ce protocole d'accord en est la parfaite illustration » commente Alain Bosseloir, Ceo de ZenTech.



© http://www.zentech.be



André Petitjean,
directeur industriel du groupe Prayon,
président de GreenWin

Ingénieur civil mécanicien de l'UCL et ingénieur automaticien et chimiste de l'ULB, André Petitjean effectue son service militaire en tant que candidat officier de réserve pour la force aérienne belge. « Dans une base située en Flandre, j'ai appris le néerlandais, commence-t-il. De plus, en tant qu'officier, j'ai été confronté à diriger une petite équipe. Cela m'a mis dans le bain et permis d'acquérir des capacités de leadership. Donner du sens au travail d'une équipe me bottait déjà. » Il entame sa carrière en 1985 dans le berceau de Solvay à Couillet, comme ingénieur de fabrication pour le carbonate de soude. « J'étais chargé de réduire les effluents aqueux de l'usine. Les sociétés chimiques se préoccupaient déjà de l'impact sur l'environnement. Le prix de l'énergie était alors très élevé et, chez Solvay, l'idée de récupérer le charbon encore contenu dans les terrils est sortie. Un beau projet de l'ordre du milliard de francs belges. Mais, à ce moment, le coût énergétique s'est écrasé et ce projet précurseur est devenu caduque. D'un point de vue technique, je m'étais amusé comme un petit fou ! »

« Je dis aux dirigeants politiques : "Vous avez choisi que les dirigeants des pôles soient des industriels. A nous d'être des gens respectables en qui vous pouvez avoir confiance". »

Ensemble, on est plus forts

Près de 30 ans chez Solvay, aujourd'hui chez Prayon, André Petitjean apporte son expertise et son expérience à la présidence de GreenWin, le pôle de compétitivité des technologies environnementales innovantes. Il amène aussi ses idées novatrices et son franc-parler.

Un an plus tard, il rejoint le site de Jemeppe-sur-Sambre en tant qu'ingénieur de fabrication de l'unité de chlorure de vinyle, le monomère utilisé pour la fabrication du PVC. « Gros procédé, grosse usine, gros investissements, gros risques avec le chlore, l'éthylène, le vinyle. Cela m'a permis de comprendre que, dans l'industrie, un paquet de facettes sont à contrôler pour que tout marche bien. Il faut additionner les piles de compétences, de prudence, d'innovation également, pour pouvoir exister. A l'époque, le climat social était assez dichotomique entre la direction et les ouvriers.

Rendre les gens autonomes

De la fin des années 70 au milieu des années 80, c'était très difficile d'un point de vue industriel. Pratiquement toutes les entreprises avaient réduit drastiquement les embauches. A plusieurs jeunes cadres, nous avons formé une bonne équipe pour passer au-delà des archaïsmes et des anciens clivages. » Puis, André Petitjean est plongé dans la gestion courante de l'usine. « J'avais beaucoup de plaisir à travailler avec des gens et essentiellement à donner du sens à ce qu'ils faisaient.

C'est là que j'ai appris l'importance de faire faire les choses au bon niveau, de rendre leur autonomie aux ouvriers, aux contremaîtres, à chaque cadre, plutôt que de centraliser les décisions à un niveau hiérarchique trop élevé. »

En 1992, à 29 ans, André Petitjean est promu chef de service sur le site de Solvay à Rheinberg en Allemagne, toujours pour le chlorure de vinyle. « J'ai eu le plaisir de travailler avec les Allemands qui sont hyper organisés, efficaces. Il faut du temps pour prendre une décision, mais une fois que c'est fait, on ne recule plus jamais. Quand chacun a donné son avis, le responsable prend une décision et tous s'y tiennent. »

Challenges culturels en Russie

Quatre ans plus tard, il revient à Bruxelles en qualité de responsable des unités de chlorure de vinyle Solvay dans le monde. « Il y en avait en Belgique, en France, en Allemagne, en Espagne, en Thaïlande, en Argentine et au Brésil. Une toute autre expérience. J'étais le responsable d'une équipe en réseau, délocalisée et avec, à chaque fois, un responsable opérationnel. Je prenais jusqu'à cent fois l'avion par an. Discuter avec les gens permet de pénétrer la culture et le milieu local dans des endroits insolites. Une grande richesse. » En 1999, il rejoint, comme manufacturing manager, Solvin, une joint-venture Solvay/

Basf, sur les sites de Bruxelles et de Hanovre. « Mon rôle consistait à faire en sorte que les équipes se parlent. Non seulement les cultures étaient différentes, mais les cultures d'entreprises l'étaient aussi. » Autre expérience, l'opportunité de racheter des usines à Shell. « J'ai été chargé de mettre sur pied une société commune avec Atochem et de l'opérer avec nos partenaires. » Dès 2004, André Petitjean devient directeur R&D et manufacturing pour l'ensemble des activités liées au PVC. « A cette époque, on a étudié de nouvelles sources de matières premières. » En 2010, il est nommé directeur Engineering & Construction pour le groupe Solvay, soit environ 80 usines dans une quarantaine de pays. Sur tous les fronts, André Petitjean est, en outre, chargé d'un gigantesque projet d'investissement dans une nouvelle usine de PVC en Russie. « J'ai créé le projet, puis j'ai été chargé de construire l'usine. Là, mon plus grand challenge a été culturel. En Russie, la culture est vraiment différente de la nôtre. Les choses restent longtemps bloquées. Et, un jour, on ne sait pas trop pourquoi, les choses s'arrangent. »

Faire monter les gens à bord

Toujours prêt à relever de nouveaux défis, en 2014, après avoir passé 29 ans chez Solvay, André Petitjean quitte le groupe. « Au cours de mon parcours chez Solvay, j'ai découvert plusieurs pans de la vie industrielle. Un par un et de façon très profonde. A force de grandir en expérience, je me suis rendu compte

qu'il existait des connexions entre différents métiers. Gérer ces projets de toutes tailles me donnait une envergure géographique remarquable, mais ce n'était jamais que des projets. » Il désire affronter un nouveau défi. « J'avais envie de toucher à l'ensemble des métiers d'une entreprise. » Il rejoint le groupe Prayon pour assumer la fonction de directeur industriel, tout en gérant quatre sites de production, à Engis, Puurs, Lyon et Augusta en Géorgie aux Etats-Unis, auxquels s'ajoutent des joint-ventures. « La possibilité m'était offerte de vivre au cœur d'une entreprise, de toucher à l'ensemble des différents métiers, et plus dans un seul département. Mon premier challenge a été de renforcer la sécurité. Compter zéro blessé est devenu notre objectif. » Autre challenge, la protection de l'environnement. Il faut veiller aux effluents aqueux, gazeux. Troisième challenge, utiliser les actifs de la meilleure façon possible, faire tourner les usines comme des horloges. Les premiers mois, j'ai passé beaucoup de temps à convaincre mes collègues de la direction. Prendre le temps de faire monter les gens à bord, c'est ma caractéristique. Je sens quand le fruit est mûr pour le cueillir au bon moment. Pour faire des économies dans l'ensemble des usines, j'avais un plan de plusieurs dizaines de millions d'euros pour lequel on est en avance. Les gens jouent le jeu et, s'ils adhèrent, ils feront mieux le boulot. Cette société a une âme. Les gens s'appellent les Prayonnais et les Prayonnaises. C'est chouette. Une famille où chacun prend ses responsabilités a un impact sur le résultat final de la société. »



©Prayon

En le sollicitant pour assumer la présidence de GreenWin, le pôle des technologies environnementales s'assure de bénéficier des connaissances et de l'expérience des plus de trente ans de carrière d'André Petitjean. « Beaucoup d'entreprises n'ont pas la taille critique pour pouvoir receler en interne des compétences critiques elles aussi. La qualité des décisions s'en ressent. Je suis à leur disposition pour les aider, leur ouvrir mon carnet d'adresses.

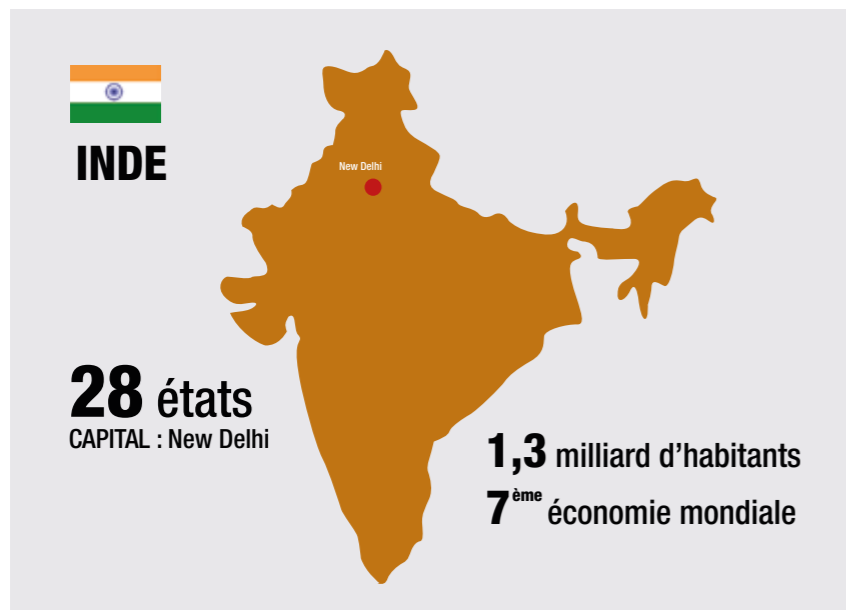
Procéder étape par étape

Souvent, les chefs d'entreprise se plaignent des énormes dossiers à rentrer pour pouvoir recevoir un support afin de développer un projet de recherche ou de nouvelles installations. Je me rappelle de mon expérience dans la gestion de projets. On réalisait une approche 'étape par étape'. Pour les projets pour lesquels un entrepreneur compte demander l'aide de la Région wallonne ou de l'Europe, pourquoi ne pas faire une approche similaire ? Si le projet n'a pas de chance d'aboutir, on arrête les frais. Sans plus passer son temps à remplir une multitude de questionnaires. La première étape serait une discussion d'une demi-journée. On examine si le projet a des chances de passer, ou pas. Ainsi, les PME n'engagent des moyens humains que si elles ont de grandes chances d'arriver au succès. Avec nos dirigeants politiques, j'ai aussi l'ambition de simplifier les procédures. Je leur dis : 'Vous avez choisi que les dirigeants des pôles soient des industriels. A nous d'être des gens respectables en qui vous pouvez avoir confiance. Tentons d'alléger les procédures et mettons nos responsabilités dans le choix de projets pertinents'.

Un autre aspect dont GreenWin a besoin est de diminuer le morcellement. En tant que chimiste, je souhaite être un catalyseur à la recherche de molécules prêtes à créer ensemble. Je prends contact avec mes collègues des autres pôles afin de mutualiser nos expériences, de créer des ponts entre les membres, les différents pôles et les acteurs industriels wallons. Ensemble, on est plus fort. Et le jour où on mettra sur pied une seule équipe de support pour les cinq pôles, ce sera encore mieux. »

Jacqueline Remits

objectif Inde 2017



Avec une population de 1,3 milliard d'habitants et une croissance prévue par le FMI de 7,6 % pour 2016-2017, l'Inde est la 7^e économie mondiale. Ce pays attractif incite les entrepreneurs wallons à y développer des affaires. L'Awex l'a bien compris. L'Inde sera son marché-cible en 2017. Pour le lancement, un séminaire se tiendra mi-janvier prochain. Une visite d'Etat serait prévue en Inde en décembre 2017.

Dire que le pays de Brahma, Shiva et Vishnou est multiple est peu dire. D'ailleurs, ne parle-t-on pas du sous-continent indien pour résumer cet agrégat de 29 états et 7 territoires avec, chacun, un gouvernement, un financement de projets, une façon de se développer propres ? Avec 1,3 milliard d'habitants, l'Inde est le deuxième pays le plus peuplé au monde et devrait être le premier en 2028. Les cultures y sont diverses avec des traditions, des religions et des langues différentes. Chaque région a une structure sociale propre. Voilà qui ne simplifie pas les affaires. Pourtant, les entrepreneurs se bousculent au portillon indien. Il faut dire que les potentialités sont immenses.

Au début des années 1990, l'Inde a amorcé un vaste chantier de réformes économiques avec la libéralisation et l'ouverture de son économie. Depuis, elle s'inscrit dans une trajectoire de croissance parmi les plus élevées au monde. Sur la période de 2004-2010, elle a connu 8,5 % de croissance. Même si elle a vécu un ralentissement ces dernières années, la croissance remonte, les perspectives sont positives.

Les atouts sont nombreux : une population jeune et bien formée, une classe moyenne (environ 10 % de la population) en constante augmentation, un taux d'épargne élevé, un marché intérieur important. Les coûts de production y sont peu élevés. En outre, l'Inde représente un marché local gigantesque et une porte d'entrée vers le continent asiatique dans son ensemble. Cet environnement propice aux affaires devrait profiter aux entreprises wallonnes. L'Inde est le 30^e client pour les exportations wallonnes et le 7^e client pour la Belgique. De nombreuses sociétés belges sont déjà établies en Inde, principalement dans les régions de New Delhi, Mumbai, Pune et Chennai. De grands groupes, mais aussi de plus en plus de PME se lancent sur le marché indien, souvent via des joint-ventures. « L'Inde est moins sensible aux fluctuations mondiales que la Chine, étant fort orientée vers sa consommation domestique, souligne Isabelle Pollet, chef de service Asie-Pacifique de l'Awex. Elle subit donc moins les chocs de l'économie mondiale que la Chine, plus exposée. »

Le pays offre de nombreuses perspectives aux entrepreneurs et investisseurs. C'est pourquoi l'Awex a prévu un programme d'actions concernant l'Inde. Elle en fait son marché-cible en 2017. Chaque année, l'Awex organise un séminaire sur l'Inde avec des thématiques générales (taille et importance du marché, comment l'aborder, secteurs, etc.) et spécifiques (smart cities, corridors industriels, grands projets d'infrastructures, etc.). En janvier 2017, ce séminaire, destiné aux entreprises déjà exportatrices ou intéressées, sera organisé en Wallonie. « Il s'agira de présenter les grandes tendances du marché et de sensibiliser les entreprises aux secteurs porteurs identifiés, à préparer leur stratégie d'approche du marché indien. Bien entendu, les actions prévues en 2017 seront mises en avant, également dans l'optique d'une préparation à long terme. »

Marché-cible 2017

Par ailleurs, lors de plusieurs salons internationaux, des rendez-vous B2B seront organisés entre entreprises wallonnes et exposants indiens. Ces programmes seront préparés par les conseillers économiques et commerciaux basés en Inde. « Cette approche permettra aux entreprises wallonnes d'être en contact direct avec des sociétés indiennes pour un investissement temps et financier nettement moindre qu'un déplacement sur un salon en Inde. » Ces salons seront les suivants : en janvier, Arab Health à Dubaï pour le secteur biomédical/pharma ; en février, Gulfood à Dubaï pour l'agroalimentaire ; en mars, Cabsat à Dubaï pour les TIC, l'audiovisuel et le multimédia ; en novembre, Cosmoprof à Hong Kong pour les cosmétiques ; en novembre, Medica à Düsseldorf pour le médical. A l'occasion des salons Arab Health et Cabsat, un séminaire invest sera organisé pour présenter la Wallonie aux investisseurs indiens potentiels.

L'Union Wallonne des Entreprises (UWE) a également sensibilisé ses membres à l'importance du marché indien. « Quelques missions ont déjà été réalisées, avec succès, pour les grappes sidérurgiques et ciment en étroite collaboration avec nos conseillers économiques en Inde. » En 2017, l'UWE prévoit d'organiser une mission pour la grappe ferroviaire. « L'Inde a des besoins gigantesques en infrastructures. »

Depuis 2011, WalloniaTech India, un programme mené à l'initiative de l'Awex, vise à identifier plusieurs sociétés indiennes

innovantes. « Nous en sélectionnons cinq ou six, et nous les invitons à participer à des séminaires et rencontres B2B organisés par nos soins pendant plusieurs jours en Belgique, précise Isabelle Pollet. C'est l'occasion, pour ces firmes, de s'informer et d'entrer en contact avec des investisseurs privés, des fournisseurs, des partenaires potentiels, voire des clients. » Depuis sa création, 26 sociétés indiennes y ont déjà participé et 6 d'entre elles ont signé des accords avec des sociétés belges.

Près de la moitié de la population indienne dépend de l'agriculture pour son emploi. Même si les taux de rendement sont encore faibles, ce secteur est en augmentation de 3,4% depuis dix ans. Il fournit la matière première à de nombreuses industries. L'Inde est aujourd'hui la quatrième puissance agricole mondiale avec des positions dominantes dans la production de lait, de bovins et de moutons et les produits de la pêche. Le pays est à la veille d'une nouvelle révolution verte avec



©Classe Export

D'abondantes ressources naturelles

Les atouts de l'Inde sont nombreux. Le pays est particulièrement bien pourvu en ressources naturelles. En plus de ses 56 % de terres arables, il possède d'importants gisements de charbon (4^e réserve mondiale), de minerais de fer, de manganèse, mica, bauxite, titane, chromite (oxyde de chrome fer utilisé dans les matériaux réfractaires), gaz naturel, diamant, pétrole, calcaire et thorium (le plus important gisement mondial est situé le long des côtes du Kerala). Le pétrole est situé au large des côtes du Maharashtra, du Gujarat et en Assam, mais il ne subvient qu'à 40 % de la demande indienne. Des quantités de plus en plus importantes de gaz naturel sont régulièrement découvertes, notamment au large des côtes d'Andhra Pradesh. Cette région abrite également les mines d'uranium. L'or est tiré des Kolar Fields, les deuxièmes mines d'or les plus profondes au monde, dans la région du Karnataka.

de nouvelles technologies, la mécanisation de la production, de nouvelles formes de contrats commerciaux et des facilités de crédit. L'industrie manufacturière est en plein développement, entre autres, grâce à la croissance du marché domestique. Selon Deloitte, l'Inde sera le deuxième pays producteur en 2017 avant le Brésil. Afin d'atteindre le but de 25 % du PIB en 2025, l'Inde devra attirer davantage d'investisseurs étrangers. Les secteurs concernés : l'automobile, le textile, l'agroalimentaire, les télécommunications, les équipements lourds dans l'énergie, la pharmacie, les pierres précieuses et la bijouterie.

Mais le secteur le plus dynamique est de loin celui des services. Il représente près des

« le secteur le plus dynamique est de loin celui des services. Il représente près des deux tiers du PIB avec un taux de croissance de plus de 14 % »

deux tiers du PIB avec un taux de croissance de plus de 14 %. Les entreprises indiennes font aujourd'hui des efforts pour fournir des services à plus forte valeur ajoutée qu'auparavant. Certains secteurs présentent un potentiel énorme d'investissement et de croissance. Plus particulièrement, quatre secteurs-clés

intéressent les exportateurs wallons : les infrastructures, les énergies renouvelables, les soins de santé et le secteur pharmaceutique, et les télécommunications. Les opportunités commerciales sont donc énormes pour nos entrepreneurs.

Lancée par le Premier ministre, la campagne « Make in India » vise à faire passer l'industrie manufacturière de 16 % à 25 % du PIB indien



L'énorme potentiel des

énergies renouvelables

A l'instar des infrastructures, les besoins en énergie sont immenses en Inde. L'offre n'étant pas suffisante pour couvrir les besoins, le pays devient de plus en plus dépendant des importations pour ses fournitures, surtout de combustibles fossiles. « L'Inde est un grand producteur de charbon. Le gouvernement veut développer le Clean Coal, une manière plus efficace de traiter le charbon. » Par ailleurs, un quart de la population n'est pas encore raccordée au réseau électrique. 86 % de la capacité de production installée sont aux mains d'entreprises privées, nationales et internationales, tandis que 14 % sont contrôlés par des Etats.

Pour résoudre les problèmes d'approvisionnement, les pouvoirs publics se tournent vers les sources d'énergie renouvelable, disponibles localement et illimitées. Aux alentours de 2020, 20 % de l'approvisionnement total devraient provenir de sources d'énergies alternatives contre 5 % à l'heure actuelle. Une série d'incitatifs financiers ont été développés pour attirer les investisseurs sous forme de subsides. Les entreprises actives dans la production d'énergies alternatives peuvent bénéficier d'un avantage fiscal. L'Indian Renewable Energy Development Agency propose des prêts à des taux avantageux. Le gouvernement a mis en place des plans pour produire de l'énergie verte, comme de l'éolien on-shore ou off-shore. Ainsi,

un projet pilote devrait commencer au large du Gujarat et un parc solaire avec des technologies de pointe être installé dans le même Etat. Des centrales thermiques se développent un peu partout.

