

LE MAGAZINE DES ENTREPRISES

cci mag

MENSUEL N° 04
AVRIL 2014
ÉDITION LIÈGE -
VERVIERS - NAMUR

L'INVITÉ

OLIVIER STANKIEWICZ

(Cargo Lifting)

SUR LES CHAPEAUX
DE ROUES

Dossiers

**SÉCURITÉ:
MUSELER LE RISQUE
ENSEMBLE**

**RÉUSSIR SES
RELATIONS
AVEC LA PRESSE**

www.ccimag.be

FAITES-VOUS SURCLASSER EN PREMIUM CLASS.



Passat Variant Premium Class à partir de 495 €/mois HTVA⁽¹⁾.

Profitez au quotidien de l'espace et du confort de la Passat Variant Premium Class. Pour un véhicule de société, c'est plutôt dans la logique des choses. Profitez du plus grand espace intérieur de sa catégorie tout en bénéficiant d'une panoplie d'équipements. Montez vite à bord de la Passat Variant avec Pack Premium Class et venez juger de son confort par vous-même.

Plus d'infos chez votre concessionnaire ou sur volkswagen.be

L'équipement Premium Class comprend notamment:

- Habillage des sièges en cuir
- Climatisation électronique
- Toit panoramique
- Système de navigation
- Peinture métallisée
- Park Pilot avant/arrière

4,3 - 6,4 L/100 KM • 113 - 149 G CO₂/KM

  DONNEES PREZENTÉES À LA SÉCURITÉ. Modèle présenté à titre d'illustration. Informations environnementales (A.R. 19/03/2004) : www.volkswagen.be



Das Auto.

(1) Volkswagen Passat Variant Comfortline 1.6 TDI BMT 105ch équipée du pack Premium Class. Prix catalogue TVAC: € 37398. Loyer TVAC: € 598,95/mois. Offre en Location Long Terme «Full Service» Volkswagen Finance calculée sur base de 60 mois et 100.000 km. Offre réservée aux professionnels. Sous réserve d'acceptation du dossier par D'eteren Lease s.a., Leuvensesteenweg 679, 3071 Kortenberg avec siège social à 1050 Bruxelles, rue du Mail 50. FSMA 20172 A. Prix au 01.04.2014 et valables jusqu'au 30.04.2014. Volkswagen Finance est une dénomination commerciale de D'eteren Lease s.a. et de Volkswagen D'eteren Finance s.a.



COMME UN POISSON DANS L'EAU

Active dans la transformation de véhicules utilitaires de petit et moyen tonnage, Cargo Lifting est une entreprise qui ne connaît pas la crise. Son jeune et dynamique patron, Olivier Stankiewicz et sa quarantaine de collaborateurs, ne manquent ni de talent, ni d'ambition pour assurer un avenir en perpétuelle croissance et ce, malgré les nombreuses difficultés rencontrées par le secteur automobile ces dernières années. Un invité et une entreprise qui seront à (re)découvrir lors de la soirée MADE IN Villers-le-Bouillet en juin prochain. À bon entendre...

Dans cette édition d'avril, vous aurez la chance de parcourir deux dossiers aux thématiques aussi riches que variées :

- la sécurité en entreprise : analyse des risques, sensibilisation, formation, gestion participative des risques et outils... Des experts vous confieront tout ce que vous devez savoir sur le sujet.
- les relations avec la presse : la presse peut fortement contribuer à améliorer votre notoriété et ce, à moindre coût. Encore faut-il être en mesure d'observer les bonnes pratiques. Dans ce dossier, plusieurs spécialistes vous éclaireront sur la manière dont fonctionnent les journalistes et vous confieront les règles à respecter pour optimiser votre visibilité dans la presse.

Et comme à chaque fois, nous reviendrons sur nos activités passées. Ainsi, vous aurez l'occasion de revivre en photos notre dernière soirée MADE IN Aywaille qui a attiré pas moins de 150 entrepreneurs dans la capitale de l'Ourthe-Amblève. La ville de Verviers, prochaine étape de nos soirées MADE IN, sera-t-elle capable d'égaliser ce record ? Vous trouverez la réponse dans votre prochain CCI MAG.

En attendant, je vous invite, sans plus attendre, à dévorer celui-ci. Inutile de chercher le Poisson d'Avril, nous n'en avons pas dissimulé.



La presse peut fortement contribuer à améliorer votre notoriété et ce, à moindre coût. Encore faut-il être en mesure d'observer les bonnes pratiques.

Siège de Liège

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

Siège de Namur

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

Président

Alexandre Grosjean

Vice-Président

Jean-François Coutelier

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



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

Éditeur responsable

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

Flashsez ce code sur votre Smartphone



et accédez à nos dernières news sur ccimag.be

Chef d'édition

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

Publicité

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

Journalistes

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

Dossiers

Stéphanie Heffinck et Céline Léonard

Abonnements

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

Collaborations CCI

Jean-François Coutelier, Gilles Foret, Alexandre Grosjean, Céline Kuetgens.

Photos

Jonathan Berger, Stephan Kerff.

Impression

AZ Print

Maquette et mise en page

Mwp Communication - www.mwp.be

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

Autour de

Le vélo, c'est bon pour le business !

12

Vous le vivez certainement au quotidien: les déplacements domicile-travail deviennent de plus en plus fastidieux. Pour la même distance, le temps de trajet s'allonge d'année en année. Pour autant, promouvoir le vélo au sein de votre entreprise est-ce vraiment utile et rentable ? Il semble que oui. En Wallonie, déjà 25 entreprises et universités convaincues se sont engagées dans l'opération «Tous vélocitifs»...



Les collaborateurs d'Ethias

Honest Talk

Alain Lesage GreenWin

38

Directeur général de GreenWin, le dernier des 6 pôles de compétitivité, Alain Lesage a rencontré CCI mag. Il explique en quoi la Wallonie est une région qui compte dans le domaine de la recherche et de l'innovation environnementale.



A. Lesage

L'économie en images

Comme une lettre à la poste

40

Que devient votre courrier une fois celui-ci posté ? Pour le découvrir, nous vous proposons une plongée dans les coulisses du centre liégeois de La Poste. Une véritable fourmilière qui, chaque jour, traite pas moins de 1.300.000 envois !



L'invité

Olivier Stankiewicz

6

C'est ensemble qu'Olivier Stankiewicz et Cargo Lifting, entreprise active dans la transformation de véhicules utilitaires, ont grandi. Après avoir rejoint cette société nouvellement créée dès la sortie de ses études, cet entrepreneur originaire de Faimes en a pris les commandes voici 8 ans. Patron heureux, il navigue depuis lors en pleine croissance. Et aux côtés de sa quarantaine de collaborateurs, il ne cache pas avoir encore de nombreux projets sous le capot...

© Stephan Kerff



Portraits

IDEASIGN

15

Fondé en 2008 par Jean-François Parisse, IDEASIGN est un bureau d'études et de vente de produits design. Sa référence la plus connue, la jardinière KIGA, a été primée à Paris. Un showroom ouvrira prochainement ses portes...



J-F Parisse (IDEASIGN)

Les Quatre Saisons

17

Depuis 3 décennies, l'entreprise Les Quatre Saisons transforme et distribue des produits biologiques secs. En 2013, elle se lançait sur la voie de l'innovation en créant Green Paw, sa marque de croquettes bio pour chiens et chats.



E. Raskin & E. Brandt (Les Quatre saisons)

Audrey-BioBeauty

49

Cela fait plus de 30 ans qu'Audrey-BioBeauty prend en charge la beauté des Liégeoises. Sur un marché occupé par de grandes marques, la société a su devenir « le plus petit des grands ou le plus grand des petits ».



L'équipe d'Audrey-BioBeauty

Sleev'in

55

Pilotée par un jeune duo d'entrepreneurs liégeois, la société Sleev'in est spécialisée dans la personnalisation et l'habillage de bouteilles. Un marché dans l'air du temps...



Y. Palmkoek & J. Michel (Sleev'in)

Artialis

57

Le métier d'Artialis : développer des outils capables de diagnostiquer l'arthrose de manière précoce pour mieux la combattre. S'appêtant à lancer un nouveau produit de diagnostic, la PME espère doubler son chiffre d'affaires en 2014.



(Artialis)

Dreamgest

61

Didier Hodiamont se définit comme « un gestionnaire qui a rêvé par accident ». Rencontre avec cet entrepreneur hors du commun qui n'a pas hésité à opérer un virage à 180° pour se consacrer à son projet de vie : Piano-Plage.



Un aperçu de Piano-Plage



Dossier

Dossier Sécurité : museler le risque ensemble

Vigilance, conscientisation, prévention, « co-sécurité » en bonne intelligence... sont les thèmes phares de notre dossier « sécurité ». Comment ouvrir les yeux sur les risques et les « museler » ensemble, au sein de l'entreprise...



X. Demarcin (Securex)



P. Mairiaux (ULg)



Les 3 associés de Fullmark



P. Mauroy (Solvay)

- L'analyse des risques et le plan global de prévention
- La gestion participative des risques et outils
- La sensibilisation
- Des formations en phase avec la législation... et les réalités du terrain
- Entreprises « Seveso » : l'exemple de Solvay

21

En bref

L'actualité du chef d'entreprise

44



Au programme de cette édition : 9 entreprises belges à la Coupe du monde de football, les femmes qui travaillent pour rien 59 jours par an, l'exemption d'impôt pour le passif social... et bien d'autres infos encore !

23

25

27

30

31

Event

Forum économique européen

51

Pour la 2ème année consécutive, la ville de Nancy accueille un important forum économique européen. Une journée de réflexion mise en œuvre par les Chambres de Commerce de la Grande région.



Dossier

Réussir ses relations avec la presse



O. Moch



F. Delvaux (Flo'rganize)



M. Dembour (Kalamos)

- Quand solliciter les médias ?
- Conférence de presse ou simple envoi d'un communiqué ?
- Pour une conférence de presse réussie
- Communiqué de presse : évitez les pièges !
- Bien répondre aux journalistes
- Etes-vous un pro des relations presse ? Faites le test !
- Conclusion : 10 règles d'or

33

33

34

34

35

36

36

37

CCI

Sécurité

63

Nombre de conseillers en prévention se sentent isolés. Pour les aider, la CCI a développé des clubs de partage d'expériences.



MADE IN Aywaille

66

Dans le cadre de son concept MADE IN, la Chambre de Commerce était de passage à Aywaille ce 24 février. Salon Batibouw oblige, la CCI avait voulu donner à cette soirée une dimension «construction».



Le livre du mois

68



M. Ceulemans

Omniprésente dans nos vies, la TVA n'en demeure pas moins une matière difficile à appréhender. Véritable spécialiste en la matière, Michel Ceulemans publie un guide didactique à placer entre toutes les mains...

Automobile

Quel avenir pour la voiture électrique ?

47

La voiture électrique est-elle la solution d'avenir ? Le fondateur d'EVS, Laurent Minguet, roule en BMW i3 ; il nous livre ses impressions...



L. Minguet

Jeudi 19 JUIN

de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms
de Liège-Ville...)



superspink & fibre

Chiffres clés

- 500 « Pop-Up Displays » (stands)
- 1.000 « Pop-Up Players » (exposants)
- 3.000 « Pop-Up Guests » (visiteurs)
- 8.000 m² de « Pop-Up Displays »
 - 50.000 m³ d'enthousiasme of « pure business »
- 12 « Pop-Up Business Lounge »
 - 1 bar à champagne
 - 4 « Pop-Up food corners »



Qu'est ce que Pop-Up ?