Valorisation énergétique des déchets

Avec un ensoleillement moyen de 300 jours par an, l'énergie solaire recèle un grand potentiel. Actuellement, cette énergie représente seulement 2 % de l'offre totale de l'énergie alternative. L'acteur principal sur le marché est Tata BP Solar, une joint-venture entre l'entreprise indienne Tata Power et BP Solar. « L'objectif est de 20 giga watts en énergie solaire pour 2017 pour arriver à 100 giga watts d'ici 2020. » L'Inde est le cinquième plus grand producteur d'énergie éolienne. Avec une capacité cumulée de 19 giga watts, le secteur représente 70 % de la puissance installée en énergie renouvelable. Le potentiel est également important. Les principales ressources se concentrent dans quelques Etats côtiers dans le sud et le sud-est. 95 % des turbines installées sont aux mains d'entreprises privées. La biomasse est le combustible traditionnel par excellence dans les régions rurales. Il représente environ 23 % du

mix énergétique. Sa disponibilité est estimée à 500 millions de tonnes par an. Un surplus peut aller jusqu'à 150 millions de tonnes en provenance de l'agriculture et de la sylviculture. Le potentiel de l'hydroélectricité est estimé à 150 giga watts. L'Inde se classe au cinquième rang mondial en puissance hydraulique exploitable. Les régions montagneuses des Etats de l'Himalaya présentent le potentiel le plus important. La valorisation énergétique des déchets est un autre objectif. L'Inde produit annuellement quelque 55 millions de tonnes d'ordure ménagères et 38 milliards de litres d'eaux usées dans les zones urbaines. A cela, s'ajoutent de grandes quantités de flux solides et liquides générés par l'industrie. A l'heure actuelle, les déchets urbains sont le plus souvent mis en décharge dans des zones ouvertes situées en périphérie des villes. La technologie de la valorisation énergétique des déchets peut apporter une solution à ce problème. Le potentiel doublera dans les dix prochaines années, tandis que la possibilité de production industrielle augmentera de 50 %. Pour les investisseurs, les opportunités sont énormes dans les biocarburants, la consultance en matière de sources d'énergie propres, les technologies de captage et de stockage de dioxyde de carbone, l'épuration des eaux, la gestion des déchets, les solutions de recyclage, etc. J.R.

Programme quinquennal ambitieux

Depuis son indépendance en 1947, l'Inde est gérée selon des programmes quinquennaux. Les objectifs du XIIe programme quinquennal (2012-2017) sont ambitieux. Leur réalisation est en grande partie confiée au secteur privé, national et étranger. Le Premier ministre Narendra Modi, en place depuis mai 2014, a décidé de booster l'économie et d'entamer un impressionnant chantier de réformes dans de nombreux domaines. Alors qu'il était ministre en chef de l'Etat du Gujarat, référence indienne en matière de développement économique, il avait mis en place plusieurs partenariats privé-public (PPP). Dans ce type de partenariat, le gouvernement prend en charge la partie du projet qui serait susceptible d'handicaper l'entreprise privée et dès lors ne souhaiterait pas y investir. Aujourd'hui, les PPP se développent dans l'Inde entière pour les grands projets gouvernementaux. « L'une des réformes importantes est la Goods and Services Tax (GST). Actuellement, quand on exporte en Inde, les taxes sont différentes d'un Etat à l'autre. Un système complexe que le Premier ministre a décidé de simplifier en instaurant une taxe unique pour toute l'Inde » souligne Isabelle Pollet.



Make business India

L'une des priorités économiques du gouvernement indien est d'attirer davantage de capitaux et de projets industriels étrangers. L'objectif principal de l'ambitieuse campagne « Make in India », lancée par Premier ministre, est de développer l'industrie manufacturière pour la faire passer de 16 % du PIB indien aujourd'hui à 25 % dans les prochaines années tout en créant des emplois. Elle concerne tous les secteurs. L'outsourcing des sociétés étrangères en Inde est également promu. Il s'agit aussi d'instaurer une mentalité visant à développer les affaires. Pour réduire la bureaucratie, un single window portal, un guichet unique pour les entreprises, a été instauré pour les investisseurs. « Selon le gouvernement, le délai nécessaire à la création d'une entreprise est à présent de 29 jours. » Le développement de nouvelles zones économiques se poursuit. Faire de l'Inde un hub mondial de la manufacture passe par des investissements indispensables dans les infrastructures obsolètes et insuffisantes.

Bientôt, une ère nouvelle pour les infrastructures

Quiconque a voyagé en Inde le sait, y circuler est un véritable parcours du combattant. Les entrepreneurs considèrent d'ailleurs les infrastructures comme le principal frein pour y faire des affaires. Les pouvoirs publics sont conscients qu'investir dans ce secteur est devenu une priorité pour le développement du pays. Des investissements ambitieux sont en cours. L'objectif du gouvernement est la construction de 23 kilomètres de routes en moyenne par jour. Le Douzième Plan quinquennal prévoit le doublement des investissements en infrastructures, avec un budget de 1 trillion de dol-

lars US, dont la moitié est prise en charge par le secteur privé, dans les routes et ponts, les chemins de fer, les aéroports et les ports. Avec ses 13 ports principaux et ses 187 ports secondaires, le pays se classe au 16e rang mondial des nations maritimes. Il gère l'une des plus grandes flottes commerciales au monde. Selon le ministère de la Navigation, le transport maritime s'adapte 95 % du commerce extérieur en volume. Une infrastructure portuaire bien équipée est essentielle pour assurer la croissance économique du pays. Les prévisions font état de 2 500 millions de tonnes de fret d'ici à 2020. De nouveaux ports seront construits. L'ambition du ministère de la Marine est de permettre une capacité de traitement de 3130 millions de tonnes en 2020. La gestion des ports est désormais confiée à des acteurs privés. Des opportunités sont à saisir dans la gestion portuaire, la privatisation des ports, les liaisons avec l'arrière-pays, la mise en conteneurs, l'entreposage, etc.



Le réseau routier est le deuxième plus grand réseau au monde, avec une longueur de 4,2 millions de kilomètres, mais 40 % des régions rurales n'y sont pas reliées. Les autoroutes représentent seulement 2 % de l'ensemble du réseau, alors que 40 % du trafic y transitent. Les autorités ont instauré un programme visant à aménager plus de 15 000 km de routes supplémentaires d'ici 2022, soit la fin du 13e Plan quinquennal. Les sociétés spécialisées dans les services technologiques de développement de routes, les programmes de formation dans les opérations de fret et de maintenance, ont tout intérêt à se mettre sur les rangs.

Le secteur indien de la navigation aérienne affiche la croissance la plus rapide au niveau mondial. Le pays compte 350 aéroports. En 2020, il devrait y avoir 180 millions de passagers pour le trafic intérieur, 80 millions pour l'international. Le réseau est obsolète et saturé. Un budget de plus de 12 milliards de dollars US est affecté à la construction de nouveaux aéroports et au développement de compagnies low cost. La construction de 50 nouveaux aéroports est annoncée.



Le réseau ferroviaire indien, le troisième plus grand réseau au monde, compte 64 000 km de rails, 7 000 gares et transporte quelque 8 milliards de passagers et 1 000 millions de tonnes de marchandises par an. L'Inde prévoit la construction de dizaines de milliers de kilomètres de nouvelles voies, dont 14 000 km de rails et du matériel roulant seront électrifiés. Le pays mise sur les trains à grande vitesse pour lesquels des services technologiques seront nécessaires. Les autorités tablent sur une participation considérable, jusqu'à 90 %, du secteur privé, indien et étranger. « De notre attachée à Mumbai, nous avons reçu un appel d'offres pour le renouvellement d'une gare au Gujarat, ajoute Isabelle Pollet. Des opportunités d'affaires très intéressantes sont à saisir. »

Bientôt, une centaine de smart cities et un Gange propre

Des couloirs industriels et une centaine de smart cities figurent également parmi les plans du gouvernement. « Celui-ci a sélectionné 20 villes où des projets ont été financés pour que ces cities deviennent plus smart, précise Isabelle Pollet. Les entreprises wallonnes ont des cartes à jouer dans des secteurs variés comme la gestion de l'eau, le traitement des déchets, l'efficacité énergétique. Le développement de nouveaux logements est indispensable et rentre dans le développement de smart cities dans des corridors de développement, notamment entre Mum-

Projet pharaonique, le nettoyage du Gange est supervisé par le National Mission for Clean Ganga. Les technologies étrangères sont recherchées et des partenariats sont possibles pour créer des joint-ventures.

bai et Delhi, via le Gujarat et le Rajasthan, et entre Bangalore et Chennai dans le Sud. Ces corridors nécessitent des trains à grande vitesse et de l'industrialisation. Les smart cities ont besoin de plannings urbanistiques, d'infrastructures dans le traitement de l'eau, les canalisations, l'électricité et l'énergie verte, le traitement des déchets, de constructions d'écoles et d'universités. Ces zones de développement se multiplient. « Dans les services d'engineering, les possibilités seront nombreuses, mais aussi dans les études géologiques, les études de faisabilité, la consultation, les télécommunications, le traitement de l'eau. Les demandes seront nombreuses. » « Ce programme ambitieux va s'étaler sur 30 ans. Des appels d'offres sont régulièrement lancés pour ce marché. Les entreprises wallonnes vont pouvoir mettre en avant leur expertise et leur savoir-faire technologique en matière de traitement de l'eau » insiste Isabelle Pollet.

L'industrie pharmaceutique en pleine croissance

En Inde, l'industrie pharmaceutique occupe, sur le plan mondial, la 3e place en volume et la 13e pour le chiffre d'affaires. Les prévisions

de croissance sont estimées à 15 % par an. D'ici 2020, le pays devrait figurer dans le top 10 mondial des débouchés avec des ventes estimées à 25 milliards de dollars US. D'ici 2050, l'Inde sera probablement le pays le plus peuplé de la planète. Le vieillissement de la population engendrera une demande accrue de médicaments pour les problèmes cardiovasculaires, les dérèglements du système nerveux et d'autres maladies chroniques et dégénératives. Suite à la hausse du pouvoir d'achat d'une partie toujours plus importante de la population et à mesure que le nombre de personnes bénéficiant d'une couverture médicale augmentera, la demande de médicaments modernes et plus coûteux fera de même.

L'Inde se positionne comme un centre de fabrication de médicaments génériques et de développements d'activités de recherche et développement. Elle est en passe de devenir un hub mondial dans ces deux secteurs. Les médicaments génériques occupent 20 % de parts de marché à l'échelle mondiale, une part appelée à s'accroître. L'Inde possède un énorme avantage en matière de coûts de production et de charges salariales avec une main d'œuvre jeune, qualifiée et anglophone. Quant à la R&D, la mise en œuvre de nouvelles règles en matière de brevets a incité l'industrie pharmaceutique à privilé-

> suite p14



©Classe Export

9 Conseils pratiques pour faire des affaires en Inde



Débarquer pour la première fois en Inde est toujours un choc. Vous êtes happé par les odeurs, le bruit, les klaxons, le grouillement humain. Le chaos. En Inde, l'inattendu est la norme. Aussi, quelques conseils ne sont-ils pas de trop.

1 SOYEZ PRÊT À RETRAVAILLER LE PRODUIT.

Etre flexible, adaptable et aller dans le sens des Indiens est essentiel pour traiter avec eux.

2 SOYEZ FLEXIBLE

Ils ne sont pas ponctuels. Mais vous, soyez-le. Ils disent que c'est à cause du trafic. Quoi qu'il en soit, ils ont souvent en retard.

3 SOYEZ PATIENT

Les Indiens ne disent jamais ni oui ni non, ni qu'ils ne savent pas. Comment savoir si votre produit les intéresse ? Si c'est le cas, ils vous posent des questions, vous envoient des mails, vous appellent régulièrement et vous incitent à aller les revoir.

4 LES ÉCHANGES PAR SMS SONT PARFOIS À PRIVILÉGIER

avec les décideurs de haut niveau afin de s'assurer de leur réactivité.

5 ETABLISSEZ UNE RELATION DE CONFIANCE

Ne soyez pas offensé de la curiosité des Indiens. La relation personnelle est très importante. Ils ont envie de connaître ceux avec qui ils vont faire des affaires. Ils peuvent demander des détails de votre vie personnelle dès la première rencontre, vous inviter chez eux. Ils veulent savoir si vous êtes marié, si vous avez des enfants, quels sont vos goûts, etc. C'est primordial pour eux. Les cercles familiaux et relationnels sont très importants dans la conduite des affaires. Etre curieux, s'intéresser à leurs divinités et visiter des temples est un signe de respect et d'intérêt.

6 NE LEUR DITES PAS NON

Lorsqu'un Indien vous offre un présent, vous propose de prendre le thé ou de visiter une usine, évitez de refuser. Accepter leurs propositions dans la mesure du possible permet de ne pas les offenser.

7 NE TENDEZ JAMAIS LA MAIN À UNE FEMME EN PREMIER.

Gardez une distance respectable entre hommes et femmes, particulièrement dans les lieux publics. Le contact physique, même entre personnes du même sexe, est parfois considéré comme choquant en public.

8 ASSUREZ UN SUIVI RÉGULIER

Il faut se rendre en Inde plusieurs fois en un an, avoir rendez-vous de préférence avec la même personne. Passez beaucoup de temps, allez à la rencontre des Indiens, construisez une relation durable avec vos partenaires. Des voyages réguliers montreront votre engagement.

9 PARTEZ EN DEHORS DES PÉRIODES DE MOUSSON

soit de novembre-décembre à mars-avril. Armez-vous de patience, soyez persévérant, ouvert d'esprit. C'est le début d'une grande aventure.

J.R.

gier l'innovation et à ne plus se reposer uniquement sur la production de médicaments génériques.

Les entrepreneurs wallons trouveront des opportunités dans la production, la distribution et le développement de médicaments et composants pharmaceutiques, de plateformes technologiques et de services biopharmaceutiques. Ils ont de la ressource dans l'outsourcing d'activités de R&D et de tests cliniques, en oncologie, cardiologie, les traitements des affections cardiovasculaires, de l'hypertension, du diabète, les biotechnologies, les formations aux nouvelles technologies. « Les projets de constructions d'hôpitaux sont nombreux. Cela comprend également des technologies d'analyses en laboratoires, les besoins sont importants. »

Le BOOM des télécoms

L'Inde est devenue le deuxième plus vaste marché au monde après la Chine dans le domaine des télécommunications. Si les services téléphoniques fixes sont à 80 % aux mains d'entreprises publiques, le réseau mobile est couvert par une multitude d'opérateurs privés. Le trafic Internet augmente de

façon effrénée avec 330 millions d'abonnés. « Le gouvernement Modi a lancé un vaste programme, Digital India, pour fournir des services aux populations rurales et pauvres. D'ici 2020, les Indiens devraient être 1 milliard à posséder un smartphone. Le gouvernement veut développer des applications dans le secteur agricole ou les micro-crédits, pour des opérations bancaires ou des identifications électroniques, des applications accessibles à un grand nombre de la population indienne. » Les opportunités pour les exportateurs se trouvent dans les applications logicielles diverses.

L'Inde est un grand pays capable de s'assumer, mais qui a besoin de l'aide extérieure pour pouvoir supporter son développement. Dans les années à venir, le pays devrait faire appel à davantage d'investisseurs étrangers. Pour ce faire, le gouvernement devra libéraliser l'économie et générer des investissements privés dans les biens de consommation, l'automobile, les services télécoms, la grande distribution, les médias, les médicaments et les soins de santé, l'hôtellerie et les loisirs.

Encore quelques barrières à franchir

Cependant, il existe encore des entraves au développement de filiales étrangères en Inde: une administration lourde et opaque, des difficultés à trouver des terrains adéquats, des structures de taxation complexes et chronophages, des barrières non-tarifaires à l'importation, une productivité faible, une compréhension incertaine...

Du point de vue des barrières à l'importation, des contentieux subsistent en matière d'interprétation des réglementations relatives à l'étiquetage des produits alimentaires. Différentes sociétés étrangères, notamment belges, ont continué de voir leurs produits alimentaires bloqués dans des ports indiens. Mais ces problèmes se résolvent, l'interprétation des réglementations devenant plus consistante. « C'est en train de changer, confirme Isabelle Pollet. Nous conseillons toujours aux entreprises de trouver un partenaire local qui connaît bien les arcanes du commerce en Inde. »

Pour accroître vos chances de réussite, mieux vaut opter pour un Etat spécialisé dans votre secteur. Ainsi, New Delhi est plutôt dédiée à l'industrie automobile, aux télécommunications, à l'informatique et à l'éducation. Mumbai se développe autour des activités portuaires, de l'audiovisuel et de la finance. A Chennai se concentrent l'industrie électronique, l'automobile, le secteur médical, les télécommunications. Bangalore est l'épicentre des biotechnologies, de l'industrie aérospatiale, de la défense, des télécoms et de l'outsourcing. A Hyderabad, le focus se fait sur l'industrie métallurgique, l'automobile et les télécoms. Pune voit se développer l'industrie métallurgique, l'automobile et les télécoms.

Jacqueline Remits

L'Inde est devenue le deuxième plus vaste marché au monde après la Chine dans le domaine des télécommunications.



©Samy KAHIA

Retour de mission : visite d'état au Japon

Du 9 au 15 octobre s'est tenue la visite d'état du Roi Philippe au Japon. Cet événement intervenait à l'occasion de l'anniversaire des 150 ans de bonnes relations diplomatiques entre la Belgique et le pays du soleil levant. La mission a permis la signature de 19 accords importants pour les entreprises et universités wallonnes.

150 ans de relations diplomatiques, cela se fête dignement. Le Roi Philippe s'est donc fendu d'une visite d'état au Japon accompagné par les ministres-présidents des trois régions et autant de délégations régionales ainsi que d'une composante importante du monde académique. Côté wallon, 31 sociétés ont fait le déplacement aux côtés de 8 responsables d'établissements académiques et du pôle Biowin.

Les liens belgo-nippons soudés...

Au cours de ce voyage, pas moins de 19 contrats ont été signés pour les Wallons parmi lesquels la signature d'un accord de principe pour le soutien d'un investissement de 10 millions d'euros par la société AGC basée à Gosselies (centre de R&D mondial pour le verre plat). Grâce à ce nouvel investissement, l'écosystème industriel wallon bénéficie du positionnement stratégique d'AGC qui souhaite faire de cette nouvelle infrastructure une base d'open innovation ouverte à d'autres acteurs industriels wallons. Cette signature réalisée par M. Magnette pour le compte de la Région wallonne a permis de

réaffirmer le soutien de la Région au principal investisseur japonais en Wallonie. La visite d'état a également permis à la société Kaneka d'annoncer le soutien de la Région wallonne à un projet d'extension d'investissement de la société Kaneka/Eurogentec à Liège. Ce projet devra permettre de positionner stratégiquement le site de production et de R&D de Liège au sein du groupe Kaneka grâce à ce renforcement de la capacité de production. Kaneka entretenait des relations commerciales avec Eurogentec, son fournisseur, depuis une dizaine d'années.

Cette dernière est une spin-off de l'Université de Liège, fondée en 1985. Elle développe des protéines, des acides nucléiques et des peptides pour l'industrie des diagnostics pharmaceutiques et pour la recherche expérimentale.

...même à distance

Autre événement marquant, la démonstration en temps réel d'une réunion entre une équipe d'ingénieurs belges et japonais de la société JTEKT (filiale européenne et japonaise) utilisant les technologies digitales de pointe les plus récentes développées en Wallonie à des milliers de kilomètres de distance. La démonstration avait pour but d'illustrer l'influence de l'évolution digitale sur le secteur industriel: les plate-formes digitales leur

permettent en effet d'acquiescer une agilité et une vélocité indispensables pour être innovant. La collaboration avec le laboratoire LUCID, Université de Liège, et qui fait partie de la faculté d'architecture, montre l'importance et la valeur ajoutée à faire tomber les cloisons qui séparent les disciplines. Des échanges qui ont lieu entre des personnes de formation différentes naissent des idées qui mènent à des projets et des solutions innovantes.

Les participants de la délégation ont également souligné la diversité des contacts de cette visite d'état lors notamment d'une conférence « Women in Society ». 200 personnes ont participé à cette conférence rehaussée par la présence de Sa Majesté la Reine, Mme Akie Abe, épouse du Premier Ministre japonais et par Ms. Yumiko Koike, la très médiatique nouveau gouverneur de Tokyo insistant sur le rôle de la femme dans la société.

On notera encore un événement de relation publique très attendu : le «surreal dinner» organisé par Ice Watch qui a permis de démontrer face à plus de 200 invités, la capacité d'une firme wallonne à rayonner et à créer une image de haute valeur à l'étranger.

©Classe Export



La complémentarité réussie des aéroports wallons

Les aéroports de Liège et de Charleroi, quoique très différents, ont pourtant des atouts communs, essentiellement géographiques : voisins des autoroutes, proches des frontières - française pour Charleroi, allemande et hollandaise pour Liège - et situés à la périphérie de deux grandes agglomérations de plusieurs centaines de milliers d'habitants.

L'aéroport de Charleroi-Gosselies dispose en outre d'un autre argument, sa localisation à cinquante kilomètres à peine de Bruxelles, ce qui a incité ses promoteurs à adopter dès 1991 l'appellation BSCA - Brussels South Charleroi Airport - pour une société dont l'actionnaire principal est le holding Sambrinvest. En 1992, à la suite de la régionalisation, l'Etat central a en effet transféré aux régions l'exploitation des aéroports régionaux et le gouvernement wallon de l'époque a décidé de concéder la gestion de ses deux principaux aéroports à des sociétés de droit privé.



©Wallonie



©Classe Export

1997, l'année-charnière

Pour Charleroi, 1997 sera une année décisive et le 1er mai, une date-clé. C'est ce jour-là que Ryanair lance une première ligne régulière vers Dublin. Cette année-là, BSCA enregistre 200.000 passagers et le succès ne se démentira jamais, au point qu'en 2001, Charleroi devient la première base continentale de la compagnie irlandaise. Avec 800.000 voyageurs, le trafic a quadruplé en quatre ans et le low-cost devient un véritable phénomène économique.

Troisième aéroport low-cost au monde !

La progression fulgurante se poursuivra grâce à la construction d'une nouvelle aérogare, en 2008, et avec l'arrivée de nouvelles compagnies à bas prix : 2 millions de passagers en 2004, 3 millions en 2009, 7 millions en 2015, 140 destinations, troisième meilleur aéroport low-cost au monde et premier pour la ponctualité pour l'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient. La zone de chalandise s'étend à toute la Belgique, les Pays-Bas, l'ouest de l'Allemagne, le Grand-Duché de Luxembourg et le nord de la France, un public potentiel de 15 à 20 millions d'habitants. En mars 2016, Air Corsica, basé à Liège depuis trois ans, a transféré ses activités - des vols à destination de Bastia et Ajaccio - vers Charleroi, plus proche

de sa clientèle française. C'est la cinquième compagnie aérienne opérant au départ de Charleroi.

10 millions de passagers en 2025 !

Les dirigeants du premier aéroport wallon ne comptent pas s'arrêter en aussi bon chemin ! « A la fin de cette année, explique Vincent Grassa, le responsable de la communication, le terminal 2 sera inauguré et sa mise en service permettra à trois des sept millions de passagers annuels d'embarquer et de débarquer dans des conditions plus confortables, notamment aux heures de pointe, entre 4h30 et 7h du matin.

L'objectif des responsables de l'aéroport est d'atteindre 10 millions de voyageurs en 2025. Cet investissement, sur fonds propres, de 15 millions est une première étape d'un master-plan de 80 millions dont les suivantes sont, pour l'instant, « recalées » par l'Union Européenne à la suite d'une plainte de l'aéroport de Bruxelles-National. » Etonnant quand on connaît les nuisances qui mettent en émoi, depuis de nombreuses années, une grande partie des habitants de l'agglomération bruxelloise et... le monde politique.

Ce nouveau terminal permettra à 16 avions d'être basés à Gosselies. Ces avions partiront de Charleroi et y reviendront le soir après avoir effectué un certain nombre de rotations entre 6h30 et 23h. Un trafic garanti en quelque sorte !

A Liège, priorité au fret

La trajectoire de l'aéroport de Liège est différente mais, ici aussi, la régionalisation a joué un rôle déterminant dans son expansion dans le transport de marchandises. Devant le succès de l'aéroport de Charleroi, les responsables régionaux n'ont pas estimé raisonnable de développer à 100 km un aéroport du même type. Ils ont donc décidé d'orienter Liège-Airport vers le fret, avec un handicap qui s'est finalement transformé en opportunité, celui du transport nocturne des marchandises. Pour préserver les riverains, la Région wallonne s'est lancée dans un vaste plan d'isolation ou de rachat des immeubles dans les zones proches de l'aéroport. 1400 maisons ont été rachetées dans les années 2000, si bien qu'aujourd'hui, la SOWAER, la société qui chapeaute les aéroports de Liège et de Charleroi, dispose de 400 hectares de terrain à proximité immédiate de Liège-Airport. De quoi attirer de nombreuses entreprises de logistique ou d'autres, intéressées par une situation exceptionnelle, à côté de la ligne TGV Paris-Cologne et au cœur d'un des nœuds autoroutiers les plus fréquentés d'Europe. Comme le dit Christian Delcourt, chargé de la communication de Liège-Airport, « entre les pistes et l'autoroute, une marchandise parcourt à peine deux cent mètres ! »

Avec 650.000 tonnes, Liège-Airport est aujourd'hui le huitième aéroport de fret européen mais si l'on n'envisage que les aéroports réellement spécialisés, il est le quatrième derrière Leipzig, Cologne et Luxembourg. Quand on sait que l'aéroport international

de Francfort occupe la première place avec plus de deux millions de tonnes, on comprend mieux le poids économique de l'Allemagne... Il n'empêche ! En octobre 2015, Liège a été élu meilleur aéroport de fret européen par un jury constitué exclusivement de clients et FedEx, qui a racheté TNT, a récemment annoncé sa volonté de rester à Liège et confirmé la modernisation du centre de tri.

Un hôtel pour chevaux !

Pour maintenir et, si possible, améliorer sa position, Liège Airport a consenti d'importants investissements ces deux dernières années : aménagement de nouveaux emplacements pour les avions, bureaux ultra modernes et, surtout, un « horse in », un hôtel de 55 boxes pour accueillir les meilleurs chevaux de compétition du monde.

Une activité « passagers » reste indispensable

Désormais, Liège est réellement spécialisée dans le transport équestre. 185 chevaux, de Belgique, de France, d'Allemagne, d'Espagne, de Suède et même de Russie, se sont envolés de Liège pour gagner Rio de Janeiro et participer aux récents Jeux Olympiques. Et cela sous l'égide d'un orfèvre en la matière, le double champion du monde d'attelage à quatre chevaux en 1996 et 2006, Félix-Marie Brasseur, très sensible au bien-être des chevaux !

Les responsables de l'aéroport liégeois n'ont pas renoncé pour autant à toute activité « passagers » malgré deux revers en 2016 : le départ d'Air Corsica vers Charleroi après trois ans de présence à Liège et l'interruption du contrat entre la compagnie russe I Fly et le tour opérateur chinois U Tour qui avait choisi Liège comme point de chute pour des dizaines de milliers de touristes chinois curieux de découvrir la vieille Europe.

Pour Christian Delcourt, cette décision n'est cependant pas définitive : « U Tour est à la recherche d'un nouveau partenaire qui pourrait nous permettre de relancer cette activité dès le printemps 2017. Nous souhaitons continuer à développer le trafic des voyageurs car c'est important pour la notoriété de l'aéroport. Nous accueillons 300.000 passagers par an et notre objectif à moyen terme est d'arriver à un million. Sans pour autant concurrencer les autres aéroports belges, en particulier celui de Charleroi. Avec l'expansion des voyages aériens, il y a de la place pour tout le monde. » Sans compter que certaines implantations seront bientôt à la limite de la saturation...

Une chose est néanmoins certaine : la spécialisation des deux aéroports wallons ne sera pas remise en cause. On reproche souvent aux responsables politiques de ne réfléchir qu'à court terme mais en matière de politique aéroportuaire, les décideurs wallons ont fait preuve de vision et de bonne gestion. Ils n'ont aucune raison de changer de cap.

Alain Braibant



©Classe Export

Liege Airport est à la croisée des chemins

L'ingénieur français Clément Ader a un jour dit : « Sera maître du monde qui sera maître de l'air ». Celui qui est aujourd'hui considéré comme un des pères de l'aviation ne croyait pas si bien dire. Le transport de passagers, de fret et de courrier constitue aujourd'hui un des plus grands enjeux économiques au monde. Un défi considérable que Liege Airport relève brillamment, avec une jolie place dans le top-10 des aéroports cargo en Europe.

« Il est encore trop tôt pour dresser notre bilan 2016 », précise Christian Delcourt, le responsable de la communication de l'aéroport liégeois. « Tout ce que nous pouvons dire, c'est que les chiffres se situent dans le prolongement de ceux établis l'an dernier. Nous avons alors enregistré une augmentation de 10% sur nos activités de cargo. En octobre de l'année dernière, nous avons d'ailleurs été élus Meilleur aéroport cargo d'Europe par un jury composé uniquement de clients ! C'est une belle récompense pour notre stratégie à long terme, qui vise à solidifier les liens avec nos partenaires actuels, tout en continuant à attirer de nouvelles compagnies sur notre sol. »

Et les perspectives sont réjouissantes : « Nous avons investi dans l'aménagement de nouveaux emplacements pour les avions ou encore dans la construction d'un bâtiment de bureaux ultra moderne et d'un autre destiné à l'accueil de chevaux voyageant pour de grandes compétitions équestres. »

De solides arguments

La concurrence des autres aéroports belges et étrangers fait évidemment rage, dans un contexte où chaque intervenant cherche en permanence à rationaliser ses coûts. Mais Christian Delcourt reste convaincu que Liège possède quelques solides arguments permettant d'envisager l'avenir sereinement : « Pour l'acheminement des marchandises, Liege Airport bénéficie d'une situation exceptionnelle, en plein cœur du réseau routier européen. C'est bien simple, les colis qui atterrissent ici n'ont plus que 200 mètres à faire avant de se retrouver sur l'autoroute. Un autre avantage stratégique réside dans le fait que la Wallonie nous a accordé le droit de rester ouverts 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24. C'est un cri-



ère déterminant dans le secteur du transport de fret, où un avion qui reste au sol est un avion qui coûte très cher. » Les nouvelles sont cependant moins réjouissantes au niveau du transport de passagers. En cette année déjà morose pour le tourisme en raison du climat sécuritaire, Liege Airport a enregistré deux coups durs successifs : le départ pour Charleroi de la compagnie Air Corsica et la fin du contrat entre le tour opérateur chinois U-Tour et la compagnie russe I-Fly, qui acheminait des dizaines de milliers de touristes asiatiques tous les ans. « U-Tour est à la recherche d'un nouveau partenaire qui pourrait nous permettre de relancer cette activité au printemps », tempère Christian Delcourt. « En attendant, nous sommes résolument décidés à relancer nos activités en la matière. Notre terminal doit pouvoir continuer à accueillir de nombreux passagers. C'est non seulement important d'un point de vue économique, mais aussi au niveau de l'image de marque que nous voulons véhiculer. »

Transport de passagers en hausse

Pour se rassurer, Christian Delcourt évoque les perspectives du secteur, qui sont effectivement au beau fixe : « Nous attirons 300

000 voyageurs en moyenne par an » évoque-t-il. « A moyen terme, notre objectif est d'en faire transiter un million, sans pour autant déborder les autres aéroports du pays. Ceux-ci arrivent lentement à saturation, ils ne pourront pas se permettre de croître indéfiniment. Or, les prévisions sont à la hausse, tant en Belgique qu'à l'étranger. Nous ne cherchons pas à faire de l'ombre à nos concurrents, il y a de la place pour tout le monde. D'un point de vue personnel, je pense que notre taille plus réduite peut même constituer un atout. Voler au départ de Liège est aujourd'hui plus simple et plus convivial qu'ailleurs. »

Avec le récent rachat de son opérateur principal TNT par FedEx, Liege Airport se situe plus que jamais à la croisée des chemins. La compagnie américaine s'est cependant voulue rassurante, en affirmant qu'elle souhaitait conserver et même développer son activité dans la région. A ce titre, le maintien d'investissements tels que la rénovation du centre de tri fait figure de premier pas dans la bonne direction. Il ne reste plus qu'à l'aéroport liégeois de prouver sa valeur dans la durée.

Alain Braibant

DOSSIER MONDIALISATION

À MÉDITER :
LES CONSEILS D'UN AVENTURIER DE L'EXTRÊME
Olivier Soudieux, alpiniste, conférencier-formateur, spécialiste des environnements incertains et complexes, adepte des expériences hors normes

COMMENT PROSPÉRER
dans un monde où la seule constante est une accélération chaotique ?

RESTER POSITIF dans un contexte tumultueux

ENTREtenir LA MOTIVATION au sein de ses équipes

CRÉER LA PERFORMANCE COLLECTIVE tout en donnant la place à chacun

INNOVER HORS DU CADRE pour faire naître de nouvelles opportunités de performance

CRÉER DE NOUVEAUX MARCHÉS dont vous êtes la référence



MONDIALISATION

obligatoire, innovante et collaborative

Mondialisation : il y a quelques années, nous n'osions pas prononcer ce gros mot, considéré comme extravagant !

Mais la mondialisation galopante nous a rattrapés, bousculant nos habitudes d'achat, de pensée, de consommation, nos jugements et nos façons de communiquer.

Une mondialisation, si présente qu'on aurait besoin de faire le point au minimum chaque mois pour ne pas se laisser dépasser en concepts nouveaux et en applications étonnantes.

Une mondialisation dont les entreprises suivent et précèdent l'évolution : à chaque minute, nous recevons sur nos ordinateurs des informations sur ces sociétés performantes qui réussissent à innover, à exporter qui se distinguent du lot, chacune à leur façon. La transformation de la société est une réalité enthousiasmante mais exigeante.

Ne nous le cachons pas, la partie est difficile.

« Les régions du monde sont des plaques tectoniques en mouvement » affirme Ludovic Subran, Chef économiste, dans la dernière étude d'Euler Hermes. « En 2016, la croissance mondiale atteindra son plus bas niveau depuis la crise et restera inférieure à 3% en 2017, bien que les marchés émergents et les Etats-Unis puissent contribuer à l'accélérer ». Ajoutons le calendrier électoral et l'émergence de plusieurs zones de tensions politiques et sociales qui ne manqueront pas de générer des turbulences jusqu'en fin 2017... Alors, faut-il craindre un phénomène de « démondialisation » pour cause d'« hypermondialisation » ? Certes les échanges internationaux ne sont pas aussi dynamiques avec les pays qui avaient autrefois besoin de nous acheter, mais sont maintenant capables de produire aussi bien ou mieux que nous, les chiffres du commerce mondial se tassent. Certes nous sommes sous le coup des annonces du Brexit, du CETA, nous essayons d'anticiper les suites des élections américaines. Bref, sauf pour les start-up dont la croissance est immédiate et très médiatisée, nos repères de croissance risquent de s'orienter différemment.

Ce 14 novembre, plus de 450 entrepreneurs se sont réunis à Bercy sur le thème « De l'innovation à la mondialisation », en préparation du prochain sommet du G20 des Entrepreneurs qui se tiendra en juin à Berlin. On y débat d'une nouvelle renaissance et de l'enjeu vital de la

mondialisation pour tous les acteurs de l'écosystème entrepreneurial français. On se demande comment refaire partir l'Europe pour mieux grandir à l'échelle du monde.

Parallèlement, l'activité est à son comble, l'internet des objets est en train de renouveler nos façons de vivre et bouscule les pratiques industrielles. Le monde bouge à grande vitesse : les médias sociaux, les sites web, tous les supports électroniques déversent chaque jour des volumes astronomiques de données. Des informations en temps réel que nous devons saisir comme autant d'opportunités pour être capables d'anticiper, d'évaluer l'utilité des choix à faire.

La mondialisation nous impacte considérablement, nous bouscule.

Nous avons quelquefois tendance à rechercher des points de repère, mais nous ne baissions pas la tête et nous nous sentons entraînés dans l'invention d'aujourd'hui qui se transforme si vite en hier ! Qui sortira son épingle du jeu, sinon ceux qui sont prêts à bouger, changer, apprendre, se former, qui se sont digitalisés, qui misent sur l'innovation sous toutes ses formes, qui cherchent à se regrouper, à mutualiser leurs innovations, qui n'ont pas peur d'adopter d'autres méthodes dans une mentalité de défricheur, qui se donnent des mots d'ordre comme confiance et agilité.

Aussi, nous vous proposons ci-dessous de faire le constat de tous les moteurs de succès de chacun, de lister les raisons, les choix, les innovations qui les font sortir du lot et entrer dans le grand mouvement brownien de la mondialisation. Le conseil est d'aller de l'avant, de foncer comme les autres, mais non sans se tenir informé en permanence pour assurer et sécuriser ses positions.

Nicole Hoffmeister



©DR

L'ouragan Trump va-t-il mettre à mal nos stratégies de croissance à l'international ?

La meilleure et la pire des choses ? : quelles leçons tirer de ce grand chamboulement ?

Il nous surprend, il nous interpelle, Donald Trump qui a été élu par le peuple américain, dispose de deux mois et demi avant de prendre sa place de président de la première puissance mondiale. Nos repères se bousculent face à une Amérique qui semble se couper de nous. On hésite entre peur d'une montée non contrôlée du populisme, peur du racisme, du protectionnisme, du mépris des femmes, et envie de croire et de participer à la relance de la croissance aux Etats-Unis.

Les commentaires vont bon train dans le monde entrepreneurial, confronté à la crainte que nos règles du jeu soient faussées, une incertitude brouillant toutes nos ambitions d'une mondialisation active et raisonnée. Ceux qui traitent avec les USA reconnaissent cependant qu'un vent de transformation est bien nécessaire pour doper l'industrie et l'activité. Beaucoup misent sur l'aspect pragmatique du chef d'entreprise qu'est Donald Trump, qui ne devrait pas s'entêter sur des sujets strictement politiques et privilégier le positif.

Peut-il renégocier les traités commerciaux ? Les échanges entre différents pays et les Etats-Unis, les droits de douanes vont-ils être rediscutés ?

L'impact de l'événement est beaucoup plus compliqué et plus grave que celui du Brexit ou que les conséquences du choc pétrolier. Cependant, une des leçons à tirer pour nous Français est mise en avant par François de Closets dans l'Opinion : « Après Trump, nous ne pouvons plus « faire comme si » : en clair, il faut passer le message qu'il est temps de nous apercevoir que la France n'est pas clivée par le milieu entre droite et gauche, mais se divise à la verticale entre des

partis de gouvernement représentant la classe dirigeante et la minorité active mondialisée face à des partis populistes qui fédèrent les classes populaires abandonnées et surtout exaspérées. Même dans nos pays européens, cela nous oblige à mettre en cause la montée inexorable des inégalités et des exclusions. Pour que les partis qui structurent notre vie politique retrouvent leur place, il faut rassembler au lieu de diviser. Et c'est l'urgence, dans la période pré-électorale que la France est en train de vivre.

Bruno Frappat, dans La Croix fait état de la tentation générale de renfermement sur les valeurs de chacun, des habitudes de rejet, d'expulsion, d'exclusion, dans une logique qui s'appuie sur les peurs sociétales. Régression des libertés en Hongrie, en Turquie, ambitions de l'Etat islamique, farouche volonté de la Chine d'amplifier sa puissance, nationalisme de la Russie de Poutine. « Le populisme, système sans tête, sans générosité, sans humanité se répand sur la terre à la vitesse de la lumière » s'inquiète-t-il.

« We are going to make our country great again » : Trump sera jugé sur ses actes

Impossible de prévoir dès maintenant l'inflexion de la politique du gouvernement de l'équipe de transition de ce milliardaire extravagant qui entend se comporter comme un grand champion. Nous notons cependant avec plaisir que, lui qui voulait abroger la réforme de l'assurance-maladie, fait annoncer qu'il procédera seulement à des amendements de l'« Obama Care ». De même, peut-on prendre au sérieux les annonces d'un mur entre Mexique et USA ?

Heureusement, le gouvernement en train de se constituer mettra sans doute plus de raison dans cette politique protectionniste annoncée, de même que le Congrès qui devra tempérer les ambitions d'un homme d'affaire, milliardaire, certes talentueux, mais qui n'a jamais exercé de mandat au bénéfice d'un peuple, et qui se trouvera immanquablement confronté à des conflits d'intérêts entre son empire professionnel et son mandat de président et dont les propos vont, par la force des choses, s'adoucir à l'épreuve du pouvoir.

Nicole Hoffmeister



Pas de mondialisation possible sans digitalisation

Les médias sociaux et les supports électroniques divers utilisés dans l'entreprise génèrent chaque jour des volumes de données gigantesques, qu'il va falloir maîtriser tandis que les outils et canaux de diffusion de ces informations se multiplient. Il est urgent pour l'entreprise d'optimiser ses équipements et sa stratégie si elle veut capter et fidéliser efficacement sa clientèle.

Selon Google, utiliser des stratégies de marketing digital permettrait à une entreprise de viser un chiffre d'affaires, 2,8 fois supérieur à celui d'une entreprise qui fonctionne avec des méthodes classiques.

Les grands industriels sont les premiers à afficher les gains de productivité offerts par le numérique. On estime déjà en France que la

nombreux freins existent chez les Pme qui hésitent face à la dématérialisation généralisée de leur entreprise et de leurs échanges avec les tiers. Le numérique est certes synonyme d'économies de papier, de plus grande efficacité au quotidien, de mobilité facilitée pour le travail des salariés mais tout cela implique un investissement initial devant lequel les Pme renâclent ! Pourtant, sans digitalisation, pas de possibilité de se faire connaître partout dans le monde, de fidéliser ses clients, de les servir avec la réactivité nécessaire et de leur assurer la qualité qu'ils sont en droit d'exiger.

Vendre et acheter à l'international

La référence en la matière, e-bay qui se dit leader mondial du commerce connecté, met en relation des millions d'acheteurs et de vendeurs dans le monde entier. Quelle que soit la taille de l'entreprise qui met en vente ses produits à l'adresse d'acheteurs étrangers, elle doit prévoir ses fiches produits dans la langue du pays, adapter sa politique de SAV en fonction des pratiques locales, s'assurer qu'il est conforme aux normes et aux réglementations locales, adapter ses options de paiement. Pour que les acheteurs et les vendeurs puissent dialoguer librement, eBay a mis en place un partenariat avec web interprète qui traduit les fiches produits sur les pays limitrophes.

Pour les paiements, des accords ont été signés avec des banques à l'étranger grâce à Paypal qui permet d'accéder à la plupart des monnaies. Le vendeur peut se connecter sur la plateforme d'expédition d'eBay et suivre l'avancement de l'expédition de ses produits. Pour le transport, des partenariats ont été

signés à des prix négociés. eBay capitalise ainsi sur la force de cette plateforme qui permet à ses vendeurs de toutes tailles de bénéficier d'économies d'échelle.

Comment simplifier et accélérer les services de e-commerce de manière rentable et sans avoir à investir lourdement en faisant appel à des développeurs ? C'est une question fondamentale pour une Pme. Comme tous les spécialistes qui se penchent sur les services de nouvelle génération pour mieux vendre et maîtriser les payments, Infosys lance une plateforme e-commerce modulable et conçue pour les mobiles à travers Skava, société américaine récemment acquise par Infosys, qui dispose déjà de 190 000 innovateurs à travers le monde afin d'imaginer des solutions innovantes pour faciliter les affaires. Ici, le but est clairement d'aider les clients à trouver des solutions personnalisées, adaptées à la demande du moment.

La plateforme est directement pré-configurée en marque blanche. Tout est conçu pour fonctionner sur tablette ou téléphone.