- Un événement de networking incisif et éphémère,
- 100 % « human to human », 100 % « pure business »
- Destiné à célébrer l'entrepreneuriat dans notre région
- Au travers d'une scénographie créative et d'un business model disruptif
- Offrant aux exposants une visibilité maxi pour un prix mini

Pop-Up, c'est la concrétisation d'un « business model » innovant, d'un paradigme sans concession basé sur le triangle d'or :

- High Quality
- Low Price
- Return On Investment

Les gros avantages du concept

- « Pop-Up displays » entièrement aménagés
- Zéro préparatif - Zéro stress - 100% confort
- Investissement temps limité (1/2 journée)
- Opportunités de contacts pléthoriques
- Prix écrasés, accessibles à toutes les bourses

Prix « Pop-Up Display » : 399 € (HTVA)

(Tarif valable pour toute réservation avant le 1^{er} mai. Au delà, le prix sera de 499 €)

- Stand double cloisons
- 1 Pop-Up Desk
- 2 badges exposants (Pop-Up Players)
- 4 VIP pass (Pop-Up Guests)
- Full accès à l'appli mobile (liste des participants, catalogue, in-mails...)
- 1 page de présentation dans l'appli mobile
- 1 bouteille de champagne

Attention: seuls 500 « Pop-Up Displays »
sont disponibles (first come, first serve)



Infos et inscriptions :

www.ccilvn.be - Christophe Mausen (0496 55 92 52 - cm@ccilvn.be)

POOUP SAFARI

Business event
« éconochic »



by **CCI**

JEUDI 19 JUIN, de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms de Liège-Ville...)

ccilvn.be



OLIVIER STANKIEWICZ

SUR LES CHAPEAUX DE ROUES

Doté d'un tempérament de fonceur, Olivier Stankiewicz pilote depuis 8 ans déjà Cargo Lifting, une entreprise spécialisée dans la transformation de véhicules utilitaires. Échappant à la sinistrose entourant le secteur automobile, notre trentenaire surfe sur la vague de la croissance. Aux côtés de ses 41 collaborateurs, il ne cache pas avoir encore de nombreux projets sous le capot...

CÉLINE LÉONARD - © STEPHAN KERFF

Patron d'une société en croissance constante, Olivier Stankiewicz avance dans la vie avec pragmatisme. Un trait de personnalité qui ne date pas d'aujourd'hui... « *En effet, lorsque j'ai dû choisir mes études supérieures, mon orientation ne fut pas dictée par une quelconque passion mais par la raison. Habitant le village de Faimés, rejoindre une école de Liège ou Namur par les transports en commun s'apparentait à un parcours du combattant. Comme je n'avais aucune envie de koter, j'ai simplement listé les écoles existant dans la région et procédé par élimination.* » C'est ainsi que notre homme entame un graduat en secrétariat au cours duquel il reconnaît s'être finalement beaucoup amusé.

Son diplôme en poche, Olivier Stankiewicz songe dans un premier temps à se lancer dans l'élevage de poulets. « *Une activité que j'avais déjà menée adolescent aux côtés de mon père.* » Mais une opportunité le fait changer d'avis : « *J'ai eu connaissance d'une place à pourvoir au sein du Garage Baudouin Pierre à Huy. J'ai postulé comme vendeur de voitures. On m'a proposé un poste de technico-commercial.* » Gérants du garage hutois, Baudouin et Philippe Stalport y avaient développé un département d'aménagement de véhicules utilitaires. Leur nouvelle recrue à peine arrivée, ils décident de donner une nouvelle ampleur à cette activité en créant la société Cargo Lifting. « *C'est ainsi que j'ai démarré, au sein d'une équipe de 4 personnes, dans un secteur que je découvrais totalement.* » Pour faire connaître la jeune entreprise, Olivier Stankiewicz n'hésite pas à prendre son bâton de pèlerin pour démarcher les concessionnaires et importateurs de la région. Une démarche couronnée de succès. En 2005, Baudouin et Philippe Stalport lui font part de leur souhait de vendre la société. Après une salve d'hésitations, Olivier Stankiewicz décide de se jeter à l'eau. Il devient administrateur de Cargo Lifting et acquiert en 4 ans la totalité des parts de l'entreprise. « *Un choix que je n'ai jamais eu à regretter. Nous avons échappé à la crise qui a frappé le secteur automobile et surfons depuis lors sur la croissance. Quant à l'avenir, il s'annonce sous les meilleurs auspices* », conclut ce jeune entrepreneur qui ne cache pas avoir encore de nombreux projets sous le capot...

Coup de Génie

« Lorsque Cargo Lifting a été créée, en 2000, l'entreprise ne comptait que quatre collaborateurs. Au fil des ans, l'équipe s'est significativement développée. Les bâtiments ont donc logiquement dû suivre cette évolution. Nous avons ainsi quitté un espace de 600 m² à Marchin pour investir des infrastructures trois fois plus grandes dans le zoning de Villers-le Bouillet. Un bâtiment que nous trouvions au départ gigantesque mais qui s'est rapidement révélé trop petit. Plus de 2.500 m² ont ainsi dû être ajoutés en 2011. Quoi qu'il en soit, cette implantation nouvelle s'est avérée très positive pour l'entreprise, tant en termes de visibilité que d'accessibilité. Nous avons d'ailleurs fait l'acquisition d'une parcelle voisine de 5.000 m² en 2013. Nous sommes ainsi prêts à accueillir la croissance.

Au travers de cette question, j'aimerais également mettre en avant la qualité du personnel de l'entreprise. Je n'en suis bien sûr pas le seul artisan mais c'est une source de satisfaction. Est-ce difficile de trouver du personnel qualifié ? Non. Nous recherchons pourtant des personnes ayant à la fois des compétences manuelles, un attrait pour le secteur automobile et une dose de créativité. Nous fonctionnons beaucoup par le bouche-à-oreille. C'est ainsi que des voisins, cousins, frères, amis et même une épouse sont venus nous rejoindre. »

CARGO LIFTING C'EST :

- ▶ Une entreprise spécialisée dans la transformation de véhicules utilitaires de petit et moyen tonnage
- ▶ 14 années d'existence
- ▶ 41 collaborateurs
- ▶ 1.800 véhicules produits en moyenne chaque année
- ▶ 8 millions € de chiffre d'affaires en 2013
- ▶ Des clients sur l'ensemble du territoire national et au-delà (France, Suisse... et Cuba !)



My Life powered by
Samsung GALAXY S5



16MP
Camera



Ultra power
saving mode



Dust & Water
Resistance



S Health



Kids Mode



0,562 W/Kg
(B)



www.samsung.com

SAMSUNG



BIO EXPRESS

- ▶ Né le 17 mars 1978 à Huy
- ▶ **1991** : entame ses études d'humanités générales à l'Institut de l'Abbaye de Flone
- ▶ **2000** : décroche un graduat en secrétariat (option Entreprise-Administration)
- ▶ **2000** : est engagé au sein du département carrosserie du Garage Baudouin Pierre, à Huy
- ▶ **2006** : devient administrateur de Cargo Lifting
- ▶ **2010** : acquiert l'entière responsabilité de l'entreprise
- ▶ **2011** : est élu Hutois de l'année

Coup de cœur

« Je pense, tout d'abord, à l'offre qui m'a été faite en 2005 par Baudouin et Philippe Stalport. En me proposant de reprendre l'entreprise, ils m'ont montré qu'ils trouvaient que je tenais la route. Un gage de confiance qui m'a touché. Autre source de satisfaction : l'ambiance quasi familiale régnant au sein de la société. Elle me permet de me rendre chaque matin au travail le pied léger. J'espère préserver cela longtemps encore. »

Coup de gueule

« Ces derniers temps, j'ai été assez irrité par l'attitude adoptée par certains concurrents qui n'ont pas hésité à formuler des critiques injustifiées à notre égard. Bien évidemment, nulle entreprise ne peut prétendre qu'elle ne connaît jamais de défauts. Mais quand c'est notre cas, notre service après-vente assure toujours le suivi. Pour ma part, je me suis toujours fait une gageure de ne pas formuler de critiques à l'égard des autres pour gagner un client. Je regrette que certains adoptent cette ligne de conduite pour se faire une place. »

DU TAC AU TAC

▶ Quelle est votre plus grande qualité?

La modestie peut-être... C'est du moins ce que l'on me dit.

▶ Un défaut?

Ce n'est pas évident. Je suis pourtant loin d'être parfait (rires). Disons que j'aime un peu trop faire la fête. Un penchant que j'ai déjà regretté de nombreux matins... Sur le plan professionnel, peut-être suis-je d'un naturel trop cool. Je m'énerve rarement. Lorsque que quelque chose commet une erreur, j'essaie toujours de comprendre. Mais il conviendrait sans doute que je hausse parfois le ton...

▶ Monter sur les freins, vous y avez déjà songé?

Non, la croissance ne m'a jamais fait peur. Bien au contraire. Je suis du genre foncéur. Quand une opportunité se présente, je mets toujours tout en œuvre pour la décrocher.

▶ Si c'était à refaire...

On recommence évidemment. Et sans hésiter une seconde!



CARGO LIFTING

Rue de l'Avenir 10 - 4530 Villers-le-Bouillet
Tél. : 04/275.71.06 - www.cargolifting.be

Jeudi 19 JUIN

de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms
de Liège-Ville...)



Chiffres clés

- 500 « Pop-Up Displays » (stands)
- 1.000 « Pop-Up Players » (exposants)
- 3.000 « Pop-Up Guests » (visiteurs)
- 8.000 m² de « Pop-Up Displays »
 - 50.000 m³ d'enthousiasme of « pure business »
- 12 « Pop-Up Business Lounge »
 - 1 bar à champagne
 - 4 « Pop-Up food corners »



Qu'est ce que Pop-Up ?

- Un événement de networking incisif et éphémère,
- 100 % « human to human », 100 % « pure business »
- Destiné à célébrer l'entrepreneuriat dans notre région
- Au travers d'une scénographie créative et d'un business model disruptif
- Offrant aux exposants une visibilité maxi pour un prix mini

Pop-Up, c'est la concrétisation d'un « business model » innovant, d'un paradigme sans concession basé sur le triangle d'or :

- High Quality
- Low Price
- Return On Investment

Les gros avantages du concept

- « Pop-Up displays » entièrement aménagés
- Zéro préparatif - Zéro stress - 100% confort
- Investissement temps limité (1/2 journée)
- Opportunités de contacts pléthoriques
- Prix écrasés, accessibles à toutes les bourses

Prix « Pop-Up Display » : 399 € (HTVA)

(Tarif valable pour toute réservation avant le 1^{er} mai. Au delà, le prix sera de 499 €)

- Stand double cloisons
- 1 Pop-Up Desk
- 2 badges exposants (Pop-Up Players)
- 4 VIP pass (Pop-Up Guests)
- Full accès à l'appli mobile (liste des participants, catalogue, in-mails...)
- 1 page de présentation dans l'appli mobile
- 1 bouteille de champagne

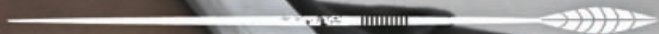
Attention: seuls 500 « Pop-Up Displays »
sont disponibles (first come, first serve)



Infos et inscriptions :

www.ccilvn.be - Christophe Mausen (0496 55 92 52 - cm@ccilvn.be)

POPOUP SAFARI



Business event
« **éconochic** »

by **CCI**

JEUDI 19 JUIN, de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms de Liège-Ville...)

ccilvn.be

LE VÉLO, C'EST BON

Vous le vivez certainement au quotidien: les déplacements domicile-travail deviennent de plus en plus fastidieux. Pour la même distance, le temps de trajet s'allonge d'année en année. Pour autant, promouvoir le vélo au sein de votre entreprise est-ce vraiment utile et rentable? Il semble que oui. En Wallonie, déjà 25 entreprises et universités convaincues se sont engagées dans l'opération « Tous vélo-actifs » ...

JACQUELINE REMITS

L'opération « Tous vélo-actifs » est une action du Plan Wallonie cyclable, lancé par le Gouvernement wallon pour améliorer les conditions de la pratique du vélo et développer son utilisation. L'objectif est d'inciter les employés à effectuer les déplacements domicile-travail à vélo. L'opération soutient des employeurs qui s'engagent à mettre en place un plan d'actions

intensif de promotion du vélo au sein de leur société. Une plate-forme de soutien et différentes actions sont proposées aux entreprises: réalisation d'un mini audit vélo, réflexion pour la mise en place d'une logistique d'accueil, outils de facilitation de l'usage du vélo, organisation d'un mini événement pour lancer l'opération et outils de communication interne.