C'est facile à mettre en place, avec une traçabilité assurée : on peut gérer la localisation, la forme que prend le panier, la façon dont les produits sont classés, les champs, la taille des boutons, les informations produits, les tarifs, les offres, le payment, en fonction de ce qu'on veut mettre sur le marché, bref une approche flexible et modulable qui convient aux produits de grande consommation. « La solution est très fiable, omnicanal. Elle supporte des millions de commandes » assure Raphaël Soufir, engagement manager chez Infosys, qui avance l'argument massue : « elle résiste au Black Friday ! »

Nicole Hoffmeister



Regrouper les compétences : ensemble, on est plus forts

Les conseils pour qu'un groupement réussisse : bien analyser ses forces et ses faiblesses, travailler sur ses fondamentaux pour garder son cœur de métier et mutualiser ce qui peut être fait en commun.



©DR

Ces conseils sont donnés par Xavier Benoit (en photo), vice-président Technique, Innovation Qualité de Centum Adetel et par ailleurs vice-président de l'association LUTB-RAAC qui organise pour la troisième année, les Automotive Techdays, les innovations nées de l'excellence industrielle de la filière automobile.

L'exemple des Automotive Techdays, premier événement de son genre en France, montre que la collaboration entre entreprises, laboratoires et universités permet de proposer des solutions particulièrement innovantes.

On a plus d'impact en regroupant les compétences, et de plus, on mutualise les coûts.

L'événement qui se tient en Rhône-Alpes depuis 3 ans, accueille de plus en plus de visiteurs et séduit de plus en plus d'exposants. Au cours de la précédente édition, 50 projets collaboratifs innovants avaient été présentés par les entreprises exposantes devant 44 invités venant de 7 pays différents. Elles ont pu grâce à ces rencontres organisées, établir des contacts avec de grands constructeurs automobiles, lancer des produits. En mettant en contact les porteurs d'innovations avec des acheteurs et directeurs R&D des constructeurs et équipementiers français et étrangers de rang 1, elles ont identifié des partenaires en vue d'élaborer des projets européens.

Promouvoir les technologies françaises à l'international

« Dans les Techdays, on travaille par affinités pour écrire une histoire avec des technologies pointues, on présente ce que l'innovation conjuguée avec la mutualisation permet de faire » explique Xavier Benoit qui veut

diffuser cette logique de développement sur d'autres domaines d'activité, et l'a déjà exportée vers l'aéronautique, toujours dans le sens de la promotion à l'international des technologies françaises. « C'est très utile pour présenter nos avancées communes et personnelles. Chaque entreprise s'engage à fournir des contacts qualifiés, à faire venir des clients. Evidemment, ceux-ci rencontreront aussi les autres entreprises présentant leur savoir-faire ! C'est vraiment ce qu'on appelle chasser en meute ». Toujours est-il que de plus en plus d'entreprises participent et y trouvent leur compte, ce qui montre la pertinence du modèle.

Avec l'évolution des marchés vers une massification croissante, l'organisation des Pme en groupements devient une nécessité.

« Il faut se servir des accélérateurs et incubateurs naturels que sont les clusters et les pôles pour renforcer la force de frappe des Pme » insiste Paul Robert (en photo) responsable des groupements d'entreprises Pme/ETI pour France Clusters.

Il est clair que les groupements de Pme sont une voie vers la constitution de véritables ETI et favorisent même les opérations de fusion-acquisition.

Les pôles et clusters permettent une coopération ouverte et dynamique pour rassembler des entreprises qui partagent les mêmes démarches et entre lesquelles un climat de confiance s'établit et qui, de plus, peuvent même mutualiser leurs forces commerciales. En se regroupant, elles peuvent développer une offre complète et innovante et se démarquer ainsi de la concurrence en présentant des avantages compétitifs décisifs. « C'est à

cette condition qu'elles seront visibles sur les marchés étrangers » commente Paul Robert.

Mille groupements de Pme

En témoigne l'Opération « Mille groupements de Pme » mouvement lancé par France Clusters, dont l'enjeu est clair : il s'agit de gagner le pari de l'industrie du futur. D'une part, c'est l'assemblage de briques technologiques qui permet de gagner à l'international, d'autre part, la constitution du groupement peut donner une solidité financière, soit faire accéder à des fonds, soit ouvrir l'accès à des organismes financiers ou à des investisseurs.

S'imposer comme apporteur de solutions afin de devenir un fournisseur incontournable pour une offre innovante et différenciée.

• Au sein du cluster Eco-énergies, 26 groupements ont vu le jour pour un CA cumulé de plus de 2 milliard d'euros. Les groupements sont structurés par métier ou agissent en transversal sur le marché de la rénovation énergétique, depuis la conception jusqu'à la réalisation.

• ViaMéca compte 156 adhérents, notamment des Pme et affiche 126 projets collaboratifs labellisés. Il se définit comme une usine à projets. Le potentiel du territoire couvert par le pôle est de 4 000 entreprises, 235 000 salariés, soit 25% des effectifs français qui travaillent dans la mécanique, comprenant 2 500 chercheurs. L'intérêt de Via-Meca est que le pôle donne une solution à l'éparpillement de ce tissu économique en une multitude de très petites entreprises. En les aidant à constituer des groupements, elles apportent une solution globale aux donneurs d'ordre. De l'avis de tous les participants, l'outil n'est pas assez utilisé car toutes les alliances possibles facilitées par les clusters, sont des moyens pour les Pme d'accéder avec succès aux marchés mondialisés qu'elles ne pourraient viser en restant isolées.

Nicole Hoffmeister



©DR



digitalisation de l'économie va permettre de contrer le déclin industriel, à condition que les Pme et ETI acceptent le défi de la robotisation et de la digitalisation. Il reste encore beaucoup à faire pour atteindre le stade de l'industrie 4.0, notamment chez les ETI qui s'interrogent sur le retour sur investissement qu'elles peuvent retirer de l'exploitation des données avant d'être assurées de gagner en productivité.

La digitalisation permet aux entreprises de mieux répondre aux attentes de leurs clients (nouveaux canaux de distribution, offres personnalisées), de leur proposer des solutions optimisées et d'améliorer la réactivité et la qualité du service client...Cependant, de



Innover pour grandir, se différencier par le haut

Ne pas réduire l'internationalisation aux activités d'exportation et chercher à se différencier par le haut. Innovation ne signifie pas forcément invention, mais observation attentive des tendances, capacité à se positionner. Toujours être à la recherche de nouvelles tendances, identifier les nouveaux besoins, tant ceux des consommateurs que ceux des industriels, rechercher des partenaires avec qui, par exemple partager un service de R&D pour être prêt plus vite à moindre coût pour chacun, être en veille permanente afin de pouvoir adopter une démarche pro-active et se positionner sur de nouveaux marchés se révélant comme porteurs. L'innovation, un état d'esprit indispensable pour se projeter à l'international.

Le Boom des start-up

Caractérisées par l'innovation, symboles d'une mondialisation effrénée, découvreuses de besoins, puissantes et fragiles à la fois, pleines d'ambition, elles soulèvent l'intérêt des financiers et des investisseurs. Connectées et créatives, elles sont en totale adéquation avec les nouvelles générations du monde entier. Les start-up françaises réussissent si bien en terme de communauté et de levée de fonds qu'actuellement Paris compte plus de start-up que Londres ou Berlin.

Le web Summit et Slush se sont imposés en quelques années comme les deux conférences tech européennes de référence, comptant l'un 190 start-up françaises, l'autre 1700 start-up. Ce dernier présente la particularité d'attirer un investisseur pour 2 start-up !

A titre d'exemple, le premier accélérateur de France à avoir été labellisé French Tech et à avoir effectué une levée de fonds auprès de Bpifrance, Axaleo s'intéresse aux start-up logiciels BtoB à fort potentiel en accélérant leur accès au marché et aux sources de financement. L'accompagnement est spécifique pour chaque start-up quelle que soit sa localisation en France.

La French Tech, parlons en

Une marque ouverte pour les start-up qui repose sur l'implication des éco-systèmes locaux (universités, écoles, pôles de compétitivité, associations professionnelles, pouvoirs publics et notamment Régions) dont la vocation a été de faire de la France une « start-up nation ». On ne les compte plus : de la santé connectée, la télé-assistance, aux sites d'achats en ligne, au smartphone le plus sécurisé au monde, au champion des drones professionnels, elles ont la cote, se créent tous les jours et n'hésitent pas à se mesurer à des mastodontes de leur secteur. Economie collaborative, covoiturage, hébergement, elles ont fait naître l'économie de partage dans notre quotidien, prônant l'usage plutôt que la propriété. Elles collectent, analysent l'ensemble des données que nous émettons et font entrer le marketing dans une nouvelle dimension. Grâce à elles, on peut désormais depuis n'importe quel endroit de France, toucher l'ensemble du monde. Grâce à d'importants dispositifs de soutien, aux accélérateurs, aux incubateurs, aux espaces de co-working, elles ont toutes les facilités pour prospérer et faire du modèle de start-up à la française, « l'exception culturelle » qui relancera le Made in France.

Une forte croissance soutenue par des générations Y et Z d'ingénieurs talentueux et très bien formés qui devra cependant franchir un cap pour passer du stade de jeune pousse à celui d'entreprise génératrice de revenus.

Le Made in France, un supplément d'âme toujours différenciant, toujours innovant et toujours porteur

En qualité, en mode, en luxe, la France continue à faire vendre à l'international. A condition de savoir donner à ses produits un supplément d'âme. Petit Bateau, Aigle, Armor Lux, Lacoste, Saint James, Robert Clergerie, sans parler d'Hermès et de tous les grands de la mode, mais aussi les petites griffes qui mettent en avant leur lieu de production et savent raconter de belles histoires sur leurs marques pour mettre en valeur la qualité et la créativité qui rend leurs produits désirables. Cette tendance se retrouve d'ailleurs dans tous le pays qui, cherchant à produire en local, veulent valoriser leurs produits et leurs origines.

Se démarquer de la concurrence

Le CEPII a publié ses réflexions concernant les industries agroalimentaires, sur les relais de croissance potentiels que sont les marchés internationaux. Il ne s'agit plus de jouer sur le seul critère du prix mais rechercher la flexibilité industrielle, créer de nouveaux produits, de nouvelles techniques adaptées aux marchés visés, pratiquer une stratégie de labellisation, entretenir un territoire de marque. Après avoir mis en lumière les stratégies de 25 entreprises de l'agroalimentaire qui réussissent particulièrement bien, le CEPII s'adresse aux TPE-PME qui à 98% composent le tissu agroalimentaire français : « Pour investir, innover et se projeter à l'international, la consolidation par croissance externe semble inévitable ». L'essentiel étant non seulement de conquérir les marchés mais de s'y ancrer durablement.

Nicole Hoffmeister

L'exportation collaborative facilitée

Comment se fait-il que les entreprises françaises soient moins bonnes à l'export que les autres entreprises européennes ? Adoptent-elles la bonne stratégie en partant seules à la conquête des marchés ? Réponse : Non, bien sûr.

C'est pour faciliter concrètement ces rapprochements, que le MEDEF s'est allié à l'OSCI pour lancer le programme : EXPORTATION COLLABORATIVE. Après avoir touché les entreprises de l'agroalimentaire en collaboration avec l'ADEPTA et fait jaillir de nouveaux projets de coopération entre sociétés du secteur, le MEDEF s'engage maintenant dans une nouvelle campagne destinée à susciter des vocations et des projets sur le thème : Ville, Environnement et Construction Durable.

• Si vous êtes une entreprise appartenant à ces filières, découvrez les projets d'exportation collaborative de la prochaine demi-journée qui est dédiée à ces secteurs et venez le 28 novembre prochain au Medef pour rencontrer les porteurs de projets sélectionnés et les entreprises qui comme vous pourraient envisager d'adhérer à l'un de ces projets.

Ce n'est pas la première fois que les entreprises françaises entendent parler de « chasser en meute » ou de « naviguer en escadre ». « Il faut passer du concept à la réalité » affirme Etienne Vauchez, président de l'OSCI, estimant que en identifiant les opportunités de marché, on peut faciliter la constitution d'équipes et avoir la surface suffisante pour se positionner visiblement sur les marchés. Les Régions, les pôles de compétitivité, les clusters, de leur côté, proposent des aides, facilitent les rencontres, misent sur les regroupements de compétences, les rapprochements par métier ou par localisation.

Le 28 novembre, ce sera l'occasion pour les entreprises concernées par la Ville durable de venir rencontrer les porteurs de projets. Elles peuvent aussi de leur côté proposer des rapprochements avec d'autres entreprises pour atteindre leurs objectifs. Les déclinaisons du sujet sont à l'infini : eco-construction, amé-

lioration de l'habitat, pollution des eaux, innovations technologiques, énergies renouvelables, photovoltaïque, solutions urbaines intelligentes, gestion du trafic, éclairage, recyclage, énergies photovoltaïques, projets ferroviaires, construction d'hôpitaux, transferts de savoir-faire...

Impossible de lister tous ces projets. Il y en a encore beaucoup d'autres qui concernent l'aménagement des villes, la construction durable, les services logistiques urbains et fluviaux, en Allemagne, Pologne, Brésil.

Pour rencontrer ces porteurs de projet et les autres entreprises intéressées, inscrivez-vous sur :

<http://www.exportation-collaborative.fr/meetup-ville-environnement-construction-durable>

Une trentaine de projets sont déjà sélectionnés pour être portés à la connaissance d'entreprises intéressées à se grouper pour réussir. A titre d'exemple, en voici quelques uns.

CHINE

- **ÉNERGIE VERTE** : projet à fort potentiel pour la fourniture d'énergies aux industries chinoises, notamment dans les provinces du Yunnan, Jiangsu, Fujian, Hebei.
- **GESTION DES DÉCHETS, RECYCLAGE**. Demande fortes de municipalités du Shanxi et du Hebei pour recyclage dans l'industrie du papier et solutions de valorisation de déchets.
- **TRAITEMENT ET DÉPOLLUTION DES EAUX**, notamment pour les stations d'épuration urbaines. Potentiel important dans de nombreuses provinces

SINGAPOUR/ASEAN

- **PROJET DE CRÉER UN GROUPEMENT EXPORT** composé d'entreprises et de bureaux d'études dans l'objectif de fournir un système complet de recyclage des eaux grises.

ROYAUME-UNI

- **MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION ÉCOLOGIQUES**. Le Royaume-Uni est plutôt en retard en ce domaine. Il s'agit de proposer un ensemble de produits pour réaliser des logements écologiques et d'organiser leur distribution et la formation des revendeurs de matériaux.

ANGOLA

- constituer un groupement d'entreprises françaises pour **PRODUIRE DU FROID À PARTIR DE L'ÉNERGIE SOLAIRE**. La chaîne du froid est un problème majeur en Afrique. Les donneurs d'ordre sont les gouvernements provinciaux, les exploitants de fermes agricoles et les porteurs de projets solaires.

TURQUIE

- **CONSTRUCTION DURABLE POUR LA GESTION DE SÉISMES**. Constituer un groupement d'entreprises pour proposer matériaux innovants et savoir-faire pour tous projets de construction dans une ville comme Istanbul qui est à risques sismiques.
- **SMART CITY**. Associer des expertises françaises autour de développeurs, fabricants, services de R&D, conseils en solutions communicantes, automatisées pour proposer des solutions intelligentes pour la gestion des villes qui, en Turquie comptent pour 20% d'habitants sur une population de 78 millions.



L'accélérateur international Export Direct, créé par des entrepreneurs pour des entrepreneurs

Tous les exportateurs s'accordent pour dire que partir à l'export est une aventure. Il faut avoir des fonds, être accompagné par des gens compétents, rechercher la complémentarité avec d'autres pour être visible et crédible à l'étranger et pouvoir détecter les bons partenaires.

Pourquoi un accélérateur ?

Parce que la mondialisation fait qu'on ne nous attendra pas. Partir à l'export exige une certaine maturité de l'entreprise face aux différents risques qui la guettent si elle n'est pas assez avertie. Pourtant l'exigence est là, il ne s'agit pas de se laisser écraser par les concurrents plus aguerris, qu'ils soient français ou étrangers. C'est la raison de la création d'Export Direct, accélérateur nouvelle génération voulu notamment par la DIRECCTE et le MEDEF auxquels s'associe le Campus René Cassin et que Classe Export pilotera en tant qu'ensemblier

L'action prévue est logique : l'entreprise est la priorité absolue, on se concentre sur ses projets. On s'oriente en fonction de ses besoins. Les organismes d'aide se positionneront dans la mesure où ils s'intégreront dans la démarche globale qui la fera réussir : information, échanges, rencontres, financement, présence sur le terrain, stratégie, etc. Rien de nouveau, tout est naturel : les accompagnants sont les acteurs publics et privés de l'international, mais toutes les actions sont coordonnées autour de l'entreprise et de son projet pour aller au plus vite avec un minimum de risques et réussir à lui faire réaliser le chiffre d'affaires qu'elle vise.

Arrêter de tergiverser : chercher à se positionner vite et bien

Actuellement, les entreprises doivent faire appel soit à de longs et lourds programmes de structuration, soit à une série de prestations ponctuelles, non coordonnées. Il s'avère que parfois, les entreprises utilisent jusqu'à 7 aides différentes, sans avoir de résultat, faute d'organisation et de suivi.

Cassons les codes : tout peut se structurer au fil des mois ou des ans, la formation, le recrutement du personnel, les aides potentielles, les



partenaires d'implantation, les spécialistes pays, mais le phénomène de mondialisation dans lequel nous sommes entraînés, fait que tout va très vite et qu'il faut se positionner si on veut pouvoir capter les opportunités sans risquer de rater l'opération. D'où l'intérêt du programme d'amorçage Export Direct. Bien entourée, informée et aidée, l'entreprise peut alors tenter de saisir l'opportunité qui lui générera le chiffre d'affaires qu'elle est en droit d'espérer en 12 ou 24 mois. Ce n'est qu'ensuite, après amorçage avec les spécialistes indiqués quelle pourra envisager la restructuration

L'accélérateur Export Direct est un ensemblier des compétences existantes. Il les sélectionne, les met en action, sur-mesure, dans l'ordre, après avoir mis en place un tableau de bord qui donne à chaque chef d'entreprise une mesure du risque de l'opération de développement à l'international.

L'idée directrice : on peut se lancer parce qu'on est assuré

Le programme convient particulièrement à des Pme à des chefs d'entreprise motivés, qui ont déjà des expériences à l'export, capables de sortir du chiffre d'affaires rapidement et pour qui on vise le concret, le rapide, le simple. Jusqu'à 100 Pme seront accompagnées. C'est le moment de répondre à l'appel à candidature en vue de la première sélection.

Lancement de la première plateforme d'amorçage en région Auvergne-Rhône-Alpes, sur le salon Classe Export de Lyon, les 1 et 2 décembre.

Nicole Hoffmeister

La mondialisation a engendré la localisation

Localisation, le mot à la mode est lancé, il n'est pourtant que du bon sens. Pourtant, on a cru un moment à la fin des années 90, que internet allait permettre aux entreprises de se développer partout à partir de leur bureau parisien. Que Nenni ! Le besoin d'équilibre des relations, la multiplication des barrières non tarifaires, le Buy American Act, la compétition internationale exacerbée, obligent nos entreprises à paraître locales et donc à localiser une partie de leur modèle économique sur le marché qu'elles visent.

Les grandes entreprises ont montré la voie. On ne vend plus un Airbus sans proposer d'assembler une partie localement ou de développer un service local en contrepartie. On n'imagine pas vendre un TGV sans produire localement une partie des wagons. On peut même craindre que cela finisse par donner partout dans le monde de mauvaises habitudes de délocalisation. Les pays en voie de développement l'ont si bien compris qu'on est passés à l'ère du chantage à la localisation pour obtenir des marchés.

Est-ce pour autant un mal ? Pas du tout ! c'est une évolution voulue par la mondialisation

Pierre Gattaz, le patron du MEDEF, explique qu'en montant à l'étranger des usines qui emploient 1600 personnes, il a créé 300 emplois en France. Des PME de taille moyenne expliquent que leur filiale chinoise a sauvé la maison-mère française... Il semblerait que ce soit vraiment une façon différente de penser et d'investir un marché. Le virus de la localisation a gagné toutes les phases du développement de l'entreprise, y compris la phase prospection commerciale. Pas question dans certains secteurs de ne pas afficher une filiale locale quand on veut prouver à ses clients que l'on veut durablement vendre sur le marché.

Heureusement, des produits spécifiques

d'hébergement commercial sont nés pour aider les PME sur le sujet.

Les opérateurs du commerce extérieur dans le secteur privé ont lancé cette démarche il y a bien longtemps. Martial Meyssignac de PMC Japan à Tokyo en fait son commerce. Il a lancé bon nombre d'entreprises françaises sur place, Le Creuset, Altadis... en donnant aux Japonais l'illusion que ces entreprises étaient implantées localement avec un staff performant et pléthorique, alors qu'il avait mis à disposition un seul commercial à temps partagé faisant partie de son staff, tête de pont des équipes de PMC qui assuraient l'interface client, au nom de l'entreprise. « Une réussite, » assure Martial « car cela augmente fortement les chances de succès et c'est même un facteur de 1 à 2, en temps comme en chiffre d'affaires généré ».

Pour Laurent Satre de Résoway au Canada, qui héberge maintenant plus de 27 entreprises françaises dans ses locaux à Montréal, l'opération est un véritable succès. Ce fin connaisseur du Canada qui a quitté le service public il y a de nombreuses années pour passer à la vitesse supérieure, n'hésite pas à déclarer « ici on fait du business, on n'est pas une agence de renseignement ».

« En Allemagne c'est une réalité de terrain » explique Dominique Cherpin, le patron de Villafrance. « Il est indispensable d'embaucher un commercial allemand qui joue le rôle de proximité, essentiel dans la relation ». Villafrance héberge plus de 100 personnes dans ses bureaux en Allemagne, pour des entreprises françaises. Il est devenu un incon-

turnable du business franco-allemand. De nombreuses solutions privées sont aujourd'hui disponibles dans la plupart des pays du monde avec des process rodés et des success-stories convaincantes.

Les CCI Françaises à l'étranger l'ont bien compris puisqu'elles ont lancé, il y a quelques semaines, un produit spécifique « implantation plus » qui associe un hébergement de collaborateurs à une palette de services complémentaires.

L'accélérateur d'entreprises Export & Associé en a fait également un credo, « aujourd'hui il est plus performant et beaucoup plus rentable d'avoir des salariés, même partagés dans des pseudo filiales étrangères plutôt que de faire des aller-retour pour rencontrer des distributeurs qui vous oublient dès que vous avez le dos tourné » commente Hervé Guirand, le directeur de l'accélérateur, fort d'une kyrielle d'exemples vécus. « Cette façon de travailler est parfaitement adaptée à des PME de taille petite à moyenne, ce qui est une marque de fabrique française, alors que les grands groupes eux, raisonnent souvent plutôt en termes d'acquisition et de croissance externe. »

Plus qu'une tendance dans la façon de prospecter, c'est en fait du bon sens. Le seul changement depuis 20 ans, c'est le coût pour adopter cette méthode, un coût qui a été divisé par trois dans le même temps que le risque, grâce à l'arrivée sur le marché d'une palette de services performants.

Marc Hoffmeister



L'intelligence stratégique fera notre force à l'international

Les données à prendre en compte nous bombardent de tous côtés, mais il faut savoir que seulement 10% des documents existant sur le net, sont indexés par Google ou d'autres moteurs de recherche, car il reste toutes les informations informelles véhiculées par les réseaux, les sources ouvertes et impossibles à répertorier directement.

La donnée est devenue un actif de l'entreprise



Matthieu Bourgeois
Associé Cabinet
Simon Associés

« Une donnée doit être considérée comme un actif qui doit être protégé et valorisé » insiste Matthieu Bourgeois, avocat spécialiste des NTIC. « Je regrette que le niveau de cyber

sécurité des entreprises françaises soit si faible, à commencer par un sérieux verrouillage des mots de passe ».

Il est clair qu'une entreprise industrielle qui regorge de données financières, commerciales, personnelles, de secrets de fabrication doit commencer à protéger les données souvent hébergées chez des sous-traitants à l'extérieur pour lesquels il ne faut pas oublier de mettre des clauses de sécurité dans le contrat. Matthieu Bourgeois fait remarquer qu'en ce qui concerne l'assurance du cyber risque, certaines compagnies d'assurance lancent des polices spécifiques. Les choses évoluent très vite, mais cela exige que les entreprises intègrent la notion que leurs données ont une valeur.

D'ailleurs aux Etats-Unis, on voit fleurir la profession de Data Broker, courtier en données, démontrant qu'on peut vendre de nouveaux services, des études pour faire du marketing prédictif. Les données peuvent être une machine de guerre. Il faut mettre en place une stratégie de gouvernance des données. On voit dans les grandes entreprises, des Chief Data Officers, les responsables de la stratégie de la donnée. L'avocat s'étonne que ce sujet sécuritaire ne rentre pas dans les programmes des politiques en quête d'électeurs.

Toujours est-il que le problème est à traiter urgemment et Matthieu Bourgeois qui va sortir en 2017 un ouvrage sur le droit des données, estime qu'on aurait besoin actuellement d'un code des données.

N. H.

Comment simplifier l'accès à l'information stratégique en vue de prendre les bonnes décisions ?

Depuis 2012, trois ingénieurs de la start-up **Eyes Media** planchent sur la mise au point d'un logiciel dédié à la cyber investigation.

Le logiciel e-perion a été dédié au départ aux grands groupes et aux services gouvernementaux qui avaient des services de veille stratégique. Peu à peu, il est apparu de plus en plus utile pour scruter le cyberspace, parcourir le web visible et invisible pour détecter ce que disent les influenceurs, les émetteurs d'information publics et privés, repérer des informations codées ou non, trouver les sources.

Notre logiciel métier fait notre force.

Christophe Amande, président de Eyes Media décrit la démarche de sa société : « on envoie des robots qui récupèrent des informations, des phrases, des conversations qui seront traitées par l'intelligence artificielle. Les robots recueillent des meta-données et nos algorithmes nous permettent de croiser les informations grâce à des mots clefs. Inutile de dire qu'on sélectionne les zones, on crée des mots-clefs en s'émancipant des algorithmes officiels. Nos analystes structurent, rangent les dossiers, analysent pour rendre les informations intelligibles pour le client ». C'est ce qui permet à Eyes Media de gérer l'e-réputation, de créer des cartographies heuristiques.

« Tout est factuel, tracé. On donne nos sources. On se charge de due diligence : on peut scruter tout ce que font les entreprises sur les marchés, toutes les informations financières qui montrent la stratégie affichée de l'entreprise. Dans ce cas, on se met aussi à l'écoute des influenceurs, de ce qui est dit sur les blogs, sur ce qu'avancent les experts-marchés ».

Les tendances du marché : les demandes des clients sont en train de s'orienter de l'organisation à la protection des données et donc à la cyber sécurité, une problématique qui s'impose de plus en plus dans les entreprises.

Nicole Hoffmeister

Christophe
Amande



Les nouvelles générations de dirigeants face au défi de la mondialisation

Dans les entreprises familiales, la succession est toujours une étape cruciale. Parfois, la génération appelée à prendre la tête de l'entreprise fait des choix stratégiques, des choix de rupture qui peuvent bouleverser la "routine" établie, voire créer des tensions managériales intergénérationnelles le temps de la transition.

Florence Dibon-Gallo



« Nous sommes en train de changer notre business model en proposant moins d'expertise métier et plus de prestations qualité. Je passe actuellement une formation certifiante RQSE »

Il s'agit souvent de quadras, de culture internationale, qui ont compris que l'avenir de l'entreprise familiale portée à bouts de bras par leurs parents, passait par la recherche d'un nouveau modèle, d'une nouvelle approche des marchés et des clients, et de fait par une ouverture internationale plus marquée. C'est typiquement ce qu'est en train de vivre depuis deux ans Euro-Tech, Pme de Vitrolles.

Créée en 1990 par Marie-Claude et Jean-Pierre Dibon, cette Pme de Vitrolles intervient en tant que prestataire de services et d'ingénierie auprès des grands industriels de l'énergie et du pétrole. La société propose des prestations intellectuelles, du service, de l'ingénierie des process, de la direction de chantier, coordination des travaux, ou bien encore du planning et du "cost control". Ses clients : les grands noms de l'oil & gaz et de l'énergie : Total, Engie, Arkema, Technip, Fortser Wheeler, Exxonmobil...

Suivre la clientèle à l'international ou la perdre

Après avoir intégré la société en 2000 et s'être forgé une expérience transversale dans les ressources humaines et le management, **Florence Dibon-Gallo succède à son père à la direction générale de la société familiale en 2014**. Et commence par prendre en main la partie commerciale. « J'ai rajeuni notre équipe commerciale, j'ai créé une agence à Paris pour être au plus près des sièges de nos grands clients ». Surtout, consciente de l'évolution des marchés et des attentes de la clientèle, elle décide de prendre le virage de

l'international. « Avec la crise pétrolière et la chute du cours du pétrole, tous les acteurs du secteur ont gelé leurs investissements. Nous n'avions n'autres choix que de trouver de nouveaux secteurs et de nouveaux débouchés » explique-t-elle. « On travaille avec Technip partout dans le monde, mais au départ de Paris. On m'a expliqué qu'on ne pouvait plus travailler comme cela ». En clair : soit la Pme suivait ses clients sur les marchés internationaux, soit elle les perdait... Ainsi, la jeune femme décide-t-elle de suivre Total au Congo et au Cameroun avant de créer une filiale en Chine pour suivre Technip qui venait de remporter un chantier pour le compte du russe Gazprom.

Une bataille de famille pour faire accepter les nouvelles décisions

Cette nouvelle orientation stratégique et cette prise de risque, quoique limitée, « pour l'instant, nous n'avons investi que 20 000 euros pour l'ouverture de notre filiale chinoise, ce n'est pas grand chose, il nous faudrait investir 150 000 euros » (le chiffre d'affaires de la société est de 3 à 5 millions d'euros selon les années, ndlr) a occasionné une "bataille de famille". « Ces investissements ont eu du mal à être intégrés » avoue Florence Dibon-Gallo. D'autant que tous les choix n'ont pas été couronnés de succès. « Au Congo, j'ai fait une erreur de casting » reconnaît-elle. « On essaye de se développer comme on peut ». Et les erreurs de parcours n'empêchent pas cette dynamique chef d'entreprise d'avanc-

cer. La création d'une filiale en Chine pour accompagner Technip a été, de l'aveu de la dirigeante, « une vraie galère. Nous avons mis un an avant d'obtenir une licence commerciale, c'était trop tard ». Mais Florence Dibon-Gallo ne se laisse pas abattre pour autant. Et prospecte de nouveaux acteurs sur le marché chinois, comme Areva. « En France, le nucléaire, nous n'y pensions même pas. Nous avons approché Areva en Chine et nous sommes en discussion pour travailler avec eux. Nous devrions recruter un VIE au 1er janvier prochain » assure-t-elle.

Fin octobre, la chef d'entreprise a participé à une délégation en Chine conduite par Christian Estrosi. Elle a rencontré à Daya Bay (au Sud de Canton) des représentants du groupe CINOOC (troisième producteur de pétrole en Chine) et de CNPC SHELL, joint-venture entre les groupes CINOOC et Shell. « Nous allons continuer à travailler sur notre développement, car il y a du potentiel, et les Chinois ne sont pas fermés aux entreprises étrangères ».

Le changement de modèle, le pragmatisme, la prise de risque, l'internationalisation et la diversification, tels sont les nouveaux ingrédients qui devraient permettre à Euro-Tech de s'adapter aux exigences de son marché et de booster, espérons-le, sa croissance future.

Sylvain Etaix



CMI

le pionnier devenu leader mondial

L'histoire a commencé il y a deux cents ans. En 1817, John Cockerill, industriel venu des environs de Manchester à Verviers pour y implanter des filatures, et qui souhaite fabriquer lui-même l'acier dont il a besoin, jette son dévolu sur la rive droite de la Meuse à Seraing, à deux petites lieues de Liège. Il y rachète à Guillaume d'Orange, le roi des Pays-Bas dont fait partie la Belgique depuis le Congrès de Vienne de 1815, un château, jadis résidence d'été des Princes-Evêques de l'ancienne Principauté de Liège.

John Cockerill y implante ses ateliers. Ce sera le début de la révolution industrielle sur le continent et d'une expansion qui allait faire de la Belgique, et plus particulièrement de la Wallonie, la troisième puissance économique mondiale au début du vingtième siècle !

Avec l'acier de ses usines, John Cockerill ne se contentera pas de fabriquer des métiers de filature. En 1835, la première locomotive produite sur le continent sort des ateliers de Seraing. Ce seront ensuite, en 1865, les premiers canons de la jeune armée belge avant, par exemple, des lignes de chemin de fer aux quatre coins du monde, en Russie et, déjà, en Chine !

CMI poursuivra son petit bonhomme de chemin au sein de l'ensemble sidérurgique wallon, devenu successivement Cockerill-Espérance-Longdoz puis Cockerill-Sambre et enfin Arcelor. Transformé d'abord en filiale du groupe en 1982, l'équipementier de Seraing prendra son indépendance définitive vingt ans plus tard à la suite de son rachat par deux industriels, Pierre Meyers et le Français Bernard Serin, aujourd'hui PDG et tête pensante incontestée de la société dont il détient 80 % du

capital, le solde étant aux mains d'un groupe de cadres dirigeants de l'entreprise.

Guinness Book pour les chaudières

Fidèle à son engagement de conserver la totalité de ses activités, CMI - pour Cockerill Maintenance et Ingénierie - repose sur cinq secteurs : énergie, défense, industrie, services et le petit dernier, lancé le 1er août 2016, dédié à l'environnement.

Depuis plusieurs décennies, le produit-phare de la division énergie est la chaudière de récupération de chaleur pour centrales électriques à cycle combiné gaz-vapeur. Une chaudière CMI de la dernière génération équipe la nouvelle centrale électrique de Bouchain, dans le Nord de la France, inaugurée le 17 juin dernier, d'une capacité de 605 Mgw, dont le rendement énergétique exceptionnel de 62,2 % vient d'être inscrit au Guinness Book des records !

Pour que les matériaux résistent à des températures supérieures à 600°, ce nouveau type de chaudière doit être construit en acier inoxydable, ce qui a conduit CMI à créer à Seraing un Centre d'Expertise Soudage. Dix-sept de ces chaudières ont été vendues en Amérique du Nord en 2015.

Energie solaire sans soleil !

Autre performance en matière d'énergie : la conception des récepteurs-tours et des accumulateurs de chaleur de la première centrale thermo-solaire de la planète, implantée en Afrique du Sud. A cette occasion, CMI a conçu un récepteur à sels fondus, chauffés à 565° par le rayonnement solaire. Stockés, ces sels chauds possèdent une énergie qui peut

être utilisée à la demande, y compris en l'absence de soleil. Un récepteur de ce type équipera bientôt la plus grande centrale solaire d'Amérique du Sud, en construction au Chili.

Toujours dans le domaine de l'énergie, le département éolien de CMI France participe, sur la côte bretonne, au développement des hydroliennes qui utilisent l'énergie marine pour la production de l'électricité, un programme soutenu par l'Union européenne.



Partenaire de l'US Army

Dans le domaine de la défense, ce sont les tourelles de char qui sont la spécialité du groupe liégeois, en particulier pour les véhicules blindés à grande mobilité. CMI est le seul fabricant à proposer une large gamme de calibres allant de 20 à 120 mm. L'entreprise ne cesse d'innover, par exemple, dans la connectivité avec des drones pour étendre le champ de vision ou la compatibilité avec un porteur d'un genre nouveau, le catamaran. Dernière reconnaissance en date de ce savoir-faire, CMI Defence a été sélectionné par l'armée US comme partenaire unique d'un programme de recherche et de développement d'un nouveau système d'armes de moyen calibre.

Implanté en Europe occidentale, en Russie, en Amérique du Nord, en Chine et en Inde, CMI Industry est en quelque sorte l'héritier naturel de l'activité créée il y a deux cents ans par John Cockerill puisque cette division est au service de l'industrie des métaux et principalement de la sidérurgie à froid : fours de réchauffage, lignes de décapage et de galvanisation, laminage à froid, traitement thermique et traitement de surface de l'acier, en particulier à destination de l'industrie automobile. En 2015, CMI Industry a élargi son offre vers le secteur de l'aéronautique par le rachat de la société française SLETTI, spécialiste de la conception d'équipements de traitement de surface pour pièces à très haute valeur ajoutée.

Un dernier né en 2016

CMI Environment est le petit dernier de la famille, né au mois d'août 2016. L'expertise environnementale du groupe ne date cependant pas d'hier, grâce, notamment, à l'acquisition de la société Balteau, de Sprimont, active dans le secteur de l'eau

CMI Environment propose son savoir-faire en matière de traitement des eaux industrielles et municipales, des rejets liquides ainsi que dans la potabilisation des eaux. En 2015, CMI a décroché un important contrat au Kenya pour l'implantation de 50 puits d'eau potable et en Belgique,



©CMI Industrie

CMI conçoit des générateurs de vapeur pour centrales électriques solaires de grande puissance.

l'entreprise de Seraing a obtenu le marché, pour cinq ans, de la maintenance des stations d'épuration de la SWDE, la Société Wallonne des Eaux.

Epuration des eaux de sucrerie en France, traitement des boues du site pétrochimique de Jazan en Arabie Saoudite, traitement des odeurs en Chine et au Canada figurent au tableau de chasse ; récupération d'énergie, gazéification et conversion thermique à haute température des déchets solides, biomasse et charbons actifs font aussi partie de l'offre environnementale.

Enfin, CMI Services accompagne les industriels et les exploitants d'infrastructures, tant publiques que privées, dans le montage, la gestion et la maintenance de leurs installations. Pour ce faire, CMI Services dispose d'implantations en Europe (Belgique, France, Luxembourg, République Tchèque), en Afrique, en Chine, en Nouvelle-Calédonie et au Brésil. L'activité va de la maintenance d'une centrale électrique au Maroc à la rénovation d'une grande écluse en France en passant par l'assistance d'un opérateur ferroviaire au Congo.

©CMI Industrie



Le ferroviaire, nous y revoilà ! Souvenez-vous de la première locomotive construite sur le continent en 1835 ! Spécialisée dans la transmission Diesel/électrique, CMI a enregistré ces deux dernières années la commande de 35 locomotives dont l'assemblage final est réalisé en partie à Seraing.

« Pour conserver sa position de leadership, explique Etienne Botton, responsable de la communication, CMI se doit d'innover sans cesse afin de proposer à ses clients les solutions les plus performantes. La recherche et le développement sont les poumons de la société et s'articulent autour d'un bureau d'études central et d'antennes spécialisées. Progressivement, les cols blancs sont devenus presque aussi nombreux que les cols bleus ! »

Un groupe mondial

L'emploi global est passé de 1516 en 2002 à 4700 aujourd'hui. En Belgique, contrairement à ce que l'on pourrait croire, il est resté stable, autour de 1400 personnes, dont la moitié sur le site historique de Seraing. Quant au chiffre d'affaires, il est passé de 358 millions en 2002 à 1,3 milliard en 2015. Pour la première fois, il a franchi le cap du milliard !

Comme le déclare Bernard Serin, « CMI entend célébrer avec force son statut de société bicentenaire devenue un groupe mondial assorti de multiples promesses d'avenir. »

Deux cents ans plus tard, John peut à coup sûr être fier de ses successeurs...

Alain Braibant



©CMI Industrie



GYS, modèle de Pme innovante et performante à l'international



Bruno Bouygues

Peu connue du grand public l'entreprise GYS est en passe de devenir un leader mondial. Pourtant vous trouverez ses postes ou robots à souder, dans pratiquement toutes les grandes surfaces de bricolages ou dans les garages et ce dans 112 pays ! Si vous cherchez un modèle de PME innovante qui se développe à l'international, vous l'avez trouvé.

Bruno Bouygues, (en photo)Président de GYS, fabrique des systèmes de soudage pour deux types de clientèles : les artisans ou les particuliers et les grands industriels comme l'automobile ou l'aéronautique. 1/2 million de machines à souder sortira de ses usines cette année.

«Le marché des industriels nous oblige à innover sans arrêt»

« Nous consacrons 10% de notre CA à la recherche, ce qui nous permet d'être compétitifs également sur le marché des artisans qui bénéficient d'une partie de ces technologies. »
« Pour le marché des artisans ou des particuliers nous avons construit la plus grosse usine mondiale dans notre secteur, elle est extrêmement robotisée, ce qui nous permet, en produisant en France, d'être aussi compétitif que les Chinois pour un meilleur niveau de qualité. » explique Bruno Bouygues.
Dans les années 2000, GYS a réussi à convaincre une clientèle nouvelle : les grandes surfaces de bricolages en miniaturisant des machines qui, de 100 kg sont passées à 4kg. « Puis nous avons mis des écrans pour les piloter et nous sommes devenus éditeurs de logiciels de soudages embarqués dans nos machines. On est en train de faire des systèmes d'exploitation complets pour des machines de soudage. On est dans une course technologique : sur 600 personnes de mon groupe, il y a 160 ingénieurs. »

Notre ambition à 5 ans

D'ici 5 ans, nous allons passer à 1 million de machines en prenant des parts de marchés dans un marché colossal dont nous avons

totallement renouvelé les usages. Par exemple je vends des machines en Allemagne en expliquant aux industriels qu'ils vont presque diviser par deux le temps qu'ils consacrent à leurs pièces. Au lieu de compter une heure de soudage et une heure de polissage, ils ne vont plus faire qu'une heure de soudage et en plus avec une soudure de meilleure qualité. » Il rentabilise ainsi sa machine en une semaine. Dans le secteur automobile, GYS s'est diversifié sur une gamme de chargeurs intelligents qui permettent aux constructeurs automobiles de répondre aux obligations de mise à jour de leur parc voiture. « C'est une des conséquences de l'après Volkswagen, tous les constructeurs doivent rappeler leurs voitures pour solutionner les petits problèmes. Mais pour cela il leur fallait équiper leurs concessions de chargeurs intelligents et nous étions les seuls à pouvoir les fabriquer à un coût extrêmement compétitif sur nos lignes robotisées. Nous allons donc équiper toute l'industrie automobile avec nos chargeurs... et nous dupliquons notre réussite dans les postes à souder en ouvrant une usine en Chine pour fabriquer des petits chargeurs pour les particuliers qui embarquent une partie de nos innovations technologiques à des prix extrêmement compétitifs. »

Présent dans 112 pays

GYS a commencé par des pays francophones, Suisse, Belgique...

« Le plus gros pays en Europe dans notre marché c'est l'Allemagne, on a ouvert une filiale il y a 10 ans et nous sommes aujourd'hui 55 personnes pour gérer nos distributeurs, importateurs, et avoir un stock local. Nous avons l'ambition de devenir le N°1 en Allemagne, mais pour y arriver c'est la guerre économique.