ETHIAS

MOBILITÉ DOUCE TOUS AZIMUTS

Après avoir mené une politique de sensibilisation au covoiturage, Ethias s'est lancée dans l'opération « Tous vélo-actifs ». « *Le vélo est devenu une nouvelle priorité pour le siège national à Liège qui compte 850 personnes, souligne Fabienne Verlainne, en charge du suivi de l'opération. Nos Friday Bikedays, organisés tout l'été, ont rencontré, les 2 saisons précédentes, un beau succès avec près de 20.000 km verts parcourus à vélo ou à pied.* »



« *Chez Ethias, le nombre de cyclistes quotidiens est en augmentation constante. Les petits déjeuners toniques offerts favorisent les échanges dans la bonne humeur et la cohésion du groupe. On y parle itinéraires, bons plans, astuces...* » Un nouveau parking vélo vert a été aménagé au siège de Liège pour accueillir les cyclistes et permettre de recharger les vélos électriques. Douches, vestiaires et casiers ont été installés. Une dizaine de vélos d'entreprise sont également à la disposition de tous durant

la pause de midi ou après le travail. Ethias a été sélectionnée pour l'expérience pilote des Vélos à Assistance Électrique, subsidiée par la Région wallonne. 21 candidats ont reçu leur vélo électrique pour parcourir entre 3 et 70 km. « *L'assistance électrique leur permet de ne plus craindre les montées difficiles et d'arriver frais et dispos au bureau. Ces*

nouveaux cyclistes se déclarent ravis et sont unanimes pour dire qu'aller au boulot à vélo met de bonne humeur! » Un achat groupé a été lancé au niveau national en collaboration avec l'Amicale du personnel. Plus de 250 personnes ont manifesté leur intérêt pour l'achat de 500 vélos! « *Mais la mobilité douce, c'est réduire de toutes les manières possibles notre empreinte carbone, rappelle celle que l'on appelle volontiers Madame Vélo. On l'a fait baisser de 47 % en quelques années.* » Ethias mérite bien ses 3 étoiles « Tous vélo-actifs »!

UNIVERSITÉ DE LIÈGE

GAGNANTE DU DÉFI VÉLO



Désireuse de promouvoir le vélo comme l'une des réponses à ses problèmes de mobilité, l'Université de Liège a l'objectif de réaliser au Sart Tilman un cheminement cyclo-pédestre entre la place du Rectorat et la zone des Sciences appliquées. Un relevé des endroits où des râteliers vélos pourraient être installés à proximité des bâtiments du Sart Tilman, de même qu'un relevé du maillage des chemins et sentiers existants aux abords des bâtiments universitaires et de leur état ont également été effectués. Le Défi vélo, lancé lors de la Semaine de la Mobilité à l'ensemble des Wallons en septembre dernier, a été remporté par l'ULg avec 2.320 km parcourus par 44 participants. Dans le cadre de la journée dédiée au vélo à Liège, ce n'est pas peu fier que le Recteur Bernard Rentier est allé chercher la première étoile de l'ULg du label vélo-actif!

POUR LE BUSINESS!

LAMPIRIS

TRAJET À VÉLO, BONNE HUMEUR AU BOULOT

Située au centre de Liège, pour les 240 personnes qui y travaillent, c'est parfois la galère pour atteindre Lampiris aux heures de pointe et trouver une place au parking. « À l'initiative d'employés, une équipe Mobilité s'est créée pour sensibiliser l'ensemble du personnel aux alternatives à la voiture, commence Bruno Venanzi, administrateur délégué. Quelques-uns venaient à vélo, moi aussi d'ailleurs



mais plutôt en été. Ils voulaient institutionnaliser le concept, d'autant plus que nous disposons de douches, ce qui encourage la venue à vélo. » L'équipe Mobilité a d'abord demandé un parking vélos. La dynamique s'est poursuivie en 2012 par une première journée « À vélo au boulot » organisée lors de la Semaine de la Mobilité. Suite à cette journée, d'autres employés se sont mis à se rendre chez Lampiris à vélo. « Ils ont trouvé

que c'était sympathique. » Un « Printemps de la Mobilité » a été planifié en mars 2013. L'été 2013, la participation de Lampiris à « Tous vélo-actifs » s'est imposée comme une étape logique. « Nous avons décroché 2 étoiles. Pour en obtenir 3 ou 4, nous nous sommes fixé des objectifs mobilité pour 2014 : 20.000 km à vélo, 40.000 km en covoiturage, 80.000 km en transports en commun ou à

ped. Les gens qui arrivent à vélo au boulot sont de meilleure humeur le matin que ceux qui viennent en voiture coincés dans les embouteillages sans trouver de place au parking. Entre-temps, nous avons acheté des vélos électriques mis à la disposition du personnel sur le temps de midi ou le soir pour rentrer chez eux. Cela crée une bonne ambiance et correspond bien à notre image de fournisseurs d'énergie verte. »

ELECTRABEL - CENTRALE NUCLÉAIRE DE TIHANGE

FACILE AVEC UN VÉLO ÉLECTRIQUE

Chez Electrabel aussi, les recours aux transports en commun et au vélo sont encouragés. L'opération « Tous vélo-actifs » a été testée au siège namurois en 2012 et sur le site de Tihange en 2013. Dès avant la Semaine de la Mobilité, une quinzaine de vélos à assistance électrique y ont été livrés pour que le personnel puisse tester ce mode de transport pour leurs déplacements entre domicile et travail. « Notre objectif est d'augmenter le nombre de cyclistes actifs par ce biais, détaille Serge Dauby, chargé de communication. Dans notre région vallonnée, cela fait sens. Mais si c'est facile de dévaler une colline à vélo de son domicile au bureau à Tihange, cela l'est nettement moins de remonter la pente ! Avec un vélo électrique, cela devient aisé. » À la centrale, des petits déjeuners ont été organisés pour promouvoir le vélo. « Nous avons dû installer une structure qui, jusque-là, n'existait pas. Et si nous recevons beaucoup de demandes de la part de notre personnel pour des vélos, nous nous mettrons en rapport avec des vendeurs pour obtenir un bon prix. Notre objectif est d'augmenter au maximum le nombre de cyclistes actifs au sein de la centrale et de promouvoir la mobilité verte. »



POUR CONCLURE:

- Sur une place de parking voiture, on range 10 vélos.
- Le coût du déplacement d'un cycliste donne droit à une indemnité kilométrique de 0,22 €, exonérée de cotisation sociale et déductible fiscalement.
- Un employé qui utilise régulièrement son vélo est moins souvent absent.
- Un employeur gagne entre 300 et 400 € par an par employé actif physiquement
- Sa productivité augmente de 2 à 52 %.



Source d'expertise

groupequip.be

ÉQUIP
source humaine

intérim / recrutement et sélection / outplacement / consultance



[IDEASIGN]

Foisonnement des idées, PURETÉ DES FORMES

- ▶ Un bureau d'études et de vente de produits design
- ▶ Un nouveau concept de jardinière primé à Paris
- ▶ Un show-room prochainement inauguré à Liège

CÉLINE LÉONARD

Lentement mais sûrement, Liège devient un pôle du design. A l'horizon 2015, la cité ardente devrait ainsi disposer de son centre du design, un lieu où créateurs et designers pourront se mettre en évidence. C'est dans cet environnement créatif propice que le bureau d'études IDEASIGN fait son petit bonhomme de chemin. Fondé en 2008 par le Liégeois Jean-François Parisse, il s'adresse aussi bien aux entreprises qu'aux particuliers. « *Les sociétés représentent néanmoins 80 % de notre chiffre d'affaires. Quand elles viennent au bureau, certaines ont déjà entre les mains un produit qu'il convient d'améliorer ou d'achever. D'autres ont juste une idée qu'il faut encore concrétiser. Nous leur proposons un accompagnement de A à Z, de l'étude du premier croquis à la présérie.* » Pour donner vie à certaines idées, IDEASIGN s'est équipé de logiciels performants capables de réaliser des présentations 2D et 3D du futur produit. Un service apprécié par les industriels mais aussi par les architectes avides de réalisme.



© Hurbz

LE BEST-SELLER

La référence la plus (re)connue d'IDEASIGN est la jardinière KIGA (diminutif de Kitchen Garden) conçue pour la société brabançonne Hurbz. « *D'une simple idée de potager pour appartement, nous avons conçu cette jardinière. Réduction du volume pour le packaging, facilité de montage, plusieurs modulations possibles (au milieu d'un balcon ou fixé contre un mur)... Il n'y a pas besoin de se baisser et le volume de terre présent dans chacun des pots, permet de cultiver aussi bien des herbes aromatiques, que des salades ou autres petits légumes...* » Ce produit a été élu innovation de l'année 2013 dans la catégorie Inspiration Jardin par le salon Maison & Objet de Paris. Plus récemment, KIGA a reçu le label de l'Observateur du design 2014.

« *Nous possédons également notre propre atelier ainsi qu'une imprimante 3D. Cela permet aux clients d'obtenir une maquette ou dans certains cas un prototype, se rapprochant un maximum du produit final.* »

Eco-design

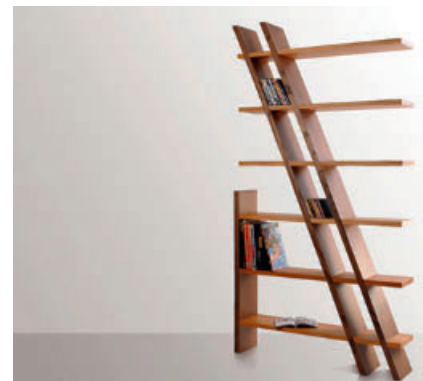
Quand on lui demande ce qui le guide dans son processus de création, Jean-François Parisse se dit à la recherche d'innovation « *Un objet encore jamais vu* ». Parallèlement

à cette quête d'esthétisme et de nouveauté, le designer liégeois se montre sensible à l'impact environnemental de ses produits. « *Nous avons à cœur d'être acteur d'un éco-design responsable. C'est pourquoi nous proposons à nos clients de calculer l'empreinte carbone de leur futur produit ou de réaliser une étude complète du cycle de vie de celui-ci, de l'extraction des matières premières (renouvelables ou à base de matières recyclées) à sa revalorisation.* »

Une marque déposée

Dans le petit monde des bureaux d'étude, IDEASIGN affiche la spécificité de concevoir et de commercialiser sa propre gamme de produits (vendue sous la marque éponyme IDEASIGN). Une collection présentant différentes réalisations de la société liégeoise mais aussi d'autres créations conçues pour ses clients industriels. « *Le bénéfice est double. D'une part, cela nous permet de nous mettre à la place de nos clients industriels en concevant pour eux de la même façon que pour nous. D'autre part, cela nous permet de toucher un public de particuliers au travers de cette gamme de mobilier.* »

Des créations que tout un chacun pourra prochainement découvrir dans le show-room qu'IDEASIGN inaugurera au mois de mai 2014 dans le quartier d'Outremeuse à Liège.



© Ideasign

IDEASIGN

Rue de la Liberté, 21 - 4020 Liège
www.ideasign.be

Jean-François Parisse,
gérant-fondateur
d'IDEASIGN

© Angela di Paolo



AZUR EN ARDENNE – DOMAINE DE SÉMINAIRES

Brainstormer et se ressourcer en vert et bleu

Voulez-vous emmener vos troupes en séminaire dans un endroit dépaysant, mais à quelques encablures seulement de votre société ? Optez pour Azur en Ardenne à Durbuy. Vous y trouverez tout l'équipement dernier cri, le confort des chambres... et le réconfort avec l'espace wellness, le bar et le restaurant gastronomique.

Dans un cadre bucolique, le domaine de vacances et de séminaires Azur en Ardenne sur les hauteurs de Barvaux-sur-Ourthe, dans la commune de Durbuy, est parfait pour vos séminaires d'entreprise. Si, le week-end, il touche des couples et des familles qui souhaitent passer un séjour dans la plus petite ville du monde et découvrir les Ardennes avec balades, circuits en VTT et découvertes gastronomiques, en semaine, la clientèle est différente.

Salles modulables et matériel high-tech

Azur en Ardenne est alors ouvert aux séminaires. Il offre un endroit calme et propice à la réflexion dans un écrin de verdure et une infrastructure ultramoderne pour les réunions d'affaires. Ouvert en octobre dernier, Azur en Ardenne est équipé des solutions dernier cri, tant au niveau multimédias qu'à celui du matériel high-tech avec du Wifi sur l'ensemble du domaine jusqu'à la terrasse, gratuit et ouvert à tous. Situé légèrement en retrait du bâtiment principal avec une vue exceptionnelle sur la vallée de l'Ourthe, l'espace séminaires dispose de trois salles polyvalentes, éclairées à la lumière du jour : les salles Saphir et Turquoise au rez-de-chaussée et la salle Céleste, plus vaste, au premier étage. Disposant de toutes les commodités nécessaires, le bâtiment est également adapté pour les personnes à mobilité réduite. Modulables et entièrement équipées de matériel high-tech pour mieux répondre à vos besoins (réunions, conférences, présentation de produits, formations, workshop, visio-conférence, etc.), ces salles peuvent accueillir ensemble 266 personnes assises. Le hall d'entrée, idéalement situé, a été conçu pour recevoir drink d'accueil et d'éventuelles pauses café. A proximité de l'espace séminaires, la salle de banquets polyvalente Lazuli peut accueillir jusqu'à 100 personnes pour des petits déjeuners, déjeuners, dîners, cocktails, fêtes d'entreprises, mariages, expositions ou autres événements en tous genres, avec un accès direct au jardin. Un parking aisé et gratuit jouxte le bâtiment.