L'Allemagne est notre laboratoire technologique ce qui marche là-bas marchera partout ailleurs. »

En Angleterre, la stratégie de GYS a été différente. « Il y a une vraie culture d'importation asiatique en Grande-Bretagne et j'ai pensé que c'était le meilleur pays pour tester d'autres argumentaires, d'autre façon de faire en face de concurrents asiatiques redoutables. Ma filiale anglaise m'a permis de mieux limer mes coûts de production, d'affiner mes argumentaires... » Une fois cette première étape franchie, GYS est passé de 5 pays d'export à 112 en 3 ans.

La stratégie de GYS à l'international est devenue aujourd'hui sélective.

« Chaque année je choisis un pays où je décide d'investir pour qu'il dépasse le Million d'Euros à 5 ans. On a toujours 4 ou 5 pays en parallèle, la stratégie est très différente à chaque fois, une filiale, plusieurs importateurs... mais un point commun : avoir des hommes en place qui sont performants pour nos produits, et bien formés. »

« Quand on a la chance de rencontrer des hommes qui sont prêts à s'investir il faut capitaliser sur eux. »

Le prochain challenge de Bruno Bouygues, c'est l'Amérique du Nord. « C'est un marché énorme. Il va falloir que j'implante une usine sur place dès que j'aurai atteint la taille critique, ce qui devrait être le cas sous 18 mois, pour implanter au moins un atelier sur place. A partir de maintenant tous les mois, je vais au Canada ou aux Etats-Unis pour sentir le marché et ce que demande la clientèle. »

Marc Hoffmeister

HÔTEL MARRIOTT
LYON CITÉ INTERNATIONALE

CLASSE EXPORT LYON 2016



Inscription et programme sur
lyon.classe-export.com

2 JOURNÉES
800 ENTREPRISES
150 EXPERTS
8 COLLOQUES
14 CONFÉRENCES
POUR VOUS DÉVELOPPER
À L'INTERNATIONAL

Organisé par



Partenaires associés

L'équipe Rhône-Alpes de l'export
et l'international devient plus simple





©ESCE

Comment redresser la situation sur un **marché export** qui ne marche pas ?

Tous les responsables export connaissent le problème des pays où « ça ne marche pas ». Ces marchés peu performants ont un coût pour l'entreprise : des ventes perdues sur des marchés souvent dynamiques. Souvent, les choses se terminent très mal. Nos enquêtes montrent que les exportateurs français perdent en moyenne un marché sur dix chaque année.

Devant ce panorama, je me suis posé la question de savoir s'il y a avait une façon de redresser la situation quand les affaires ne marchaient pas sur un marché export. Pour cela, j'ai étudié la coopération entre exportateur et importateur et son effet sur la façon dont ce dernier s'acquitte de sa tâche, dont il promeut les produits de l'exportateur. Tout d'abord, il paraît important de préciser ce que j'entends par coopération. On parle de coopération lorsque deux entreprises se fixent des buts communs et travaillent ensemble à les atteindre. Dans la pratique, cela signifie que l'exportateur et l'importateur arrivent à se mettre d'accord sur certains objectifs : volume de ventes, conquête de nouveaux clients, moyens de prospection commerciale locale...

Mais aussi, et surtout, que les deux entreprises prennent l'initiative dans les décisions qui devront être prises pour atteindre ces objectifs. On ne peut parler de coopération que si l'exportateur accepte certaines propositions de son distributeur et que, de la même façon, celui-ci suive certaines de suggestions de son fournisseur. En pratique, l'exportateur apporte sa connaissance du produit et son expérience sur les autres marchés export. De son côté, l'importateur fait bénéficier l'exportateur de sa connaissance du marché local. De cette coopération naissent les politiques de prix, de distribution, de communication et de gamme qui seront suivies sur le marché export. L'étude que j'ai menée sur un échantillon d'exportateurs français, m'a permis de vérifier que l'effet positif de la coopération sur la qualité du travail de l'importateur augmente quand les affaires ne marchent pas.

Je propose deux explications à ce phénomène :

1 - TOUT D'ABORD, les liens qui existent entre certaines entreprises peuvent être très étroits. Quand on a bataillé sur un marché pendant des années, qu'on s'est entraîné, que la confiance s'est établie, on travaille dur pour ne pas voir se dissoudre la relation d'affaires et donc, on améliore la qualité de la coopération.

2 - ENSUITE, en situation de crise, les langues se délient. Très souvent, afin de ne pas détériorer une bonne relation personnelle, les partenaires hésitent à mettre le doigt là où ça fait mal. Lorsque les problèmes deviennent graves, les protagonistes se permettent alors de mettre tout à plat. Par exemple, il est quelques fois, difficile pour un importateur de critiquer la qualité des produits de son fournisseur car il sait que les propriétaires de PME, en particulier, sont très susceptibles sur ce sujet. Une crise peut être l'occasion d'amener ce problème sur le tapis. De son côté, l'exportateur, du fait de la situation difficile, aura beaucoup plus tendance à prendre en compte les critiques et à résoudre les problèmes.

Pour autant, peut-on dire que la coopération est la panacée qui vous permettra de redresser toutes les situations les plus compromises? La réponse est malheureusement non. Tout simplement parce qu'une relation étroite et coopérative entre deux entreprises ne s'instaure pas du jour au lendemain, surtout par-delà les frontières. En gros, la coopération est comme une police d'assurance. En cas

de sinistre, elle ne vous couvre que si vous avez payé les primes. Les primes, dans ce cas, consistent à construire une relation étroite avec vos distributeurs étrangers.

D'où mes recommandations :

1) Au moment de la sélection de vos représentants étrangers, essayez de choisir ceux avec qui les relations personnelles pourront être bonnes. Vérifiez la réputation de l'entreprise : Avez-vous à faire à des gens de confiance?

2) Essayez de développer des relations étroites avec ces distributeurs étrangers. Pour cela, je vous recommande en priorité deux politiques :

- > concédez l'exclusivité territoriale et aidez à la faire respecter
- > gérez de façon équitable tout conflit qui pourrait surgir entre vous et votre distributeur (surtout ne le laissez pas pourrir !)

3) Faites un « bilan relationnel » de vos relations d'affaires internationales. Ne vous contentez pas des chiffres!

Les questions à se poser sont :

- > Avons-nous confiance dans cette entreprise?
- > Avec cet importateur, est-ce du long terme?
- > Les deux entreprises ont-elles envie de développer cette relation?

Si vous répondez trois fois oui, ce marché est « assuré ». Vous pourrez donc utiliser la coopération en cas de problème.

Claude Obadia, ESCE

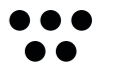
Feel inspired

Tomorrow starts today



Vous ambitionnez un développement international? Alors, ensemble, mettons le cap!

Information, coaching, prospection, expertise commerciale, consultation en design, webmarketing, partenariat, financements internationaux: l'AWEX, c'est une offre de services complète et taillée sur mesure, en temps réel. Avec votre entreprise, nous relevons dès aujourd'hui les défis de demain. Laissez-vous inspirer par l'exportation!



Wallonia.be

EXPORT
INVESTMENT

Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers / www.awex.be

L'opportunité du tourisme, mais pas seulement !



Lac de Rila ©AWEX

Entrée dans l'Union Européenne en 2007, la Bulgarie en est le pays le moins développé avec, en 2015, un revenu moyen mensuel de 444 € par habitant et un taux de chômage de 9,2 %. Mais ce pays de 111.000 km² (3,5 x la Belgique) et d'une population de 7,2 millions est en pleine mutation et ce n'est pas une expression toute faite.

Comme l'explique Anne Defourny, l'attachée économique et commerciale de l'AWEX à Sofia, « les perspectives de croissance sont réelles car on voit apparaître une classe moyenne qui bénéficie d'un train de vie supérieur et qui souhaite et peut se permettre une consommation de meilleure qualité, notamment en matière d'alimentation. Des produits « made in Belgium » comme la bière, le chocolat ou les gaufres ainsi que le bio ont toutes les chances de séduire ce nouveau public, même si cela demeure un marché de niche pour cette partie de la population. »



©Google

Tourisme populaire et de luxe

Qui dit alimentation, pense aussi tourisme et horeca. L'évolution du pays dans ces deux domaines doit être suivie attentivement par les investisseurs et les exportateurs !

Depuis une cinquantaine d'années, la Bulgarie est une destination touristique appréciée par un certain nombre d'Européens de l'Ouest mais à l'époque communiste, les plages de sable très fin de la côte de la Mer Noire voyaient surtout affluer en été les vacanciers des « pays frères ». C'est donc un tourisme populaire qui s'est développé sur les 378 km de côte, dont les stations balnéaires les plus connues sont la Côte du Soleil, les Sables d'Or et Varna. Mais comme le dit Anne Defourny, « la situation évolue. La Bulgarie veut aussi promouvoir un tourisme

de luxe destiné à une population plus aisée qui représente une opportunité, non seulement pour les opérateurs touristiques mais aussi pour le secteur de l'alimentation haut de gamme. »

Mer et montagne

Et il n'y a pas que la Mer Noire ! La Bulgarie est aussi un pays montagneux, principalement dans le sud-ouest où plusieurs sommets flirtent avec les 3000 mètres. C'est la partie méridionale des Carpates où sont implantées plusieurs stations de sport d'hiver. On peut skier à 70 km de Sofia. « Evidemment, précise l'attachée commerciale de l'AWEX pour la Bulgarie et la Macédoine, les infrastructures ne sont pas comparables à ce qu'offrent les stations d'Europe occidentale. Ici aussi, les opportunités d'investissements pour l'amélioration des équipements sont réelles. »

Le malheur des uns...

La Bulgarie ne bénéficie pas seulement d'un été chaud de près de cinq mois entre juin et octobre. L'activité touristique peut aussi séduire de nombreux amateurs de glisse pendant la saison hivernale. Le tourisme est donc un vecteur important de l'économie bulgare, d'autant plus que des destinations traditionnellement prisées par les touristes comme le Maroc, la Tunisie, l'Égypte et la Turquie sont boudées en raison de la situation internationale et des risques engendrés par le terrorisme. C'est bien connu : le malheur des uns fait le bonheur des autres !

L'Union Européenne ne s'y est pas trompée et a débloqué 50 millions sur six ans pour soutenir la modernisation de l'équipement touristique.

Si les professionnels du tourisme doivent donc être dans les starting blocks, d'autres secteurs s'annoncent également prometteurs pour les exportateurs wallons qui participeront à une mission économique de l'AWEX au printemps prochain.

Infrastructures, environnement, secteur agricole

« L'Union Européenne, explique Anne Defourny, a arrêté un programme de partenariat de près de 12 milliards pour la période 2014-2020. Quatre secteurs principaux sont concernés : le tourisme, l'environnement, la ruralité et les infrastructures. »

En ce qui concerne le transport, pour lesquels l'aide européenne s'élève à 1,9 milliard, les besoins sont énormes pour le développement du réseau routier, qui ne compte que 400 km d'autoroutes, et la modernisation d'un réseau ferroviaire relativement vétuste, tant au niveau des voies et des systèmes de sécurité que du matériel roulant. Des projets concernent aussi le métro de Sofia et la construction de terminaux multimodaux. L'environnement au sens large bénéficie aussi du soutien européen, à hauteur de plus d'un milliard et demi, pour le traitement et l'épuration des eaux, la collecte et le recyclage des déchets, l'efficacité énergétique, la qualité de l'air, la protection des ressources naturelles ou encore l'installation d'un système de cogénération à Sofia.

La part la plus importante de l'aide européenne concerne le développement rural

avec près de 3 milliards pour la promotion de l'agriculture biologique, la culture fruitière et maraîchère, la création d'infrastructures publiques et l'assistance à l'initiative privée et à la diversification.

D'autres opportunités existent, qui vont de la pêche et la pisciculture à la sauvegarde de l'héritage culturel en passant par l'éducation, l'aide sociale, les nouvelles technologies, l'innovation et le développement urbain. Sans oublier la construction prévue d'hôpitaux, d'écoles et d'universités. Bref, tout un éventail qui devrait intéresser les chefs d'entreprise wallons !

Une bonne image de la Belgique

Ont-ils une chance de s'imposer sur ce marché prometteur ? La réponse est oui ! « La Belgique a été le premier pays à investir en Bulgarie après le grand virage de 1990, d'abord des sociétés flamandes, mais des entreprises wallonnes ont suivi comme Eco-phos, une PME de Louvain-la-Neuve active dans l'exploitation des phosphates, ou Euro Consultants, une entreprise de consultance de Wavre, spécialisée dans l'évaluation de la qualité des produits vendus notamment en supermarché, principalement en alimentation et en cosmétique, qui a ouvert une filiale à Sofia ainsi que le premier laboratoire sensoriel privé, où l'on peut tester les goûts de la clientèle. »

La Belgique exporte actuellement pour 450 millions chaque année, en particulier dans les secteurs des machines, du transport, de la chimie, du plastique et du textile. L'image de la Belgique est d'autant meilleure que l'ancienne monarchie bulgare est apparentée à la famille royale belge et que la devise du pays, « L'union fait la force », est la même que

la nôtre ! En outre, la constitution bulgare votée en 1879 s'est inspirée de la constitution belge. Enfin, la Bulgarie fait partie de la Francophonie et Wallonie-Bruxelles International finance à Sofia une école de management en français, l'ESFAM, dont les cours sont sanctionnés par un diplôme de l'Université de Liège.

Les freins : corruption et démarches administratives

Mais il ne suffit pas pour autant de paraître pour convaincre !

Il y a des embûches, à commencer par la corruption, mais aussi les démarches administratives, longues et inhabituelles.

« Pour pénétrer dans de bonnes conditions le marché bulgare, explique Anne Defourny, je conseille d'avoir sur place un partenaire local fiable qui connaît la mentalité du pays et qui sera au courant des appels d'offre et des opportunités commerciales. Les relations personnelles sont aussi très importantes, il faut donc venir régulièrement sur place afin de bien connaître les gens. Il y a évidemment le problème de la langue, tous les Bulgares ne parlent pas l'anglais ou le français. Dans ce domaine, l'AWEX peut organiser les contacts avec un interprète ou un traducteur. L'AWEX assure aussi une veille attentive du marché, organise des prospections individuelles et des missions à la demande et établit des contacts avec les entreprises locales, comme début novembre lors des « Belgian days », ou à travers le Business club qui réunit régulièrement des hommes d'affaires bulgares et wallons. » Pour l'Agence wallonne à l'exportation, la Bulgarie, trait d'union entre l'Europe et le Moyen-Orient tout proche, est devenue un point de chute incontournable.

Alain Braibant



Monastère de Rila ©AWEX

10 start-up et spin-off dans l'e-santé et les fintech

ELLES SONT JEUNES, INNOVANTES ET PLEINES D'AMBITION. ELLES SE FONT REMARQUER DANS LES DOMAINES HIGH-TECH DE L'E-SANTÉ ET DES FINTECH. FOCUS SUR DIX START-UP WALLONNES À SUIVRE.



Clue Points Détecer les erreurs des bases de données

CluePoints, start-up brabançonne de logiciels servant à détecter les erreurs de données, se développe aux États-Unis et vient de signer un accord de collaboration avec la FDA.

Au départ de la start-up CluePoints, la société IDDI (International Drug Development Institute), une CRO (contract research organization) basée à Louvain-la-Neuve, fondée en 1991 par Marc Buyse, statisticien renommé. Avec le soutien de Biowin, le pôle wallon de compétitivité santé, la société a développé un logiciel statistique permettant de détecter des erreurs dans les bases de données.

En 2011, un consortium est créé avec l'ULB, l'UCL et GSK Vaccines pour collaborer au développement du logiciel Smart. Fin 2012, il est commercialisé à destination des firmes pharmaceutiques et des CRO. La start-up CluePoints est créée en 2013. « Le logiciel permet de comparer les données collectées par un hôpital par rapport aux autres hôpitaux qui contribuent à l'étude clinique et de mesurer s'il n'y a pas de fraudes », explique François Torche, CEO de CluePoints. Plus de 60 % des essais cliniques sont gérés par des sociétés américaines.

« Nous avons déposé un brevet pour le concept des méthodes statistiques et reçu le brevet américain en 2014. Pendant deux ans et demi, nous avons fourni un service. Il nous fallait encore passer à l'étape suivante, la vente de l'application. Fin 2014, nous avons mis la première ver-



sion en ligne. Nous avons pu commencer à commercialiser une solution logicielle utilisable. » La société, qui emploie 34 personnes, a créé une filiale à Boston. Nous nous développons actuellement aux États-Unis (à 60 %) et en Europe (40 %), à savoir en France, en Suisse, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Espagne.

Nous avons démarré avec des investissements privés et nous avons été aidés par Nivelles Invest. En 2015, nous avons levé 6,5 millions d'euros auprès des investisseurs historiques. Nous avons également reçu le support de Theodorus (ULB), de la SRIW, de Roch Doliveux, ancien CEO d'UCB, tandis que Pierre Rion est président du conseil d'administration de CluePoints. Cela va nous permettre de voir venir jusqu'au moins fin 2017. » La start-up vient de signer un accord de collaboration avec la FDA (Food and Drug Administration) qui souhaite utiliser le logiciel belge.

Babelway Echanges automatiques entre partenaires

Spécialisée dans l'intégration business to business, la société Babelway offre une plateforme d'intégration qui permet d'automatiser l'échange entre deux partenaires commerciaux.

Avec Babelway, créée en 2007, l'utilisateur peut construire en self-service un flux de données quels que soient les formats d'entrée et de sortie ou les moyens de se connecter de chacun des partenaires. « Le client dispose d'un puissant outil d'intégration de partenaires sans devoir acquérir, installer et maintenir de solution localement », explique François Van Uffelen, fondateur et CEO de Babelway, depuis les États-Unis où une filiale a été créée. Le système permet d'échanger des factures électroniquement, mais également des bons de commande, des

bons de livraison, ou tout autre document structuré. Celui-ci est converti en un flux de données automatique entre l'entreprise et son partenaire. « La grande particularité de notre système est de ne pas nécessiter d'installation de logiciel chez les clients. Via des interfaces web, tout est contrôlé par l'utilisateur. Celui-ci s'abonne sur notre site pour un hub d'échanges de données. Dès lors, il peut tout contrôler, paramétrer un flux de messages entre son environnement informatique et celui de ses partenaires. » Cette étape franchise, l'utilisateur sauve alors la configuration, tandis que les flux sont automatisés. « Le flux physique du message passe de son système informatique vers nos serveurs où il est transformé et dirigé vers les serveurs du client. » Les avantages ? Flexibilité et contrôle, déploiement rapide vers les partenaires commerciaux, respect de l'environnement. Et

François Van Uffelen



pas d'investissement. Un des importants volumes d'activité de Babelway est issu des échanges automatisés pour les fournisseurs de grandes chaînes de distribution, le secteur automobile, notamment. « Sur le marché américain, nous nous positionnons en tant que partenaire de sociétés fintech dont les applications ont besoin d'échanges de données pour travailler avec de grosses sociétés. Un marché en plein boom. En outre, avoir créé une société américaine nous permet de décrocher des clients en Afrique du Sud, en Australie, en Nouvelle-Zélande et au Royaume-Uni. »

Koalaboox

Etablir ses factures et obtenir un financement sans effort

La société Koalaboox a mis au point un logiciel de facturation et de gestion administrative avec des liaisons bancaires et un outil de financement pour les indépendants et les Pme.

Créée fin 2012 par Frédéric Lodewyk et un associé informaticien, la société Koalaboox permet aux patrons de PME, aux indépendants, aux titulaires de professions libérales et aux associations sans but lucratif, d'établir leurs factures et de les envoyer par courrier électronique d'un simple clic. « Les entrepreneurs, les indépendants, n'ont pas à leur disposition l'outil qui leur permettrait réellement de faciliter leurs tâches administratives », remarque Frédéric Lodewyk, associé, responsable de la stratégie de Koalaboox. En 2014, les factures d'achat ont été incluses. Le comptable les importe dans son logiciel. La solution est innovante. Les notes de frais sont également traitées grâce à une nouvelle application mobile. « Elle a demandé deux ans de développement pour arriver à un résultat très simple à l'usage. » En 2015, un



nouvel outil de financement, d'intelligence de gestion, a été lancé en mobile et sur le web. Il permet à l'utilisateur de voir tous les jours, en temps réel, ce qu'il gagne, ses ventes, ses achats, sa marge, les résultats des six derniers mois, le chiffre d'affaires et quelques infos (combien il a dépensé en marchandises, en rémunérations, etc.). Les impayés à plus de 90 jours sont indiqués en rouge. « Ce n'est pas de la comptabilité, mais des informations de gestion, des tableaux de bord sans valeur comptable. » Autre innovation, tout utilisateur qui arrive sur Koalaboox a accès à une ligne de financement. Koalaboox travaille avec trois partenaires, ING, BNP Paribas Fortis et Triodos, impliqués dans le concept. Un processus révolutionnaire. « Nous avons aussi constitué notre propre fonds d'investissement, KoalaFund », souligne Jean-Charles Dwelshauvers, associé, responsable financier et opérationnel de Koalaboox. Les objectifs ? « Dans le courant de 2017, nous espérons aller vers un ou deux marchés internationaux, en commençant par l'Espagne et la France. »

Dim3

Quand la médecine connectée aide à lutter contre la malnutrition

Grâce à une application, un logiciel et un dispositif médical, la société liégeoise Dim3 offre une approche intégrée pour examiner, gérer et suivre les maladies liées à la malnutrition.

La jeune société Dim3 développe des logiciels cliniques et des appareillages mobiles médi-

caux pour assister le corps médical hospitalier dans ses prises de décision et son travail au quotidien. Les logiciels cliniques aident les médecins à gérer les données des patients par la présentation en temps réel de leurs constantes. Les appareillages mobiles permettront de collecter les données des patients de manière permanente durant leurs séjours à l'hôpital. Le premier domaine d'expertise sur lequel s'est concentrée Dim3 est celui de la gestion de la malnutrition en milieu hospitalier, principalement en soins intensifs. A ce jour, la société a développé quatre produits, deux logiciels et deux dispositifs médicaux. Le premier logiciel vise à détecter la malnutrition et à prendre les décisions adéquates

d'adaptation de la nutrition en soins intensifs. Il est actuellement en phase de test au CHU de Liège et dans d'autres institutions hospitalières. Il sera ensuite adapté à la gestion de la malnutrition en maisons de repos et de soins, ainsi qu'au suivi de patients à domicile. Le second logiciel est une application mobile dont l'objectif est de dépister la malnutrition en récoltant les données internationales reconnues (IMC, etc.) en matière de nutrition d'une personne. Cette application mobile permettra le suivi d'un patient. A terme, elle pourrait être intégrée dans le dossier médical d'un patient entrant en hôpital. Quant aux dispositifs médicaux, le premier est un appareillage mobile léger. En cours de développement industriel, il permet le relevé instantané en 3D des volumes et dimensions corporelles d'un patient. Il offrira de nombreuses applications médicales et pourra alimenter les paramètres nutritionnels d'un patient. Le second dispositif aide à la récolte, en temps réel, des données provenant des pompes d'alimentation, tout en facilitant leur encodage. « Notre volonté est ensuite d'étendre cette expertise dans le suivi des patients jusqu'à leur domicile ou au sein de maisons de repos et de soins », conclut Jean-Claude Havaux, CEO de Dim3.



©Dim3

Bloomlife

Suivis de grossesse high-tech

Start-up créée par un Liégeois et installée à San Francisco et en Belgique, Bloomlife a développé un capteur de mesure des paramètres de santé durant la grossesse.

Fondée en 2014 par le Liégeois Julien Penders, ingénieur civil de l'Université de Liège et diplômé en biomédical de l'Université de Boston, et l'Américain Eric Dy, Bloomlife est une start-up spécialisée dans l'amélioration du suivi des femmes enceintes. Elle a développé un capteur, validé cliniquement, capable de mesurer les paramètres de santé les plus importants de la mère et de son bébé. Le potentiel de cette application a valu à la start-up de remporter, sur 2 000 participants, le concours de l'Extreme Tech Challenge, présidé par Sir Richard Branson. Ce coup de projecteur a permis à la jeune société de lever des fonds pour 4 millions de dollars, principalement américains, mais également européens et en asiatiques. « C'était important pour nous d'avoir ces fonds stratégiques, souligne Julien Penders. Grâce au prix, beau-

coup d'investisseurs se sont intéressés à nous. » Un luxe pour de jeunes entrepreneurs. « En Wallonie, Leansquare et Meusinvest ont investi dans Bloomlife et jouent un rôle important dans le développement de nos activités. En tant qu'entrepreneur wallon expatrié à San Francisco, je travaille en collaboration avec l'Awex, plus particulièrement avec le bureau local Belgian Trade Commission. Dès mes premiers mois à San Francisco, j'ai fait la connaissance de Baudouin de Hemptinne et d'Audra Martyn qui gèrent ce bureau. Baudouin m'a introduit auprès de partenaires et d'investisseurs, tant en Wallonie que dans la Silicon Valley. L'assistance de ce bureau de l'Awex est importante et efficace, avec une offre de services très complète, de l'assistance logistique à la mise en contact avec des candidats, des ventures capitalists, en passant par l'information et la promotion de Bloomlife. En tant que Wallon, je me sens très bien soutenu dans ma démarche entrepreneuriale. Je suis très heureux du support que m'offre ma



©Bloomlife

région d'origine à l'étranger. » Le lancement commercial en ligne du produit est prévu pour janvier 2017 aux Etats-Unis et pour 2018 en Europe.



Julien Penders Co-Founder & COO ©Bloomlife

Home Based

Faciliter la vie des personnes à mobilité réduite

La société namuroise Home Based a mis au point une solution de contrôle d'environnement vocal combinant différentes technologies pour rendre de l'autonomie aux personnes à mobilité réduite.

Home Based est née de deux constats. « D'une part, les technologies destinées aux personnes à mobilité réduite sont rarement compatibles entre elles, remarque Sébastien Annys, cofondateur de Home Based. Elles obligent l'utilisateur à multiplier les moyens de contrôle (télécommandes, etc.). D'autre part, l'internet des objets apporte de nouvelles possibilités qui seraient réellement utiles aux personnes en perte d'autonomie. Hélas, aucune de ces technologies n'est pensée à la base pour ce type de public. » C'est pourquoi François Vander Linden, l'autre cofondateur de Home Based, a développé le premier contrôle d'environnement spécifiquement pensé pour les personnes en perte



©Home Based

Sébastien Annys ©Home Based



d'autonomie. Soline, tel est son nom, combine les plus récentes technologies. Cette interface de commande vocale, visuelle et/ou tactile, permet de commander les équipements présents dans une habitation. Le fonctionnement est simple. La personne s'adresse au dispositif qui répond et exécute l'ordre. Il est possible d'ouvrir la porte à un visiteur, d'engager une conversation téléphonique, d'éclairer, d'ouvrir un volet, de contrôler la télévision, d'écouter de la musique, un livre audio ou la radio, de gérer une liste de courses, et même de surfer sur Internet. La solution ne nécessite pas l'apprentissage de la voix, ni de connexion Internet pour fonctionner. La personne peut choisir les ordres pré-enregistrés, et ainsi parler au système de manière intuitive. » Le dispositif reste disponible où qu'elle se trouve dans l'habitation. Elle n'a donc plus besoin de se déplacer vers un interrupteur ou de partir à la recherche d'une télécommande. Il soulage également les proches. Si nécessaire, il présente une interface visuelle reprenant les différents équipements à piloter. Rendue tactile si elle est affichée sur une tablette, cette interface visuelle est un aide-mémoire permanent. La jeune société a déjà réalisé plusieurs installations et son carnet de commandes se remplit bien.

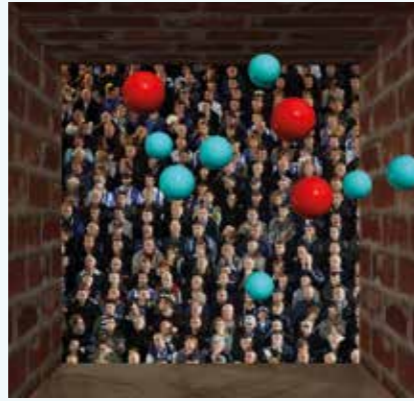
Human Waves

Aider les sportifs de haut niveau

Spin-off du Laboratoire de neurophysiologie et de biomécanique du mouvement de la Faculté des sciences de l'ULB, installée à Charleroi, Human Waves développe des produits et services issus des neurosciences à destination des sportifs de haut niveau.

Issue d'un projet de recherche, Human Waves présente des applications très diverses. La division Human Performance est spécialisée dans l'aide aux sportifs de haut niveau, aux entraîneurs, sélectionneurs, gestionnaires de clubs, découvreurs de talents, mais aussi aux militaires et agents de sécurité. « Nous les aidons à améliorer leurs performances et à limiter les risques de blessures, commente Anne-Marie Clarinval, fondatrice et CEO de Human Waves. Notre projet d'entreprise vient d'être labellisé par l'Agence spatiale européenne (ESA). Nous avons développé une expertise dans l'entraînement des neurones miroirs par la réalité virtuelle, c'est-à-dire une forme d'entraînement du cerveau

©Human Waves



par la perception visuelle. En réorientant les informations proprioceptives et cutanées, nous aidons les sportifs à sortir des cercles vicieux et à mieux orienter les tonus musculaires. » Human Waves s'adresse actuellement aux sportifs de Belgique, de France, d'Allemagne et du Royaume-Uni. « Nous avons travaillé avec les hockeyeurs belges du Red Lions et le Sporting de Charleroi, notamment. » La division Human Health développe des applications dans le domaine médical. « Outre le développement d'un outil d'aide au diagnostic du trouble déficitaire de l'attention avec ou sans hyperactivité (TDA/H), nous travaillons également sur des méthodes de traitement de cette maladie. Le projet sera finalisé fin 2017. Il est destiné aux médecins spécialisés dans ce domaine. » La



©Human Waves

société a également développé des applications dans le domaine de l'infirmité motrice cérébrale. « A travers l'analyse tridimensionnelle du mouvement, nous optimisons la précision du diagnostic et la prise en charge globale du patient. » Enfin, avec sa division Human Engineering, la société développe des services et des produits basés sur l'utilisation des ondes cérébrales et musculaires.

Pyke

Des lunettes solaires pour tout-petits

La start-up Pyke, basée à Charleroi, développe un modèle de lunettes solaires made in Wallonia spécialement étudiées pour s'adapter à la morphologie des enfants de zéro à trois ans.

En 2013, à la recherche de lunettes solaires pour son neveu âgé de 2 ans et demi, Isabelle Van Steenkiste, consultante bancaire, constate qu'il n'existe rien d'adapté pour les enfants de zéro à trois ans. Après avoir consulté des ophtalmologues et réalisé une étude de marché, elle crée la start-up Pyke (pour Protect Your Kid's Eyes). La bourse de pré-activité octroyée par la Région wallonne lui permet de tester son projet. « Jusqu'à mi-2015, j'ai développé des lunettes qui répondent à plusieurs critères : couverture complète de l'œil, qualité des matériaux souples et légers, confort et praticité avec une sangle permettant à la monture de ne pas tomber, commence-t-elle. Pour la qualité, c'est la marque allemande Zeiss qui fournit les verres incassables et anti-rayures. Du plastique alimentaire est utilisé au cas où les enfants mettraient les



©Pyke



lunettes en bouche. » En décembre 2015, le modèle BabyPyke est commercialisé. Il est fabriqué à Liège dans une société d'injection de plastique à l'aide de moules produits à La Louvière.

En février 2015, une première levée de fonds de 317 000 euros est opérée auprès de Sambrinvest et d'investisseurs privés. « La vraie production a commencé en mars 2016. Les lunettes, un seul modèle décliné en huit couleurs, sont en vente dans 56 points de vente en Belgique, chez des opticiens et en pharmacie, et 10% par Internet. » Mille paires de lunettes ont déjà été vendues. « Avec Internet, nous touchons l'Espagne, l'Italie, le Portugal, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France. En réseau physique, nous sommes présents en Grèce. En septembre, nous avons participé au salon mondial de l'optique, le Silmo, à Paris. Nous avons signé des partenariats avec des distributeurs en Grèce et en Suisse. » La jeune femme envisage une prochaine levée de fonds pour financer la croissance avec, en ligne de mire, l'international. Trois marchés sont ciblés : la France, l'Espagne et le Japon. « Pour l'été prochain, nous visons surtout la France. »



©Pyke

Waystobe

Une appli pour gérer le stress

Waystobe, une application web destinée aux hôpitaux, aux entreprises et aux particuliers, permet la diffusion et l'utilisation de programmes de gestion du stress et de développement personnel.

Les concepteurs de Waystobe sont Pierre Ramaut et Philip Degand, deux professionnels de la santé. Le premier est psychanalyste, le second, médecin spécialiste de la réhabilitation à l'hôpital Ambroise Paré à Mons. Tous deux pratiquent des méthodes de sophrologie. Une bourse de pré-activité de la Région wallonne leur a permis de réaliser l'application Waystobe, qui a donné naissance à la société éponyme. « Ce programme s'appuie sur les connaissances actuelles des neurosciences, explique Pierre Ramaut. Elaboré et évalué en milieu hospitalier, il est libre de prérequis intellectuels, philosophiques et religieux et ne génère aucun effet secondaire négatif. » Il peut être réalisé en tous lieux et circonstances avec une connexion Internet. « Nous avons des opportunités de déve-

loppement à l'étranger, l'application étant facilement traductible en plusieurs langues. » Waystobe a déjà des liens avec l'hôpital universitaire de Lille, ainsi qu'avec des praticiens à Florianopolis au Brésil. « Déjà testé en portugais, bientôt traduit en néerlandais, le logiciel fonctionne parfaitement, ce qui tend à prouver son aspect universel quant à la méthodologie employée. » Des aides à la traduction seront demandées à terme. « L'application s'adresse aux personnes souhaitant gérer leur stress, réaliser un travail sur soi en développement personnel, mais aussi pour des approches spécifiques. Ainsi, nous avons développé deux programmes pour l'accompagnement de la périnatalité et de la parentalité. Actuellement, nous sommes en train de collaborer avec des chirurgiens pour

la rédaction d'un programme de préparation aux opérations. Nous avons aussi développé des programmes spécifiques qui vont s'adresser aux troubles alimentaires et aux différentes formes d'assuétudes. A la demande de praticiens, nous pouvons répondre par des programmes originaux en fonction de leurs besoins spécifiques. » Un outil d'évaluation du ressenti est intégré à cet outil prophylactique et thérapeutique.



Pierre Ramaut ©Waystobe



Gesmodo

Un service logiciel pour les podologues

La société Gesmodo a développé un nouveau logiciel qui permet aux podologues d'accélérer la prise de rendez-vous et l'usinage des semelles orthopédiques prescrites.

David Baudrez, économiste de formation, et Thierry Van Meerhaeghe, kinésithérapeute et podologue à la pointe de la recherche, sont à la base de la société Gesmodo. Le second a développé une compétence dans l'utilisation d'un processus innovant en trois dimensions de capture de l'empreinte du pied et de l'implémentation des corrections suite à l'examen du pied. Ce qui permet l'usinage de la semelle podologique. Soucieux d'appliquer ses recherches, le podologue a investi dans la création d'une plateforme software et d'usinage. Ce processus est désormais commercialisé. Equipé d'un scanner 3D portable et après un examen visuel avec caméra vidéo, un podologue peut envoyer le tout électroniquement au laboratoire de production de Gesmodo. Celui-ci intègre les données dans le logiciel 3D pour le pilotage et l'usinage des semelles sur-mesure qui seront fabriquées dans l'heure. Les semelles sont ensuite expédiées au podologue. « Les avantages pour les podologues sont évidents, souligne David Baudrez. Nous réduisons le temps de consultation et un podologue va passer



©Gesmodo

moins de temps à fabriquer les orthèses. Celles-ci sont individuelles, mais reproductibles exactement, sans besoin d'un nouvel examen. Les corrections sont traçables et permettent d'adapter éventuellement les futures orthèses selon les remarques. Pour les podologues, l'investissement est faible, un scanner 3D, un outil simple à utiliser. » Gesmodo, dont le siège social est basé à Enghien, vise les podologues qui s'installent et ceux qui recherchent un nouveau système. « Les avantages pour les podologues de travailler avec nous sont la rapidité d'exécution, la simplicité et la rentabilité. En Belgique, environ une centaine de podologues sont actifs dans le domaine des semelles orthopédiques. Les patients sont dirigés vers eux par un médecin généraliste. En France, où le marché est très structuré et compte environ 11 000 podologues regroupés dans les associations professionnelles, le démarchage se fait via les écoles de podologie. Nous visons également le marché suisse. Pour ces développements à l'export, nous sommes bien soutenus par l'Awex. »

Très proche et très vert Danemark

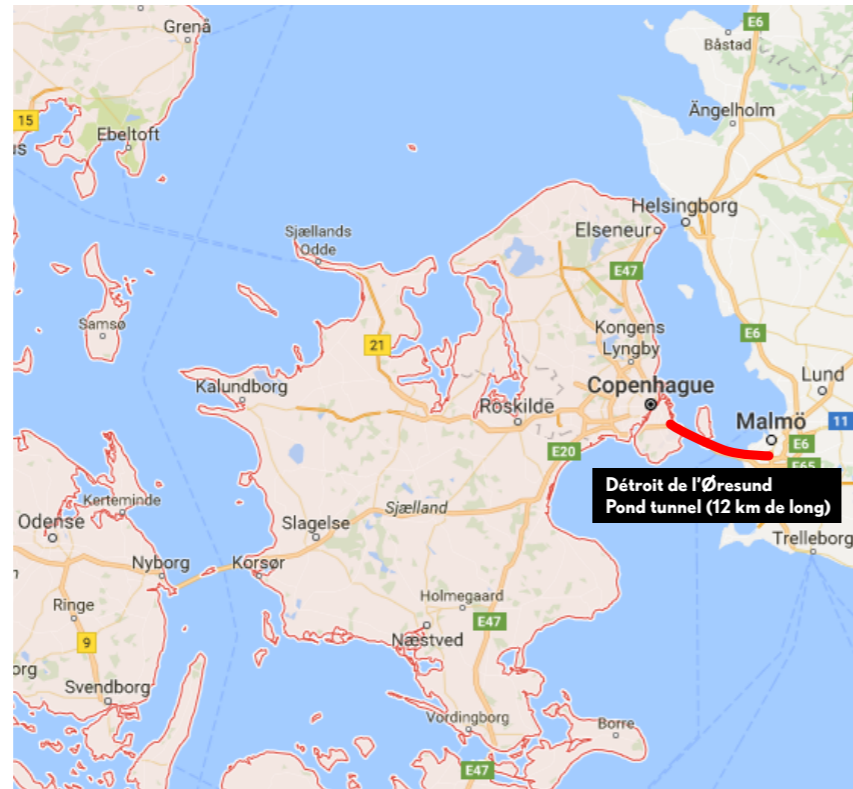
Le Danemark fait partie des petits pays de l'Union Européenne, à peine plus grand que la Belgique (43.000 km² dont 406 îles !) mais deux fois moins peuplé (un peu plus de 5 millions d'habitants). Cela n'empêche pas le pays le plus méridional de Scandinavie d'être un des plus avancés en matière de protection de l'environnement. Il se profile d'ailleurs depuis plusieurs années à l'international comme le « pays le plus vert du monde ».

« Le développement durable, explique Fabio Mauro, directeur à l'AWEX pour l'Europe occidentale, sera donc un des fils conducteurs économiques de la visite d'État qui aura lieu à Copenhague à la fin du mois de mars 2017. Une visite avant tout protocolaire du Roi et de la Reine, accompagnés de plusieurs ministres, qui donnera cependant lieu à des rencontres entre chefs d'entreprise des deux pays. »

Alstom-Charleroi et les chemins de fer danois

« Cette thématique du développement durable s'inscrit dans le prolongement de plusieurs actions menées sur place par l'Awex dans un passé récent, en particulier dans le secteur des énergies renouvelables en 2012-2013 et dans le ferroviaire en 2015. »

« Alstom, poursuit Fabio Mauro, vient d'ailleurs de signer un important contrat de 300 millions avec les chemins de fer danois pour l'installation du système de signalisation ERTMS Atlas, dont le centre d'excellence d'Alstom-Charleroi (1000 personnes occupées, ndlr) sera chargé de l'adaptation aux fonctionnalités du réseau danois. Cela concerne 12 lignes, 770 km et 90 gares dans l'est de l'archipel. D'autres entreprises, comme Transurb Simulations et Préfarail ont répondu à des appels d'offres. »



Le plus long tunnel immergé du monde dans la Baltique

Toujours dans le domaine du transport, un très important projet a été confirmé en mai dernier, à savoir la construction d'un tunnel immergé de 19 kms dans la mer Baltique pour relier l'île allemande de Fehmarn au Danemark, un investissement de près de huit milliards qui permettra de franchir le détroit en 10' pour les voitures et en 7' pour les trains. En 2027, si tout va bien, Copenhague sera à deux heures et demie de Hambourg, un gain de temps d'une heure par rapport au trajet en ferry depuis Puttgarden et un raccourci de 160 km pour les automobilistes qui font aujourd'hui le détour par la frontière germano-danoise. C'est le moment de rappeler que la société Schreder, qui possède un bureau à Copenhague, a réalisé l'éclairage du tunnel de service de l'Eurotunnel entre Douvres et Calais...

Un autre tunnel immergé devrait être construit à Copenhague. Il est aussi prévu d'étendre le réseau du métro de la capitale et des trains urbains légers sur rail doivent être implantés à Aarhus et Odense. Bref, les projets en infrastructures ne manquent pas ! En dépit de sa taille réduite, le Danemark est aussi le cinquième transporteur maritime du monde. Une visite des installations portuaires de Copenhague est prévue et cela devrait intéresser les responsables de Trilogiport, le nouveau terminal multimodal de Liège, qui pourrait offrir des opportunités de relais logistique aux sociétés danoises de transport.



©P.P.



Le savoir-faire wallon dans le développement durable

En matière d'environnement, les industriels wallons peuvent faire valoir leurs compétences dans les domaines du développement durable, du traitement et de l'épuration des eaux et de la valorisation des déchets, pour lequel le Danemark affiche des objectifs ambitieux. Le cluster Tweed (Technologies Wallonnes pour l'Energie, l'Environnement et de le Développement durable) vient déjà de mener une mission de deux jours en octobre dernier. Voilà qui devrait attiser aussi les appétits de deux pôles de compétitivité wallons, Greenwin, « l'accélérateur » d'innovations en technologies environnementales, et Mécatech, dévolu au génie mécanique, convaincus tous les deux de la nécessité de développer l'économie circulaire qui vise à recycler à presque 100 % les matériaux usagés afin de les réutiliser comme matière première. C'est le cas, par exemple, de la société hennuyère Comet dans le domaine de la métallurgie. Dans le secteur industriel, précisément, une grande entreprise wallonne, Lhoist, est déjà bien implantée au Danemark où elle exploite des carrières de chaux qui fournissent la matière première dans les pays nordiques pour les verreries, la construction ou l'agriculture. Lhoist emploie 65 personnes à Faxø, au sud de Copenhague.