Pour vos séminaires résidentiels, Azur en Ardenne dispose de 54 chambres, dont 20 chambres supérieures et 34 standards, y compris 4 chambres pour les personnes à mobilité réduite, 6 chambres familiales communicantes, équipées de lits doubles ou single.

Bleu piscine

Après les brainstormings, place à la détente ! L'espace wellness Marine, doté d'une piscine intérieure, propose également un sauna, Jacuzzi, hammam, solarium, espace de relaxation, etc. L'endroit est idéal pour vous relaxer au son d'une musique douce, vous détendre au rythme d'un massage aquatique. Occupant l'aile gauche du bâtiment principal, l'espace wellness



dispose également de vestiaires avec douches et de casiers pour vos affaires personnelles. Une cabine plus large est réservée aux personnes à mobilité réduite. L'espace wellness est accessible directement depuis les chambres, mais également de manière totalement indépendante. Il est cependant réservé aux clients de l'établissement. Une sortie de bain est mise à la disposition de chacun dans les chambres de l'établissement.

On dirait le Sud

Le restaurant Majorelle vous accueille dans son cadre contemporain avec vue panoramique époustouflante sur l'ensemble du parc arboré et la vallée de l'Ourthe. Vous y profiterez des saveurs du terroir avec une tendance brasserie internationale. Au bar Indigo ouvert sur le magnifique lobby, profitez d'un instant de détente autour d'une spécialité locale ou d'un cocktail international. La terrasse de 244 m², exposée plein sud, dotée d'un mobilier design contemporain très confortable, vous offrira l'une des plus belles de la province du Luxembourg.



Damien Wibin, General Manager



AZUR EN ARDENNE

Rue de la Jastrée, 31, 6940 Barvaux-sur-Ourthe

Contact et informations: tél.: 086/21 94 00 - fax: 086/43 45 14 - info@azurenardenne.be - www.azurenardenne.be



[Les Quatre Saisons - Green Paw]

DU BIO DANS LES ÉCUELLES

- ▶ Les Quatre Saisons transforme et distribue des produits biologiques secs depuis 30 ans
- ▶ La société prend un nouveau départ avec sa reprise en 2010 par Eddy Raskin
- ▶ En 2013, elle innove en lançant Green Paw, sa marque de croquettes bio pour chiens et chats

JACQUELINE REMITS

Vous estimez que les aliments bio sont bons pour votre santé ? Ils le sont aussi pour vos compagnons à quatre pattes. Le concept de Green Paw est né de la rencontre entre Eric Brandt, fils d'agriculteur, consultant en création et développement d'entreprise chez Cide-Socran, et Eddy Raskin, gérant de la SPRL Les Quatre Saisons. « *Tous deux, nous déplorions que l'offre en aliments bio pour animaux de compagnie soit réduite à la portion congrue, souvent assez onéreuse, et donc peu accessible au plus grand nombre* », commence ce dernier.

Ces passionnés d'animaux de tous poils décident de proposer une nouvelle gamme réalisée exclusivement à base d'aliments biologiques certifiés, conformément aux réglementations européennes les plus strictes et commercialisée à des prix compétitifs. « *Une petite étude de marché nous a prouvé qu'il existait véritablement une demande pour ce genre de produits*, continue Eric Brandt. *En effet, la composition de l'alimentation animale dans nos pays est largement déficitaire. On y trouve fréquemment des ingrédients provenant des cultures OGM et très souvent issus de l'agriculture intensive. Nous voulions trouver*



Eddy Raskin, patron des Quatre Saisons, et son conseiller Eric Brandt : « *Nous voulions trouver une alternative en proposant des produits qui répondent scrupuleusement aux cahiers des charges propres à l'agriculture biologique.* »

une alternative en proposant des produits qui répondent scrupuleusement aux cahiers des charges propres à l'agriculture biologique. Comme pour l'alimentation bio destinée aux humains, notre production fait l'objet de contrôles lors de toutes les étapes du processus et est certifiée 100 % bio. »

Concrètement, Green Paw propose actuellement des croquettes sèches au goût de volaille pour chiens et chats et fabriquées en France. Les sachets de croquettes sont disponibles dans les magasins bio et sur commande en ligne sur le site Internet. Comptez environ 4 euros le kilo, soit le prix de croquettes de grande marque. « *Nous n'avons pas voulu fixer un prix trop élevé, mais plutôt nous aligner sur ce que proposent actuellement les grandes marques.* » L'objectif est d'étendre l'offre en proposant également des friandises. « *Plus tard, nous tenteront peut-être de nous lancer dans la fabrication de terrines et pâtés, mais cela implique une tout autre manière de travailler, la conservation étant différente.* »

Un catalogue de 350 produits bio

Fondée en 1983 à Andrimont, la société Les Quatre Saisons propose un large assortiment de produits secs d'épicerie, exclusivement issus de l'agriculture biologique ou naturels, notamment la vente de produits d'épicerie et d'huiles de soins biologiques. En 2010, Eddy Raskin reprend la société. « *Notre spécificité réside dans l'activité dite de transformation provenant de fournisseurs historiques parmi les plus réputés du secteur. Les matières premières sont conditionnées et certaines composées de façon artisanale dans nos ateliers sous notre marque déposée. Nous sommes contrôlés par l'Afsc. Nous répondons intégralement aux normes agroalimentaires en vigueur, notamment en matière d'hygiène et de traçabilité. Nous commercialisons un large assortiment de*

produits secs biologiques et naturels : céréales, compléments nutritionnels, condiments, farines, flocons, fruits secs, graines huiles végétales, légumineuses, mueslis, pâtes, sels sucres, tamari, shoyu, vinaigres... soit environ 350 produits différents. » Les Quatre Saisons fournit une trentaine de magasins bio de proximité en Wallonie et à Bruxelles. « *Notre ambition est de développer l'activité de transformation.* » La société emploie 3 personnes et a développé un chiffre d'affaires de 750.000 euros en 2013. « *Nous visons au moins le million d'euros en 2014 en étendant notre marché dans toute la Wallonie et davantage à Bruxelles.* »



« *Comme pour l'alimentation bio destinée aux humains, notre production fait l'objet de contrôles lors de toutes les étapes du processus et est certifiée 100 % bio* »

LES QUATRE SAISONS - GREEN PAW

Z.I. des Plenesses
Rue Zénobe Gramme, 1 - 4821 Dison
Tél. : 087/30 03 01
www.greenpaw.be
www.quatresaisons.be

Jeudi 19 JUIN

de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms
de Liège-Ville...)



Chiffres clés

- 500 « Pop-Up Displays » (stands)
- 1.000 « Pop-Up Players » (exposants)
- 3.000 « Pop-Up Guests » (visiteurs)
- 8.000 m² de « Pop-Up Displays »
 - 50.000 m³ d'enthousiasme of « pure business »
- 12 « Pop-Up Business Lounge »
 - 1 bar à champagne
 - 4 « Pop-Up food corners »



Qu'est ce que Pop-Up ?

- Un événement de networking incisif et éphémère,
- 100 % « human to human », 100 % « pure business »
- Destiné à célébrer l'entrepreneuriat dans notre région
- Au travers d'une scénographie créative et d'un business model disruptif
- Offrant aux exposants une visibilité maxi pour un prix mini

Pop-Up, c'est la concrétisation d'un « business model » innovant, d'un paradigme sans concession basé sur le triangle d'or :

- High Quality
- Low Price
- Return On Investment

Les gros avantages du concept

- « Pop-Up displays » entièrement aménagés
- Zéro préparatif - Zéro stress - 100% confort
- Investissement temps limité (1/2 journée)
- Opportunités de contacts pléthoriques
- Prix écrasés, accessibles à toutes les bourses

Prix « Pop-Up Display » : 399 € (HTVA)

(Tarif valable pour toute réservation avant le 1^{er} mai. Au delà, le prix sera de 499 €)

- Stand double cloisons
- 1 Pop-Up Desk
- 2 badges exposants (Pop-Up Players)
- 4 VIP pass (Pop-Up Guests)
- Full accès à l'appli mobile (liste des participants, catalogue, in-mails...)
- 1 page de présentation dans l'appli mobile
- 1 bouteille de champagne

Attention: seuls 500 « Pop-Up Displays »
sont disponibles (first come, first serve)



Infos et inscriptions :

www.ccilvn.be - Christophe Mausen (0496 55 92 52 - cm@ccilvn.be)

POOUP SAFARI

superpink & ribs

Business event
« éconochic »



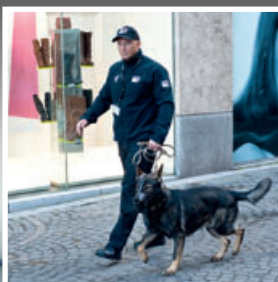
by **CCI**

JEUDI **19 JUIN**, de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms de Liège-Ville...)

ccilvn.be



PROTECTION UNIT PARTENAIRE DE VOTRE SÉCURITÉ



En 6 années d'existence, la société liégeoise Protection Unit s'est imposée comme un acteur majeur dans le secteur de la sécurité et du gardiennage. S'appuyant sur une équipe de 150 collaborateurs expérimentés, son savoir-faire aujourd'hui est reconnu par nombre d'entreprises.

Une large gamme de solutions business

En tant que chef d'entreprise, sécuriser les différents biens de votre société est assurément l'une de vos priorités. Afin de protéger vos biens mobiliers et immobiliers contre toute attaque, Protection Unit a développé un large panel de services entièrement dédiés au monde de l'entreprise :

- **Intervention après-alarme :** l'alarme de votre société se déclenche ? En cas de détection ou d'intrusion, un agent est immédiatement envoyé sur place afin d'y effectuer une ronde extérieure et intervenir au besoin à l'intérieur du bâtiment.
- **Ronde de surveillance :** de jour comme de nuit, la semaine comme le week-end, des agents peuvent réaliser une ronde de votre entreprise. Différentes formules vous sont proposées : ronde extérieure ou intérieure, contrôle de présence ou de processus, rapport de visite, etc.
- **Fermeture et ouverture de site :** Protection Unit assure également les opérations d'ouverture et/ou de fermeture de vos sites et bureaux. Outre l'aspect sécuritaire, les agents peuvent contrôler la fermeture des fenêtres, l'extinction des lumières, la diminution des systèmes de chauffage et climatisation, etc.
- **Chantier :** les chantiers sont des proies faciles pour les vandales et voleurs. Protection Unit dispose d'une solide expérience dans la sécurisation et la protection des chantiers (gardiennage statique ou mobile, maîtres-chiens, rondes, etc.)
- **Contrôle d'accès :** les flux de collaborateurs et visiteurs sont importants au sein de votre société ? Protection Unit prend en charge la gestion de postes de contrôle en vérifiant les autorisations d'accès des personnes, des véhicules et en contrôlant les objets.

Depuis plusieurs mois, Protection Unit assure, chaque nuit, la surveillance des zonings des Plénesses et de Petit-Rechain. Une présence qui a quasi réduit à néant le nombre de délits. Depuis quelques semaines, l'entreprise mène également des patrouilles nocturnes au sein du zoning des Hauts-Sarts.

Ils font confiance à Protection Unit : BAM, Galère, Tecteo, Groupe Portier, Le Pôle Image de Liège, Transports Frisaye, TTS Belgium, 3B Fibreglass, WEX, Halles des Foires de Liège, Le Forum, RTL Spiroudôme, Lampiris, le Circuit de Spa-Francorchamps, la commune de Dison, la Province de Liège, Palais des Congrès de Liège, Mithra Pharmaceuticals

D'autres secteurs

Les services de Protection Unit s'adressent à un large public. Outre la surveillance des entreprises, la société liégeoise assure la sécurité et la sûreté d'habitations privées, de magasins et centres commerciaux, d'institutions publiques... Elle reste également active dans son domaine de prédilection : la sécurité des événements. Domaine dans lequel elle a gagné la confiance des plus grands : Les Francofolies de Spa, Festival Les Ardentes, Grand Prix de Belgique de F1... Protection Unit, enfin, prend en charge des missions de protection des personnes dans le cadre d'occasions protocolaires ou d'événements spéciaux.

Une entreprise, des valeurs

Depuis sa création, la croissance de Protection Unit s'appuie sur des valeurs fortes. Proximité, flexibilité et réactivité ont ainsi contribué à son succès. Soucieuse de la gestion de la qualité, l'entreprise est certifiée ISO 9001:2008. Elle appuie, enfin, sa croissance sur un recrutement strict de collaborateurs qualifiés, spécifiquement formés pour les missions qui leur sont attribuées et suivies en continu.

Protection Unit en chiffres :

- Une entreprise 100% liégeoise
- 6 années d'expérience
- 150 collaborateurs
- 5 patrouilles en permanence actives sur la province de Liège
- Un temps d'intervention moyen de 12 minutes
- Un portefeuille de près de 1.000 clients
- Une croissance annuelle de 30%

PROTECTION UNIT

Rue des Français, 127 - 4430 Ans - Tél. : 04 367 44 10 - N° vert : 0800 17 170
info@protectionunit.com - www.protectionunit.com

SÉCURITÉ: MUSELER LE RISQUE ENSEMBLE

Les actions que vous accomplissez par automatisme, vous n'en prenez plus conscience. Ce qui est le plus apparent... ne nous apparaît plus.

Souvent, les accidents domestiques ou professionnels sont consécutifs à ce manque d'attention, à ces habitudes prises chaque jour depuis des mois, voire des années et qui font s'exposer à un risque pour gagner 5 minutes. Les « presque accidents », quant à eux, sont rapidement effacés des mémoires!

Vigilance, conscientisation, prévention, « co-sécurité » en bonne intelligence... sont les thèmes phares de notre dossier « sécurité » qui vous invite à ouvrir les yeux sur les risques et les « museler ». Tous ensemble, au sein de votre entreprise...

STÉPHANIE HEFFINCK





Plus jamais ça !!!

0% d'accident, c'est possible !

Il vous faut seulement le bon partenaire

LES SPÉCIALISTES DE LA FORMATION VCA

Secrétariat :

0475 34 02 89

Mail : info@centrecfs.be

<http://www.centrecfs.be>

CENTRE

CIFS

Complexes industriels

Bâtiments pour PME

Plateformes logistiques

Surfaces commerciales

Bureaux



**WILLY
NAESSENS**

Industriebouw • Bâtiments Industriels



Wortegem-Petegem 056 69 41 11 Tessenderlo 013 29 27 27 Mornimont 071 75 07 40

www.willynaessens.be

L'analyse des risques et le plan global de prévention

Comment effectuer une analyse des risques dont les résultats alimenteront le plan global de prévention? Par qui ce dernier doit-il être approuvé? Ces questions et bien d'autres, nous les avons posées à Xavier Demarcin, Senior Consultant Health & Safety (Securex - www.securex.be). Voici la synthèse de ses réponses...

1. L'analyse des risques

Les phases

De façon classique, une analyse de risque se déroule en **3 étapes** :

1. Recensement des dangers

Tous les facteurs et aspects du travail qui peuvent causer des **nuisances** sont répertoriés. En collaboration avec son conseiller en prévention, l'employeur réalise **un examen approfondi de tous les postes de travail** à l'aide de différents outils : rapports d'accidents du travail, rapports des différents conseillers en prévention intervenus sur le lieu de travail...

2. Détermination des risques

Un même danger peut présenter plusieurs risques. Par exemple, le gaz peut provoquer l'asphyxie, mais également exploser. Pour chaque risque, il faut vérifier les différentes possibilités. Il est également nécessaire d'établir une liste des travailleurs qui sont exposés à un risque.



Xavier Demarcin (Securex)

MESURES DE PRÉVENTION

Pour chaque risque pointé par l'analyse des risques, des mesures seront prises en vue de prévenir :

- les risques : supprimer ce qui est dangereux
- les dégâts : confiner les risques et les limiter au moyen de boutons d'arrêts d'urgence et premiers secours

Hierarchie des mesures :

- Réduction/suppression du risque à sa source (substitution d'un produit dangereux par un produit inoffensif...)
- Mise en place de mesures de prévention collectives (installation d'aspiration pour les fumées, émanations...)
- Mise à disposition d'équipements de protection individuelle (Port d'un masque à gaz...)

La fréquence et la gravité représentée par le risque déterminent aussi l'ordre des priorités !

3. Évaluation des risques

Une évaluation du risque s'appuie sur une estimation des dommages qu'il pourrait provoquer ainsi que la fréquence. La **méthode de Kinney**, bien qu'elle ne soit pas adaptée à tous les types de risques est souvent utilisée pour évaluer les risques des tâches effectuées ou du fonctionnement des machines. Elle se base sur 3 paramètres : la probabilité qu'un événement dangereux survienne, la fréquence d'exposition à la situation dangereuse, les conséquences possibles.

Ces paramètres sont quantifiés. Le score de risque est ensuite obtenu en multipliant ensemble les trois facteurs susmentionnés. On classe alors les risques du moins dangereux au plus dangereux.

D'autres méthodes d'analyse existent aussi, comme des check-list sectorielles ou des **méthodes participatives (Sobane - voir pages 26-27)**.

L'analyse des risques est une activité continue. Changements, interventions exigent une nouvelle analyse de risques spécifique, par exemple dans le cas de la mise en service d'une nouvelle machine, du démarrage d'un nouveau procédé, etc.

Sur quels critères ?

« Il n'existe pas de canevas type applicable à tel ou tel type de société. Méthode et critères seront fonction des risques présents dans l'entreprise » explique Xavier Demarcin. Des analyses par métiers ou des check lists propres à certaines machines existent, « mais il faut également toujours tenir compte du contexte particulier que représente l'environnement de travail propre à l'entreprise ». C'est pourquoi l'analyse de risque sur le lieu de travail revêt toute son importance.



Pour protéger vos employés, nous avons mieux.

ETHIAS – EMPLOYEE CARE SOLUTIONS

Une entreprise n'est rien sans ses employés. C'est pourquoi vous voulez leur garantir la meilleure des protections. Avec Ethias, vous profitez de solutions sur mesure en accidents du travail, soins de santé et assurances de groupe, ainsi que d'un traitement rapide de vos dossiers et de conseils en prévention.

Pas étonnant que nos courtiers partenaires recommandent Ethias !

Pour en savoir plus: **04 220 31 31** ou **entreprises@ethias.be**

Ethias SA, rue des Croisiers 24, 4000 Liège. RPM Liège TVA BE 0404.484.654

ethias
PREFERRED PARTNER
FOR CORPORATE INSURANCE

2. Le plan global de prévention

Un plan quinquennal non figé

Le législateur a prévu une **planification de la sécurité au travers du plan global de prévention**.

Ce dernier est un **plan quinquennal décrivant et planifiant les actions de prévention à entreprendre s'appuyant sur les résultats de l'analyse des risques**. Il constitue une sorte de programme de prévention qui évolue avec l'entreprise. « *Si des modifications importantes se produisent - incidents, accidents, évolutions techniques ou légales - et avant le terme des 5 ans, le plan global de prévention doit donc être revu en conséquence!* ».

« Un plan quinquennal sera présenté, dès le début de l'activité de l'entreprise et à chaque fois qu'une adaptation s'avérera nécessaire. »

ÉLÉMENTS D'UN PLAN GLOBAL DE PRÉVENTION:

- résultats de l'analyse des risques
- mesures de prévention à fixer
- objectifs à atteindre
- activités et missions pour les atteindre
- moyens organisationnels, matériels et financiers
- missions, obligations et moyens de tous les intéressés
- manière dont le plan global de prévention est adapté aux circonstances modifiées
- critères pour évaluer la politique de bien-être.

Pour qui?

Toutes les entreprises ont l'obligation d'établir leur plan global de prévention. « *Pour les toutes petites entreprises qui ont parfois des difficultés à remplir ce plan, l'idéal est de se focaliser sur l'analyse des risques. Et puis, de traduire les résultats en plan d'action, même simple,*

mais surtout utile et efficace. Les conseillers en prévention externes sont à disposition de ces entreprises afin de les aider! »

Approuvé par qui?

L'employeur établit ce plan en concertation avec les membres de la ligne hiérarchique et les Services de Prévention et de Protection au travail (service interne et service externe).

Fixé par écrit, il est soumis à l'avis préalable du comité pour la prévention et la protection au travail. Il en va de même pour toute modification ou adaptation. À défaut de comité pour la prévention et la protection au travail, le plan sera présenté à la délégation syndicale ou soumis à la participation directe des travailleurs.

LE PLAN ANNUEL D'ACTION

- Établi sur base des décisions prises dans le plan global de prévention
- Obligatoire
- Avant le 1^{er} novembre de l'année précédant son entrée en vigueur
- Présenté pour avis au comité, à la délégation syndicale ou à la participation directe des travailleurs.
- Contenu :
 - objectifs dans le cadre de la politique de prévention de l'année suivante
 - moyens et méthodes pour les atteindre
 - missions, obligations et moyens de tous les intéressés
- Conseils :
 - déterminer les priorités et moyens (en matière de budget, temps, personnel)
 - communiquer au personnel le « pourquoi » et le « comment » des démarches
 - y aller pas à pas, avec des résultats concrets et visibles à chaque étape
 - se faire aider si nécessaire...

Gestion participative des risques et outils

CCI mag' a interrogé le Professeur Philippe Mairiaux (Santé au Travail et Éducation pour la Santé (STES) - Université de Liège) au sujet de la « Gestion Participative des risques »...

Avantages et conditions de réussite d'une "GPR"

► **CCI mag' : « Quels sont les avantages d'une gestion participative des risques ? »**

Ph. M. : « Depuis une vingtaine d'années, le management 'moderne' reconnaît l'intérêt de mobiliser ses ressources internes et de pousser à la participation du personnel. En matière de sécurité et de bien-être aussi qui concement les collaborateurs au premier chef ».

► **CCI mag' : « Quels sont les freins qui bloquent certaines entreprises ? »**

Ph. M. : « La peur de changements, de pertes de temps, de coûts. Or, avec une approche structurée, les bénéfices qui en seront retirés sont bien supérieurs! D'une part, dans un premier stade, la simple formalisation des connaissances internes à l'entreprise ne va pas grever le budget. Certains problèmes y seront déjà réglés dans la foulée et les travailleurs agiront même parfois eux-mêmes sur leurs conditions de travail. Un autre effet positif indirect dans cette approche participative est que les collaborateurs vont se sentir écoutés, valorisés et seront satisfaits d'une solution apportée à un aspect du travail qui les gênait



Philippe Mairiaux (ULg)

« La stratégie SOBANE est un outil très complet de prévention des risques à quatre niveaux: dépistage (screening), observation, analyse, expertise. »

depuis des mois, voire des années. Partant de là, ils seront plus réceptifs aux efforts qu'on leur demandera de produire, s'absenteront moins ou sur de plus courtes périodes.

Un professeur de l'UCL, Nathalie Delobbe, a démontré dans une revue de la littérature en management qu'il y a bien des synergies positives entre bien-être au travail et productivité, d'ailleurs!

Et puis, ce n'est pas l'ensemble des effectifs que l'on va bloquer longuement, mais on fera appel à des volontaires qui serviront de relais ».

► CCI mag' : « Quel terrain est favorable pour la mise en œuvre d'une GPR? »

Ph. M. : « Je conseillerais d'éviter les périodes sensibles. D'autre part, il me semble essentiel de fédérer les différentes forces de l'entreprise, y compris le service prévention. Et, bien entendu, de mobiliser la hiérarchie intermédiaire. Enfin, on a tout intérêt à attirer également les syndicats, afin qu'ils ne se sentent pas menacés en tant que relais des travailleurs. Bien entendu, la stratégie doit avant tout s'inscrire dans une politique clairement définie par le management et faire l'objet d'une planification durant laquelle on va établir une priorité des actions. Elle s'intégrera dans une dynamique de changement où les suggestions de chacun seront accueillies en vue de produire ce changement. Si aucune action ne s'ensuit, l'effet est contre-productif et les conséquences de la GPR seront la frustration et la démotivation! Jouer cartes sur table est la meilleure attitude pour obtenir l'adhésion de tous : on ne peut pas régler tous les problèmes en même temps!

Enfin, les priorités ayant été hiérarchisées, les délais fixés, on nommera des responsables et un comité pour assurer le suivi... »

Autre conseil : décelons au préalable si des processus participatifs ne sont pas déjà en place dans l'entreprise afin de tirer profit ou structurer ces moments d'écoute pour la GPR. Et évitons d'ouvrir des tiroirs séparés alors que certains sont clairement interconnectés comme la sécurité et la qualité!... »

Des outils pour la "GPR"

► CCI mag' : « Quels outils sont mis en place pour aider l'entreprise dans ses démarches de GPR? »

Ph. M. : « L'une des stratégies utiles et efficaces est la stratégie Sobane, développée par J. Malchaire, un professeur de l'UCL et encouragée par le SPF Emploi depuis une quinzaine d'années. Dans sa première phase, elle organise simplement les connaissances au sein de l'entreprise, les structure, pour déboucher sur des pistes de prévention rapides et parfois peu onéreuses.

Dans une deuxième phase, et cette fois pour un nombre désormais plus limité de situations, elle fait intervenir conjointement des membres du personnel et le conseiller en prévention. Enfin, le tri étant de plus en plus affiné, ne restent dans le tamis que quelques situations qui vont requérir une analyse plus pointue, avec l'aide du Service de Prévention et de Protection au Travail pour mesurer, par exemple, des niveaux sonores.

Sobane est vraiment un outil très complet, s'accompagnant de brochures déclinées par secteurs, en français et néerlandais.

On peut aussi évoquer le dépistage participatif des risques « DEPARIS », une méthode simple pour favoriser le développement d'un plan dynamique de gestion des risques et une culture de concertation dans l'entreprise afin de rencontrer les exigences du niveau « Dépistage » de la stratégie SOBANE.*

Et il existe encore des outils particuliers comme la fiche d'identification des risques liés à la manutention « FIFARIM ». On l'utilise par exemple au centre hospitalier de la Citadelle, à Liège, pour l'évaluation des contraintes de travail chez les infirmiers et aides-soignants ».*

* outils téléchargeables sur www.emploi.belgique.be

RISK TRAINER

Complément idéal aux outils de GPR comme la stratégie « SOBANE », Risktrainer s'adresse aux conseillers en prévention, médecins du travail et toutes autres personnes intéressées par la prévention. Il a été développé en collaboration par les services de santé au travail des universités de Liège, Anvers et Gand.

Risktrainer comporte, sous forme électronique, des outils comme un manuel de l'animateur et un module e-learning reprenant les arguments en faveur d'une GPR, le terrain qui lui est favorable, le suivi de sa mise en œuvre, etc.

Cette formation à distance était enrichie d'un « Risktrainer Présentiel » sous la forme d'une séance de formation d'un jour pour une dizaine de participants. Cette dernière s'appuyait sur des cas concrets pour montrer les possibilités de progrès, mais faute de subsides, elle n'est plus assurée actuellement.

Si vous êtes intéressé par le sujet, n'hésitez pas, néanmoins, à contacter le Professeur Philippe Mairiaux - Tél.: 04/366.25.03 - courriel: ph.mairiaux@ulg.ac.be

Infos: www.risktrainer.be

Les 7 principes de la stratégie SOBANE

1. La globalité des problèmes

Une formation à la manutention, par exemple, s'accompagnera d'une révision des machines, de l'organisation du travail...

2. La complémentarité des compétences/ connaissances disponibles (travailleurs, hiérarchie, conseillers bien-être au travail) concernant les situations de travail

3. Multidisciplinarité et interdisciplinarité

Les spécialistes des diverses disciplines mettent leurs actions en commun pour poursuivre un même objectif : c'est de la multidisciplinarité ; s'ils utilisent réciproquement les concepts et méthodologies des autres, elle tend à l'interdisciplinarité.

4. Le travailleur acteur et non seulement objet de la prévention

5. La prévention vs l'évaluation des risques

Plus que de simples constatations, les méthodes d'analyse des risques devraient donner lieu à une réflexion approfondie sur les raisons de l'exposition au risque, de leur probabilité ou leur gravité et, découlant de là, sur les moyens efficaces et praticables pour les réduire.

6. La vision préventive plus loin que la vision « légaliste »

La vision préventive tend à instaurer un état optimal, au-delà de la mise en conformité !

7. Les particularités des PME

Le responsable de la PME est souvent peu sensibilisé aux problèmes de risques dans sa formation, parfois pas encadré par un Service externe de Prévention et de Protection...

Une stratégie orientée vers les PME revient à :

- Rompre leur isolement (cf contacts entre associations sectorielles, liens entre co-traitants, afin de favoriser la transmission d'informations...)
- Parler bénéfices plutôt que coûts et tisser des liens entre les notions de santé, sécurité, motivation, productivité...
- Amener les inspecteurs, consultants, services de santé au travail à adopter un comportement/des méthodes de travail différents, adaptés à la taille et à la diversité des entreprises.

La sensibilisation

Fullmark: faire de la sécurité par conviction!

Une entreprise familiale qui vise le « zéro accident »

L'entreprise familiale Fullmark, créée en 1984, s'est toujours orientée vers la communication interne. Mais alors que dans les années 90, la qualité, l'« ISO » l'occupaient largement, petit à petit, le thème de la sécurité a pris le pas, au point qu'il représente aujourd'hui les 99 % des demandes des clients. Pour ces derniers, comme Wanty, GDF Suez, 3M, Knauf, Solvay, T Palm... **Fullmark développe des campagnes de sensibilisation et propose une panoplie d'outils et produits :** mascottes, (vidéo)totems, guides sécurité, panneaux indicateurs de performance, du nombre de jours sans accident, e-learning sécurité, etc. À la tête de Fullmark, trois associés : Olivier Schreck, sa sœur, Nathalie et leur cousin, Patrick Schreck. Comme le souligne Olivier, tout accident au sein de la société est avant tout un dommage corporel pour le travailleur qui peut tourner au véritable drame.

Mais il occasionne également des coûts pour l'entreprise. « *Il est communément accepté que le coût moyen d'un accident se situe entre 10.000 et 20.000 euros* » expose Olivier, se fondant sur le calcul de divers professionnels de la prévention. « *Sans parler des conséquences pour la direction en cas de poursuites judiciaires et des implications en termes d'image!* »



Très souvent, les accidents sont imputables à un excès de confiance, des habitudes trop ancrées, une sous-estimation des risques. D'où l'intérêt des campagnes de prévention !

Des outils personnalisés

Fullmark, dans la conception de ses outils, a ciblé Direction, ligne hiérarchique et collaborateurs. Sa méthode « **SMART-Safety** © » s'appuie sur la responsabilisation et la participation de tous. Son approche se fonde sur l'implication collective, la réflexion et l'adhésion. La Direction a son « topbook », la ligne hiérarchique dispose d'un « Safety Roadbook » avec fiches conseil et d'actions thématiques, carte d'accès à

Économisez temps et ressources
Concentrez-vous sur vos talents

JobMatchProfile

ENABLING THE PERFECT MATCH

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



Garuda®
Belux

www.jobmatchprofile.com • thierry.jacobs@garudabelux.com

Rue César Franck, 16 • B-1420 Braine L'Alleud - Tél +32 2 374 42 59



BENOÎT
GERON
CONSULTING

La sécurité au travail
est un état d'esprit!

Benoît GERON Consulting sprl
Grasbenden 20 · 4701 Kettenis · Belgique
GSM : +32 (0)494 43 71 77
www.geron-consulting.be

EY
Building a better
working world

**EY en Wallonie:
une équipe multidisciplinaire**

Audit | Comptabilité | Fiscalité | Conseils | Transactions

EY Wallonie vous offre un éventail de services haut de gamme notamment en matière d'audit, de comptabilité, de fiscalité, de consultance, de services juridiques et de services spécialisés.

La flexibilité de structures locales, alliée à la puissance d'un réseau international, constituent les atouts incontestables d'une équipe motivée et dynamique.

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

© 2014 EYGM Limited.



www.safety-channel.eu ; les collaborateurs, pour leur part, reçoivent chaque mois, avec leur fiche de paye, des cartes résumant le thème du mois. La campagne de sensibilisation est en effet déclinée sur l'année avec un thème-phare par mois, lequel est diffusé sous forme d'affiches à des endroits-clés de l'entreprise. Un jeu-concours est lié aux cartes : « Les personnes vont donc précieusement conserver leurs cartes et parfois profiter de la pause déjeuner pour échanger leurs réponses. Une discussion sécurité informelle naîtra et cela générera une émulation ». Truffées de conseils pratiques, les cartes établissent toujours un parallélisme entre les accidents industriels et domestiques, ce qui en renforce l'impact.

« La sécurité qui ne se voit pas ne se vit pas ; c'est la raison pour laquelle nous utilisons de multiples canaux pour supporter le message, conditionner, créer un 'decorum sécurité'. Chacun est en effet responsable de sa sécurité et de celle de collègues ! »

RÈGLES D'OR D'UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

1. Impliquer la Direction et la ligne hiérarchique
2. Impliquer des « relais sécurité »
3. En faire un événement!
4. Afficher une attitude d'ouverture aux suggestions de tous
5. Montrer en quoi cette campagne est en phase avec la stratégie globale de l'entreprise, ses valeurs
6. Annoncer clairement le thème général de la campagne, son objectif, sa cible, son déroulement, l'accompagnement prévu, les attentes par rapport à chacun...
7. Garder une petite part de mystère sur certains thèmes et/ou visuels: la surprise engendre une meilleure attention
8. Dévoiler le planning de la campagne: date de démarrage, durée, fréquence de rotation des visuels...
9. Présenter, à une fréquence déterminée, un thème différent établi à l'avance
10. Faire en sorte que les attitudes et actions (Direction, ligne hiérarchique) n'entrent pas en contradiction avec le message...
11. Respecter les 3 critères incontournables d'une bonne campagne
 - ▶ elle doit être vue par tous: choisir des endroits stratégiques d'affichage: les lieux de passage important, dénués de toutes autres informations...
 - ▶ elle doit être comprise par tous: présenter les thèmes aux chefs d'équipe qui en seront les meilleurs ambassadeurs auprès de leurs collaborateurs, établir le lien entre des thèmes abordés et des exemples concrets dans l'entreprise...
 - ▶ elle doit être acceptée de tous, d'où l'importance de bien communiquer en amont...
12. Distribuer un questionnaire d'évaluation en fin de campagne



Les trois associés de Fullmark

FULLMARK

Av. Thomas Edison, 121 à 1400 Nivelles
Tél. : 067/34.77.00 – www.fullmark.be

Des formations en phase avec la législation... et les réalités du terrain

Créé en 2002, **Fact Training Center**, le Centre d'Instruction des Métiers de la Sécurité et du Gardiennage du groupe FACT (Fact Security SPRL, Fact Security SARL, Fact Services SPRL, Fact Training Center SPRL à finalité sociale) dispense des formations spécialisées données par un corps professoral d'hommes et femmes de terrain.

Son objectif est également de promouvoir les fonctions liées aux secteurs du gardiennage, de la sécurité, de la surveillance.

Fact Training Center comporte 2 sections : la section « **Gardiennage** » et la **section « Safety »** à l'attention de particuliers, entreprises, professionnels. Pour ceux-ci des formations/recyclages notamment en secourisme ou à la lutte contre les incendies sont organisés, toujours en phase avec l'actualité législative.

La prévention incendie

« *Quand il emploie au moins 50 personnes* ou quand le bâtiment accueille des locaux du 1^{er} groupe**, l'employeur doit constituer un service privé de prévention et de lutte contre l'incendie, comportant un nombre suffisant de personnes exercées à l'emploi du matériel contre l'incendie, résume Aurélie Syne, coordinatrice des cours. Du reste, il est tenu d'organiser annuellement des exercices d'évacuation* ».

Les **formations du Fact Training Center** ont ceci de particulier qu'elles peuvent être organisées **en son centre de Limal** équipé d'une plateforme incendie de 55 m² et d'une plateforme évacuation de 150 m² **ou directement chez le client**. « *Nous nous rendons sur le parking des entreprises avec une unité mobile de formation équipée d'une partie « classe » et d'une « section exercices feu » pour les exercices pratiques. L'extinction se fait sur feu réel* », précise la coordinatrice qui nous expose que les mises en situation virtuelles se calquent au maximum sur la réalité avec, par exemple, l'utilisation de fumigènes.



Au terme de la formation mêlant théorie et pratique, les participants auront appris à détecter un début d'incendie, utiliser les premiers moyens d'intervention, canaliser les réactions de stress, etc.

*(article 52.10.6 du Règlement Général pour la Protection du Travail)

**locaux où sont utilisés ou entreposés certains liquides inflammables, des matières solides très inflammables ou des matières dégageant des gaz combustibles au contact de l'eau, en quantité ≥ 50 Kg, des gaz combustibles comprimés, liquéfiés ou dissous, en quantité ≥ 300 l,...

Formation en secourisme



« *En matière de secourisme, la réglementation impose aux entreprises de plus de 1.000 personnes, aux entreprises de moins de 500 personnes, actives dans le domaine industriel et à d'autres encore, reprises par le Ministère de l'Emploi et du Travail, en fonction de leurs activités et de la commission paritaire dont elles ressortissent, de prendre un certain nombre de mesures, au rang desquelles certaines procédures, équipements, organisations et formations spécifiques* ».

Le module de secourisme industriel de Fact Training Center identifie les situations d'urgence que le participant pourrait rencontrer tant en contexte professionnel que privé et lui permet de reconnaître les pathologies, de réagir correctement, de pratiquer les premiers gestes qui sauvent.

Ces formations en premiers soins et secourisme sont données par des professionnels de l'urgence, des ambulanciers brevetés en aide médicale urgente, des instructeurs A.M.U., des infirmiers et médecins urgentistes confrontés quotidiennement à des interventions médicales aiguës.

FACT TRAINING CENTER

Rue de la Station, 19 à 1300 Limal

M. Sauvage : 0484/977.166 - www.factgroup.be

Entreprises « Seveso » : la sécurité chez Solvay

La directive «Seveso»

Remontons le cours du temps : dans les années '70, à proximité d'une ville du Nord de l'Italie, « Seveso », se produisit un important accident industriel qui incita l'Union européenne à édicter la directive stricte éponyme.

Les entreprises « Seveso » présentant certains types de risques (incendie, explosions, émissions toxiques et éco-toxiques) suivent aujourd'hui les exigences de cette Directive qui met l'accent sur les actions de prévention, les programmes d'inspection des entreprises et l'aménagement du territoire autour des usines à haut risque.

Sont donc concernés tout autant les sites qui produisent ou transforment des substances dangereuses que ceux qui les stockent et les distribuent.

Le 1^{er} juin 2015, la Directive Seveso III qui entrera en vigueur comportera de nouvelles exigences applicables aux sites Seveso afin de prévenir et mieux gérer encore les accidents majeurs impliquant des produits dangereux...

Les «bonnes pratiques» sécurité chez Solvay

La co-sécurité

Produisant et stockant certaines matières « à risques », le site Solvay de Jemeppe-sur-Sambre est classé « Seveso », comme près de 400 entreprises en Belgique. Sur le plus gros site intégré de production de PVC d'Europe, la sécurité se vit au quotidien et tout un chacun est encouragé à pointer des manquements. Coordinateur QESSa Pierre Mauroy refuse néanmoins de parler de délation ou d'attitude coercitive. Il ne s'agit ni plus ni moins que de **« co-sécurité », d'attitudes responsables**. Dis-moi si j'omets de mettre mes lunettes de sécurité et je te signalerai, en bonne intelligence, si tu as oublié ton casque!

« Depuis 2009, nous avons enregistré un seul accident chômant, une absence de quelques jours. Quant aux accidents avec traitement médical, nous en avons eu un, l'an passé et étions donc en phase avec nos objectifs fixés à 2. Enfin, se sont ajoutés quelques accidents mineurs dits « first aid », du type coupures, irritations légères... ».

Mais Pierre Mauroy ne baisse pas la garde. Par nombre d'approches créatives, il s'assure une compréhension plus fine du message dans le chef des travailleurs car au bout de 2 ans, environ, une action va s'essouffler, estime-t-il.

L'implication de la ligne hiérarchique

L'un des projets, inédit, qui a démarré mi-2013 s'intitule **« Un cadre, un mois »**. Durant un mois, un cadre est invité à sortir de ses fonctions habituelles et **est véritablement immergé dans la sécurité, 4 jours sur 5**. Coiffé de son casque rouge, le voilà manager de la sécurité à temps plein ou presque, traquant les risques, agissant concrètement lors de situations périlleuses quitte à arrêter une tâche pour détecter où se situe précisément le danger.

L'implication de la ligne hiérarchique se manifeste aussi par des visites sécurité documentées avec suivi réalisées par chaque manager.

En outre, mensuellement, des documents thématiques sont édités, bases de réflexion s'intégrant dans un programme comportemental d'ensemble. Les sujets en sont variés et souvent directement inspirés des incidents vécus sur

le terrain, ce qui augmente la portée de la conscientisation. « On en ressort la liste en pointant la cause, souvent une attitude inappropriée ».

Chaque manager, avec son équipe, fait son **« toolbox meeting »** avec un objectif de 85 % de taux de participation par unité.

Et tout au long de l'année, des formations diverses sont aussi déployées, comme celle sur les risques liés aux produits dangereux à l'attention de l'ensemble du personnel, qui s'étale du 15 mars au 15 mai.

« Avec, à son terme, un petit test d'une trentaine de minutes pour renforcer l'écoute des participants! »

Les sous-traitants aussi!

Chez Solvay, les entreprises extérieures vont également jouer le jeu. D'ailleurs, les résultats sécurité intègrent les sous-traitants qui évoluent régulièrement sur le site. À leur attention, un **« trophée sécurité »** a été imaginé, l'objectif étant de collecter... un minimum de points. « Lorsqu'elles ont un accident, les entreprises extérieures voient leurs nombres de points augmenter mais elles peuvent le réduire; par exemple, en faisant remonter vers l'usine des situations dangereuses sur lesquelles elles sont intervenues pour réduire les risques ». Et chaque trimestre, systématiquement, des contacts sont organisés pour s'assurer du respect des objectifs sécurité par les principaux sous-traitants.

Des riverains bien informés

Last but not least, les riverains! Parfois, des informations erronées diffusées par une presse mal informée les alarment. Ce fut le cas récemment lors du déraillement, à proximité du site, d'un wagon dont le contenu a été qualifié abusivement d'« explosif » dans un article. Rien de tout cela dans cet incident dont la responsabilité n'était pas imputable à Solvay. Et une situation immédiatement sous contrôle... mais la rumeur était lancée.

Pour démystifier son activité, prouver son expertise et sa réactivité, le site de Jemeppe s'emploie donc à informer les riverains, via des toutes-boîtes ou des portes ouvertes. Les autorités ne sont pas oubliées, auxquelles des visites d'usine sont dédiées, avec explications du fonctionnement du plan de secours.

Quelque 150 professeurs des écoles environnantes ont même été conviés à une séance d'information; ils ont reçu un dossier leur indiquant les bons réflexes à adopter en cas d'incident. « Nos conseillers en prévention sont allés dans les classes pour encadrer les professeurs et les aider à prendre les mesures de confinement adéquates... ».



Pierre Mauroy (Solvay)



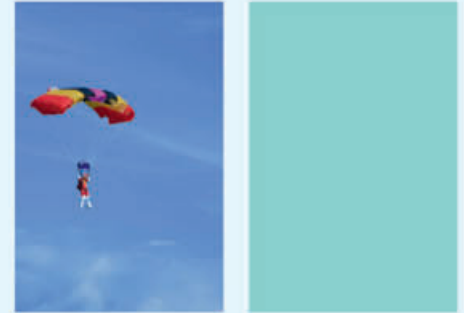
SOLVAY

Rue Solvay, 39 à 5190 Jemeppe-sur-Sambre - www.solvay.com



NAMUR
c o n g r è s s

Avenue Reine Astrid, 22
5000 Namur Belgique
Tél. : +32 (0)81/77.67.58
Fax : +32 (0)81/77.69.81
info@namurcongres.be
www.namurcongres.be



Réunions, séminaires, incentives,
expositions, family days, team buildings, ...

Namur Congrès vous **aide gratuitement**
à trouver l'infrastructure ou l'activité idéale
pour votre événement d'entreprise en
province de Namur.



  www.facebook.com/namurcongres

RÉUSSIR SES RELATIONS AVEC LA PRESSE

Les relations presse ne sont pas l'apanage des grandes entreprises. Pour les PME, start-up et autres sociétés nouvellement créées, les médias constituent un axe privilégié pour renforcer la stature de son entreprise, consolider son image et lui assurer une visibilité (gratuite!) dont elle aurait tort de se priver.

Loin d'être insurmontable, l'exercice des relations presse n'en exige pas moins le respect de certaines règles. Quand contacter les médias? Comment retenir leur attention? Comment se comporter en interview? Nos spécialistes vous disent tout.

CÉLINE LÉONARD

© Robert Kneschke



Quand solliciter les médias?

Ce n'est pas en communiquant à tout-va que vous susciterez l'intérêt des médias. Sollicitez donc la presse quand vous avez de la matière, idéalement une actualité : une importante levée de fonds, la signature d'un contrat d'envergure, l'arrivée de votre entreprise sur un nouveau marché (ex. vous vous lancez en Angleterre), la sortie d'un produit foncièrement différent

et innovant, une récompense obtenue par votre société ou l'un de ses collaborateurs, vos 50 années d'existence... Bref, quelque chose sortant de l'ordinaire.

Attention, un événement important d'un point de vue interne ne l'est pas nécessairement pour un public plus large. Ne contactez donc pas la presse pour dire que vous avez un nouveau site internet.

Conférence de presse ou simple envoi d'un communiqué?

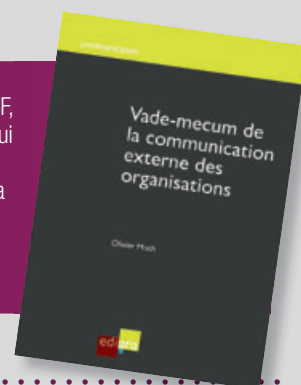
Imaginons que votre entreprise connaisse une actualité susceptible d'intéresser le grand public. Vous décidez de porter cette information à la connaissance des médias en organisant une conférence de presse. Prudence! Cet exercice ne se prête pas à tout type de communication... Quand faut-il le préconiser? Nous avons posé la question à Olivier Moch, communicateur et auteur de *Vade-mecum de la communication externe des organisations*.

Contexte

Avant d'entrer dans le vif du sujet, Olivier Moch plante le décor. « *Lorsqu'elles s'adressent aux médias, les entreprises doivent avoir conscience que la presse est un secteur en crise. De nombreux titres ont disparu au cours des dernières années. Les rédactions sont parallèlement de plus en plus maigres et composées de journalistes auxquels on en demande toujours plus (rédiger, prendre des photos, participer à la mise en page...).* Surchargés, ces derniers se déplacent de plus en plus rarement à des conférences de presse, préférant recevoir un communiqué qu'ils pourront plus rapidement traiter. Votre information doit donc se révéler particulièrement pertinente si vous souhaitez voir la presse se déplacer. »



Communicateur de terrain, Olivier Moch a débuté sa carrière dans les médias (RTBF, *La Wallonie*) et dans la communication politique (Parlement wallon). Il s'est aujourd'hui tourné vers la communication hospitalière. Il est également administrateur de l'UPM© (Union Professionnelle des Métiers de la Communication) et Professeur invité à l'HEPL (Haute Ecole de la Province de Liège). Il est l'auteur de *Vade-mecum de la communication externe des organisations* (Edipro, 160 pp., 29 €. www.edipro.eu)



Trois questions

Devez-vous organiser une conférence de presse ou simplement envoyer un communiqué par mail? « *Trois questions vont vous aider à trancher*, poursuit Olivier Moch. *Si vous répondez à toutes par l'affirmative, optez pour la conférence de presse. Dans le cas contraire, un mail suffira.* »

- **Mon information est-elle pertinente?** Fait-elle lien avec l'actualité? Est-elle susceptible d'aiguiser l'intérêt de la presse généraliste ou de médias spécialisés? Est-ce le bon moment pour la diffuser?
- **Ai-je suffisamment de matière?** Si ce que vous avez à dire tient sur une page ou moins, mieux vaut faire l'impasse sur une conférence de presse.
- **Le journaliste a-t-il un intérêt à se déplacer?** Rappelez-vous, le temps des journalistes est précieux. Par rapport à l'envoi d'un communiqué, votre conférence de presse doit donc être source de valeur ajoutée (la présence d'un intervenant difficile à rencontrer, des éléments intéressants à filmer ou photographier, un événement hors du commun...)

Si après réflexion vous penchez finalement pour l'envoi d'un communiqué, n'en soyez pas frustré. Celui-ci peut vous apporter un retour tout aussi intéressant (voire plus intéressant) qu'une conférence de presse.

Pour une conférence de presse réussie

Une conférence de presse est un événement médiatique visant à convier des journalistes, pour une durée assez courte, dans le but de les sensibiliser à un sujet d'actualité. Pour faire de cette expérience une réussite, Olivier Moch invite au respect de certains fondamentaux...

- **l'horaire:** le créneau idéal se situe en matinée, entre 9h et 11h. Les journalistes ont ainsi la possibilité d'assister à leur réunion de rédaction tout en n'étant pas encore pressés par l'heure du bouclage.
- **la date:** sauf communication de crise imprévue, veillez à éviter les jours plus creux (ex. veille d'un jour férié)
- **le lieu:** pour autant que votre ville en dispose, une maison de la presse reste un lieu privilégié car bien connu des journalistes. Une conférence peut également se faire in situ en particulier si cela permet de montrer des éléments impossibles à déplacer (matériel, bâtiment...) Si vous optez pour un lieu neutre (un restaurant par exemple), prenez en compte l'accessibilité et la proximité avec les rédactions.

- **les intervenants:** ne les multipliez pas! Trois est un maximum. Choisissez la personne connaissant le mieux le sujet au sein de l'entreprise mais aussi la plus à même de s'exprimer face aux médias.
- **un repas:** le temps des journalistes étant compté, un déjeuner de presse est peu recommandé. Mieux vaut miser sur des conférences de presse brèves et convier, une fois l'an, les journalistes à un repas de presse (sans actualité aucune) lors d'une période creuse (ex. fin juin) pour établir une prise de contact personnalisée.
- **l'invitation:** envoyez-la idéalement une dizaine de jours avant la conférence de presse, un délai permettant aux rédactions de la glisser dans leur planning. En la faisant parvenir plus tôt, vous risquez de la voir s'égarer sous une montagne de papiers. Privilégiez un envoi par mail et/ou via les réseaux sociaux (le fax est dépassé). Un courrier postal peut venir compléter ces canaux si l'événement est plus protocolaire. N'oubliez pas d'y mentionner le thème de la conférence, le nom des intervenants, le lieu, l'horaire et les coordonnées d'une personne de contact.

- **la relance** : trois jours avant l'événement, envoyez un mail de rappel aux rédactions. Si le sujet est d'importance, passez un appel téléphonique la veille ou le matin-même.
- **le timing** : une conférence de presse ne doit pas durer plus d'une heure (45 minutes est même un idéal). Comptez 5 minutes pour l'introduction, 5-6 minutes par intervenant et 15 minutes pour le jeu des questions-réponses. Consacrez les 15 minutes restantes aux éventuelles interviews des radios et télévisions.
- **le dossier de presse** : toute conférence de presse nécessite la remise d'un dossier de presse. Bien que certains préconisent de le remettre à l'issue de l'événement, les journalistes apprécieront que vous leur donniez à l'entrée de manière à l'annoter. À l'issue de la conférence n'oubliez pas de le transmettre par mail aux médias qui n'ont pu se déplacer.

DOSSIER DE PRESSE # COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Servant *in fine* un même objectif (faire parler de votre entreprise), dossier et communiqué de presse ne sont pas à confondre. Un communiqué est un document court transmis aux journalistes dans le but de les informer d'une actualité. Plus complet, le dossier de presse apporte une information sur un sujet précis complétée par des éléments contextuels permettant aux journalistes d'approfondir le sujet (historique de l'entreprise, CV, résultats d'études, archives d'articles...).

Communiqué de presse : évitez les pièges !

Aussi digne d'intérêt soit-elle, si votre information est mal présentée, elle risque de finir dans la corbeille du journaliste. « *Raison pour laquelle il importe de soigner le fond ET la forme de votre communiqué* », insiste Olivier Moch. Découvrez ci-après les règles de base à respecter en la matière :

- **Longueur** : un bon communiqué tient sur une page A4.
- **En-tête** : cela va de soi mais il doit explicitement porter la mention « communiqué de presse » et le nom de l'entreprise.
- **Sujet** : un communiqué = un sujet ! Évitez donc de partir dans tous les sens. Si vous avez 3 informations, rédigez 3 communiqués que vous diffuserez à des moments distincts.
- **Titre** : il doit être évocateur, suffisamment parlant pour que le journaliste comprenne immédiatement de quoi il s'agit.
- **Chapeau** : ce court texte d'introduction (généralement présenté en caractères gras) synthétisera en quelques lignes l'essentiel de l'information développée dans le communiqué. Vous devez le rédiger de manière à ce qu'il puisse être lu comme brève par un journaliste radio.
- **Corps du texte** : allez à l'essentiel, rentrez immédiatement dans le vif du sujet. N'attendez pas le dernier paragraphe pour révéler l'information la plus pertinente.
- **5 W** : les 5 W (who, what, why, when, where) constituent une règle fondamentale de toute communication journalistique. En répondant à ces 5 questions dans votre communiqué, vous avez la garantie d'avoir traité l'essentiel du sujet à évoquer.
- **Conjugaison** : un communiqué s'écrit à l'indicatif présent et à la 3^e personne du singulier.
- **Ton** : adoptez un ton neutre, factuel. Évitez les discours commerciaux, les superlatifs, les jugements de valeur.
- **Jargon** : vous êtes spécialisé dans le domaine médical ou spatial ? À moins de vous adresser à un média spécialisé, ce n'est pas le cas du journaliste que vous allez rencontrer ni de son lectorat. Proscrivez donc termes techniques, abréviations et autres notions issues de votre jargon professionnel. Même si cela peut revêtir un caractère frustrant, vulgarisez au maximum votre discours.
- **Boiler plate** : également appelé « pavé institutionnel », ce terme désigne un bref encadré (5-6 lignes) concluant votre communiqué. Carte d'identité de votre entreprise, il décrit de manière succincte son activité, spécificités, effectif, chiffre d'affaires, positionnement, site web...
- **Coordonnées** : n'oubliez pas de mentionner les coordonnées de la personne que le journaliste pourra contacter s'il souhaite un complément d'informations (attaché de presse, responsable communication, directeur...)
- **Envoi** : envoyez votre communiqué par mail. Soignez l'objet de votre courriel de manière à ce qu'il soit clair et explicite. Le corps du mail doit déjà contenir des informations émanant du communiqué. S'il se limite à une formule de politesse et que l'entièreté du communiqué est en annexe, vous placez une barrière supplémentaire entre vous et le journaliste. Ciblez également les journalistes auxquels vous l'envoyez (n'envoyez pas une information économique à un journaliste sportif ou une actualité strictement liégeoise à un interlocuteur montois). Placez le communiqué sur le site de votre entreprise et relayez-le, si opportun, sur les réseaux sociaux.
- **Illustrations** : joignez, enfin, à votre communiqué des images (de l'entreprise, de la direction...) en haute définition.

UNE BASE DE DONNÉES PRESSE: INDISPENSABLE OUTIL

Rien ne sert de vouloir communiquer sans préalablement disposer d'une base de données qualifiée de destinataires. Pour composer ce fichier, identifiez les médias susceptibles de relayer vos informations et relevez dans l'ours les noms et coordonnées des rédacteurs. Rendez-vous également sur les sites des médias, vous y trouverez aisément le moyen de contacter la rédaction. De leur côté, les sites des Maisons de la Presse de Liège et Charleroi reprennent chacun une liste assez fouillée des médias régionaux et nationaux. Le site de l'AJP (l'Association des Journalistes Professionnels – www.ajp.be) enfin vous permet, moyennant paiement, d'accéder à l'annuaire des journalistes professionnels belges. Une fois votre fichier constitué, classez les journalistes par spécialisation et par zone géographique.

Bien répondre aux journalistes

Sollicitée ou subie, une rencontre avec la presse ne peut jamais laisser place à l'improvisation. Consultante en communication, Florence Delvaux coach depuis plusieurs années les entreprises dans leurs relations avec les médias. Elle nous dévoile les bonnes pratiques à mettre en œuvre.

► CCIImag' : Quelle est la règle essentielle à observer lorsque l'on doit faire face aux journalistes ?

F.D. : « En matière d'interview, deux situations peuvent se présenter : soit l'entretien est programmé et vous avez le temps de vous préparer, soit on vient frapper à votre porte de manière inopinée (suite à une grève, un accident) et bien souvent... c'est la panique à bord ! Raison pour laquelle je recommande toujours aux entreprises d'être prêtes en amont. Ayez en permanence à disposition un communiqué présentant votre société, du matériel photo en haute définition et, si cela est opportun, des images filmées. Si vous n'avez aucune matière à apporter, la presse ira chercher des informations sur votre entreprise auprès d'autres sources. En fournissant de la matière aux journalistes, vous conservez un meilleur contrôle sur votre image. »

► CCIImag' : On ne répond pas de la même manière à une interview pour la presse écrite ou radiophonique. Existe-t-il néanmoins des bonnes pratiques à respecter tous médias confondus ?

F.D. : « Un journaliste n'est pas un publiciste, restez donc factuel. Soyez concis, précis. Délivrez d'abord les informations essentielles que vous complétez par des détails si le journaliste en fait la demande. Utilisez un discours simple qui pourra être compris de tous. Ne répondez pas à une question qui ne vous semble pas claire. Au besoin, n'hésitez pas à prendre quelques secondes avant de répondre. Essayez, enfin, de toujours savoir à qui vous vous adressez (média, rubrique). »

► CCIImag' : Des conseils spécifiques pour une interview radiophonique ?

F.D. : « Les questions sont souvent coupées au montage. Ne vous contentez donc pas de répondre « Oui, bien sûr » ou évitez de reprendre des éléments de la question dans votre réponse. Quand un auditeur écoute la radio, il fait habituellement autre chose en même temps (conduire, se laver, cuisiner...) Son attention n'est pas totale. Plus encore que pour les autres médias,

Êtes-vous un pro des relations presse ? Faites le test !

Proposé par Madeleine Dembour, ce petit QUIZZ vous aide à situer votre niveau de connaissance de la presse.

1. Une erreur dans un article de presse, je contacte le rédacteur en chef

Faux

Restez ZEN. La plupart du temps, même si elle est énervante, l'erreur n'est pas préjudiciable. Vérifiez aussi si elle ne provient pas de vous : les documents que vous avez transmis au journaliste sont-ils exacts ? (carte de visite, votre site web...). Si, malgré tout, l'erreur vous reste « en travers de la gorge », contactez le journaliste pour obtenir un justificatif, ensuite seulement son rédacteur en chef si votre demande n'aboutit pas. Il est toujours possible d'obtenir un droit de réponse mais attention à l'effet boomerang (l'attention des lecteurs est attirée alors que l'erreur était passée inaperçue). Plus « hard » : saisir le conseil de déontologie journalistique (www.deontologiejournalistique.be), ou mettre l'affaire aux mains de votre avocat. Dans tous les cas, évitez le ton agressif.

2. Un bel article sur mon entreprise, je le scanne et mets le PDF sur mon site web !

Faux

Un article est considéré comme une œuvre et est donc soumis à un droit d'auteur. Seul le journaliste ou, après cession, son ayant droit (la plupart du temps son éditeur) a la possibilité d'autoriser la reproduction de l'article. Même s'il s'agit d'une interview ou d'un portrait de vous, l'article ne vous appartient pas ! Concrètement, faites un résumé ou une synthèse de l'article et utilisez ce résumé pour toute diffusion. Vérifiez sur le site www.copiepresse.be le caractère licite de l'usage que vous comptez faire.

Madeleine Dembour pratique les « relations presse » depuis 20 ans, d'abord au sein de l'Union Wallonne des