Le Danemark augmente son budget santé

La situation économique du Danemark est enviable, avec un taux de chômage de 4,5 %, une dette publique de 0,5 % du PIB et un taux de croissance de 1,17 %. Le gouvernement danois a décidé d'augmenter les dépenses publiques dans les secteurs de la santé et des retraites. Ce plan d'investissement prévoit la construction de cinq nouveaux hôpitaux et la modernisation de huit autres, ce qui impliquera l'acquisition d'équipements médicaux ultramodernes. Le secteur médico pharmaceutique est en croissance et devrait intéresser les entreprises wallonnes qui représentent, rappelons-le, 10 % des exportations totales de la Région. GSK et UCB sont déjà présents au Danemark mais d'autres, comme Mithra, par exemple, pourraient suivre le même chemin. D'autres activités sont aussi intéressantes pour les entreprises wallonnes, comme l'architecture et le design et dans un tout autre domaine, l'industrie pétrolière, même si celle-ci souffre actuellement de la baisse des prix. Il faut savoir que le Danemark est autosuffisant en matière énergétique grâce à l'exploitation gazière et pétrolière en Mer de Nord et au Groenland, province autonome danoise. Un autre acteur important pour les exportateurs wallons, c'est l'ONU dont quatre organismes, parmi lesquels l'UNICEF, ont établi leurs bureaux d'achat à Copenhague.

Climat commercial favorable

Le Danemark est déjà un bon client de la Wallonie qui y a exporté pour 300 millions en 2014, soit une hausse de 3,4 % par rapport à l'année précédente. Et le climat des affaires semble favorable car après une chute spectaculaire de 12 % en 2009, les importations totales du Danemark sont reparties à la hausse et une nouvelle augmentation de 3,8 % est prévue en 2016.

Conquérir ce marché n'est cependant pas gagné d'avance. La démarche commerciale doit être structurée et rigoureuse, plus encore si elle émane d'un pays non scandinave. La disposition d'un site internet, en anglais, est indispensable de même que le recours à un intermédiaire commercial local pour la distribution des biens de consommation. Le contact direct avec les clients est aussi recommandé, ce qui n'est pas très compliqué étant donné la fréquence des liaisons aériennes et la proximité géographique. Liège, par exemple, est plus proche de Copenhague que de Marseille !

Rencontres nombreuses et variées

Les exportateurs wallons auront donc la possibilité de découvrir la réalité du marché danois lors de la visite d'état de la fin du mois de mars. « A cette occasion, explique Gérard Seghers, attaché économique et commercial à Copenhague, un « Danish-Belgian Forum » sera organisé, au cours duquel les chefs d'entreprises danois et wallons auront l'occasion d'échanger leurs expériences dans trois domaines : les sciences du vivant, la logistique et le développement durable. Des rencontres seront également programmées sur le thème des « industries créatives » : l'architecture, le design, le cinéma, le tourisme, la gastronomie et, last but not least, la bière ». Un programme très large aux multiples opportunités qui devraient confirmer et amplifier la qualité des échanges commerciaux entre le Danemark et la Wallonie.

Alain Braibant

Services AWEX : les incubateurs en Amérique du nord



New York ©Classe Export

Depuis 2002, l'AWEX propose son programme incubateurs en Amérique du Nord afin d'aider les entreprises wallonnes à accélérer leur développement sur le continent nord-américain suivant leur domaine d'activité et leur niveau de développement. A l'heure actuelle, l'AWEX dispose de quatre accords de partenariat, trois aux Etats-Unis et un au Canada.

Parmi la kyrielle d'outils proposée aux entreprises wallonnes, l'AWEX a étendu sa panoplie et propose depuis 2002 un programme d'incubateurs en Amérique du nord (nda : ce service existe également pour l'Asie). Yaël Haumont, coordinatrice du programme pour le service géographique Amérique à l'AWEX, détaille les avantages que peuvent en retirer les entreprises wallonnes : « Un incubateur est une structure d'accueil et d'accompagnement pour les entreprises.

Grâce à ces structures, elles peuvent développer faire du networking, mettre en place des partenariats stratégiques ou encore assurer une veille technologique ». L'entreprise dispose ainsi d'une adresse légale dans son pays d'accueil, d'un bureau meublé et équipé sur le plan informatique et des télécommunications, de salles de conférence, de conseils et d'accompagnement dans des lieux destinés à l'innovation.

Un coût réduit pour les entreprises

Au lieu d'ouvrir une succursale ou une filiale, les incubateurs ont l'avantage de représenter un coût réduit pour l'entreprise. Toutefois, le marché visé doit être considéré comme « nouveau », c'est-à-dire répondre à l'une de ces trois conditions : « soit, il représente moins de 10% des exportations totales de l'entreprise demanderesse ; soit les exportations y ont enregistré une régression d'au moins 50% au cours des 3 dernières années ; soit l'entreprise souhaite introduire une nouvelle gamme de produits ou de services sur ce marché. Par ailleurs, l'entreprise doit

s'engager à déléguer un représentant dûment mandaté qui séjournera sur place pendant toute la période de référence pour une durée de 3 à 12 mois consécutifs » explique Mme Haumont avant de poursuivre : « L'entreprise conclut directement, avec l'aide de l'AWEX, un contrat d'occupation avec l'incubateur ».

Actuellement, l'AWEX est en mesure de proposer aux entreprises wallonnes un partenariat avec 4 incubateurs : le Runway à San Francisco, idéalement situé près de la Silicon Valley et spécialisé dans les TIC ; le Research Valley Partnership à proximité de Houston pour les entreprises technologiques et scientifiques qui souhaitent collaborer avec l'université de Texas A&M ; le Science Center à Philadelphie pour les entreprises du secteur de la biotechnologie et des sciences du vivant et pour le Canada, c'est tout le Quartier de l'Innovation (QI) de Montréal qui ouvre ses portes aux entreprises wallonnes « grâce au partenariat que l'AWEX a signé le 6 septembre dernier à Montréal » précise Yaël Haumont.



New York ©Classe Export

College Station (Houston, Texas)

Spécialités : entreprises technologiques

L'AWEX bénéficie depuis 2006 d'un partenariat technologique avec l'université de Texas A&M qui joue un rôle important en termes de recherche et développement avec plus de 730 millions investis en moyenne par année.



Houston ©Classe Export

Ce partenariat entre l'AWEX et Texas A&M permet aux entreprises wallonnes un accès facilité au marché étasunien. Il est un véritable point d'appui à la commercialisation et à la vente qui permet aux entreprises d'établir de nombreux contacts et partenariats avec des entreprises locales ainsi que de mettre en place des collaborations technologiques avec l'université.

Quartier de l'Innovation (Montréal, Québec)

Spécialités : tous secteurs confondus, l'entreprise sera orientée vers l'offre la plus adéquate dans son domaine

Le Quartier de l'innovation (QI), qui existe officiellement depuis mai 2013, se veut être un lieu phare de la promotion de l'innovation en plein cœur de la capitale économique québécoise. Un accord de partenariat entre l'Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements Etrangers et le Quartier de l'innovation existe depuis 2016. Ce programme d'échange bilatéral implique directement pour les entreprises wallonnes désireuses de s'implanter à Montréal, la possibilité de bénéficier des infrastructures du QI au travers d'une offre variée d'incubateurs et d'accélérateurs. Plus précisément, le QI regroupe toute une série d'incubateurs et d'accélérateurs situés en son sein. L'AWEX est à ce jour partenaire de 5 d'entre eux : le Salon 1861, le Centre d'entreprises et d'innovation de Montréal (CEIM), GriffinCamp, Centech et District 3.



Montréal ©Classe Export



Philadelphie ©Classe Export

Science Center (Philadelphie, Pennsylvanie)

Spécialités : la santé, les sciences du vivant

Philadelphie occupe une place centrale dans le secteur des sciences du vivant. Près de la moitié des entreprises du secteur aux Etats-Unis sont établies dans le « North East BioMed Corridor » allant de Washington DC à Boston, en passant par Baltimore, Philadelphie et New York, ce qui en fait la première région biotech du pays. C'est dans le cadre de l'importance des sciences du vivant et de la biotechnologie en Wallonie que l'AWEX a établi un partenariat avec le Science Center afin d'offrir une structure d'accueil et d'accompagnement aux entreprises wallonnes. L'entreprise wallonne bénéficie ainsi d'un environnement technologique propice au cœur d'une pépinière d'entreprises spécialisées dans les sciences du vivant.



San Francisco ©Classe Export

Runway Incubator (San Francisco, Californie)

Spécialités : TIC, fintech, santé, réalité virtuelle,...

Avec la multiplication explosive des applications et services dédiés au réseau internet et au secteur multimédia, les Etats-Unis ont sans conteste renforcé ces dernières années leur leadership dans le créneau des technologies de l'information.

En ce domaine, la réputée Silicon Valley, située dans la partie sud de la région de la baie de San Francisco, fait plus que jamais de San Francisco et de la Californie le centre névralgique et pionnière des développements du futur, au plan industriel comme universitaire.

Le Runway est un incubateur et espace de co-working d'une superficie de 30.000 m² situé au sein du building Twitter dans le downtown de San Francisco l'incubateur, créé en 2013 est notamment occupé par plus de 80 start-ups de haut niveau spécialisées dans les nouvelles technologies.

L'accord de Paris signé le 12 décembre 2015 au Bourget par les 195 pays signataires de la COP 21, est entré en vigueur vendredi 4 novembre. Dans le cadre de la COP 22 qui s'est tenue du 7 au 18 novembre à Marrakech, zoom sur le projet européen SCOT, de transformation intelligente du CO2.



Et si notre avenir passait par l'utilisation du CO2 ?

Coordonné par le Pôle de compétitivité wallon GreenWin, le projet SCOT de transformation du dioxyde de carbone repose sur un projet collaboratif européen des « Régions de la Connaissance », financé par le 7e programme-cadre européen.

A l'avenir, il va falloir réduire drastiquement les émissions du dioxyde de carbone dans l'atmosphère. Les progrès scientifiques et industriels permettent d'imaginer des solutions via lesquelles le CO2 pourra être utilisé comme une source de carbone pour la création de produits. C'est le cas dans la capture et l'utilisation du carbone. Le CO2 remplace alors le carbone provenant des combustibles fossiles. Grâce à ces processus, des carburants de synthèse pourront être produits et remplaceront directement les combustibles fossiles liquides et gazeux. De plus, le dioxyde de carbone peut être utilisé dans la minéralisation accélérée pour créer des matériaux de construction.

Des produits à base de CO2

Les progrès scientifiques et industriels permettent d'imaginer un avenir dans lequel le dioxyde de carbone deviendra une ressource de plus en plus importante. Un monde dans lequel le CO2 sera utilisé pour créer des produits. En accélérant le développement des secteurs de son utilisation, l'Europe va pouvoir améliorer sa compétitivité industrielle, tout en réduisant son impact sur la planète. Cette utilisation fournit également une voie pour permettre à l'Europe de réaliser sa transition vers une économie circulaire, à faible empreinte carbone. Elle permettra également d'être moins dépendant des importations de combustibles fossiles.

Vers la transition énergétique et l'économie circulaire Energie solaire sans soleil !

La transformation intelligente du CO2, appelé SCOT (pour Smart CO2 Transformation), est un projet collaboratif européen. Son objectif est de définir l'agenda de recherche européen stratégique pour l'utilisation du dioxyde de carbone. « Ce saut technologique important doit s'accompagner de modifications législatives. Récupérer du CO2, le retransformer en matière première, ce n'est pas naturel.

Coordonné par GreenWin, ce travail de SCOT s'est fait au niveau européen, financé par l'industrie et par l'Europe » souligne André Petitjean, président de GreenWin.

Ce projet vise à stimuler l'innovation, la recherche et le développement technologique européen pour une renaissance industrielle de nos régions. Ses objectifs sont la croissance et la création d'emplois, la transition énergétique et la promotion de l'économie circulaire. Entamé en octobre 2013, le projet vient de se terminer. Il regroupe des acteurs de cinq pays européens : la Belgique, la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne et les Pays-Bas. Il a pour but d'activer le développement du marché de l'utilisation du dioxyde de carbone en produits, et donc à favoriser la transition vers une Europe valorisant le concept « CO2 comme ressource » pour en faire du carburant ou des matériaux, par exemple.

Le projet Scot fédère une communauté de 800 parties prenantes, 7 centres de recherche et des clusters de renommée internationale pour



www.axelera.org

Le magazine francophone du commerce international

un budget de près de 2,5 millions d'euros. Il s'agit d'une véritable priorité tant régionale qu'europpéenne pour améliorer la compétitivité et la performance environnementale des entreprises.

Bientôt, une association européenne pour la transformation du CO2

Aujourd'hui, le prochain objectif est de créer une association européenne consacrée à la transformation du CO2. « En effet, lors d'une réunion à Lyon le 21 septembre dernier, les partenaires du projet, ainsi qu'une dizaine de grosses entreprises industrielles actives en Europe, ont convenu de la nécessité de créer une association dédiée à cette thématique, explique Damien Dallemagne, coordinateur du projet. L'objectif de cette association : coordonner et renforcer les actions menées actuellement par une multitude d'acteurs (fédérations, plateformes technologiques, partenariats public-privé, etc.) à l'échelle nationale et européenne.

Jusqu'à fin novembre, GreenWin coordonne les efforts visant à élargir ce cercle. « L'objectif est de réunir une masse critique d'acteurs industriels (au moins une vingtaine) et couvrant tous les principaux secteurs intéressés par la transformation du CO2 : production d'électricité, acier, ciment, chimie, automobile, etc., prêts à s'investir pour préparer ensemble la création de cette association d'ici juin 2017. »

Des recommandations faites à l'attention des politiques européennes, des acteurs du monde industriel, ainsi que des acteurs de la recherche et de l'innovation mèneront à la création de l'Association européenne pour la capture et l'utilisation du carbone, la création d'une plateforme ou Réseau d'innovation et de validation des technologies de capture et l'utilisation du CO2, la création d'opportunités de croissance économique et le renforcement de la compétitivité de l'Europe.

A l'horizon 2030-2050, l'Europe s'engage à stimuler le renouveau du secteur. Nombreux sont les acteurs d'ores et déjà engagés comme catalyseurs. Une nouvelle page s'ouvre sur la modernisation de l'Europe.

Jaqueline Remits

3J CONSULT améliore l'efficacité énergétique au Maroc

Société d'ingénierie spécialisée dans l'optimisation des performances énergétiques, thermiques et environnementales de sites industriels, 3J Consult, créée en 2003 dans le Brabant wallon et concentrée sur la Wallonie, se développe depuis deux ans à l'international, en France et au Maroc.

La société wallonne 3J Consult est, depuis deux ans, présente au Maroc où elle a créé un bureau de représentation. « Depuis 2014, je m'y rends régulièrement pour sentir le marché en efficacité énergétique et activer notre réseau, commente Jean-Marc Spiltoir, chief financial officer de 3J Consult. Ce marché compte énormément d'industries et beaucoup d'entre elles ont vraiment besoin de s'améliorer en efficacité énergétique. Ce marché est intéressant car c'est vers de tels pays que l'industrie lourde européenne commence à migrer. De nouvelles entreprises sidérurgiques ont encore été construites ces dernières années au Maroc. »



www.3j-consult.com

UN BUREAU DE REPRÉSENTATION À CASABLANCA

Un bureau de représentation a été ouvert à Casablanca. Il est tenu par un ancien étudiant de Louvain School of Management, originaire du Maroc. « Nous avons réalisé de la prospection et nous avons reçu une première commande pour des mesures de brames instrumentées en sidérurgie. D'autres contrats devraient être signés dans l'agroalimentaire et le textile. Nous essayons de mettre en place des partenariats, entre autres, avec des institutionnels marocains. » 3J Consult se développe également en France. « Nous travaillons avec un associé français qui nous a rejoints il y a deux ans et qui a si bien développé les marchés. qu'aujourd'hui, la France représente de 30 à 35 % de notre chiffre d'affaires. »

La petite société d'ingénierie brabançonne accompagne ses clients industriels et tertiaires tout au long de leurs démarches d'optimisation des performances énergétiques, thermiques et environnementales de leurs sites. Elle a constitué une équipe d'experts capables de traiter l'ensemble des facettes d'un projet. « Pour le secteur industriel, nous nous intéressons à tout ce qui a rapport à la combustion, à la conduite de fours, de sécheurs, d'échangeurs de chaleur. Nous allons là où il y a beaucoup d'énergie thermique dépensée (sidérurgie, verre, agroalimentaire, pharmacie, chimie...). Pour améliorer l'efficacité énergétique, nous développons des projets de production de chaleur combinée avec de l'électricité, des panneaux solaires, etc. Lors d'un audit énergétique, nous réalisons une cartographie de la consommation de l'énergie. Une société qui veut passer du fuel au gaz, par exemple, va nous demander quels en sont les impacts. Nous réalisons des études thermiques spécifiques. Dans la gestion de projet, nous accompagnons le client de A à Z. Nous l'aidons à sélectionner les fournisseurs, nous assurons les réceptions, nous sommes sur le chantier. Enfin, nous effectuons différentes mesures, notamment en sidérurgie, à l'aide d'un pyromètre optique, une solution spécifique que nous avons développée. » De beaux projets réalisés en Belgique et, désormais, également en France et au Maroc.

J.R.

LIEU	Ville	Actions	Secteurs	Dates
------	-------	---------	----------	-------

DÉCEMBRE

LETTONIE	RIGA	TECHINDUSTRY (stand d'information)	Mécatech/Equip. autres, Sidérurgie-Métallurgie, Ingénierie-Ensembleurs, TIC/Comp. électro./equip. Inform.	01-03/12/2016
OMAN - QATAR - KOWEÏT	MASCATE - DOHA - KOWEÏT CITY	Mission économique Oman - Qatar - Koweït	Multisectoriel	03-08/12/2016
ALLEMAGNE	GARMISH	Salon HOLZBAUFORUM (stand collectif)	Multisectoriel	12/2016
USA	HOUSTON	Mission économique princière au Texas	Multisectoriel	3-11/12/2016
FRANCE	PARIS	MIDEST 2016 (stand collectif)	Sous-traitance industrielle	6-9/12/2016

JANVIER

FRANCE	BORDEAUX - MARSEILLE - GRAND BORNAND	MISSION NOUVEAUX MEDIAS FORUM BLANC	TIC/Multimédia-audiovisuel	01/2017
EMIRATS ARABES UNIS	DUBAÏ	Délégation indienne au SALON ARAB HEALTH+Séminaire Invest	Biotech médicales/pharma.	01/2017
SRI LANKA - BANGLADESH	COLOMBO - CHITTAGONG	Mission économique et commerciale	Multisectoriel	01/2017
EMIRATS ARABES UNIS	DUBAÏ	Délégation vietnamienne au SALON ARAB HEALTH+Séminaire Invest	Biotech médicales/pharma.	01/2017
USA	ORLANDO, FLORIDE	INTERNATIONAL BUILDER'S SHOW 2017 (stand collectif)	Constructions (Bâtiments), Constructions (Matériaux de), Ingénierie-Ensembleurs	10-12/01/2017

Retrouvez plus d'informations sur le site : www.awex.org

CLASSE EXPORT



ÉDITEUR

Classe Export s.a.s.
100, route de Paris,
69260 Charbonnières -
France
Téléphone : 04 72 59 10 10
Fax : 04 72 59 03 16
info@classe-export.com
www.classe-export.com

DIRECTEUR DE PUBLICATION

Marc Hoffmeister

RÉDACTION

redaction@classe-export.com
Rédacteur en chef :
Nicole Hoffmeister
Journaliste rédacteur et
secrétaire de rédaction :
Sylvain Etaix
Journalistes :
Jacqueline Remits
Alain Braibant

RÉALISATION

Maquette :
kdgraphique.com
Mise en page :
Studio Classe Export
Photos couverture : i-Stock
Sommaire :
Centre Madariago - NBTC
GeoAtlas - Classe Export

PUBLICITÉ

Agence Rhône-Alpes :
Fabien Soudieu
Ile-de-France :
Marie-Laure Biard
Bureau en Tunisie :
Samir Kotti
Secrétariat commercial :
Céline Villard
com@classe-export.com
Régie publicitaire :
LD Development

IMPRESSION

Loire Offset Titoulet
82, rue de la Talaudière
BP 96401
42964 Saint-Etienne Cedex 1

IMPRIM'VERT®

Dépot légal à parution
N°ISSN 1254-1737
N° de commission paritaire :
0112 T 85960
Agrément Belgique :
P916920

Magazine francophone
du commerce international
5 numéros par an
Diffusion : gratuite
Prix hors abonnement
8,00 €
Tirage France & Belgique :
30 000 exemplaires

Feel inspired

Tomorrow starts today

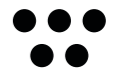


**Vous ambitionnez un développement international ?
Alors, ensemble, mettons le cap !**

Information, coaching, prospection, expertise commerciale, consultance en design, webmarketing, partenariat, financements internationaux... : l'AWEX, c'est une offre de services complète et taillée sur mesure, en temps réel. Avec votre entreprise, nous relevons dès aujourd'hui les défis de demain.

Laissez-vous inspirer par l'exportation !

Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers / www.awex.be



Wallonia.be

EXPORT
INVESTMENT

BLUEBIZ

DES ÉCONOMIES SUR
LE BUDGET
VOYAGES DE
VOTRE ENTREPRISE

Gagnez des Blue Credits
à chaque voyage de vos
collaborateurs.

1 Blue Credit cumulé = 1 €

À convertir en billets d'avion,
en Carte d'Abonnement ou
en options payantes.

**Adhérez sur airfrance.fr ou
dans votre agence de voyages**

Crédit photo : Getty images

BlueBiz est un programme des compagnies

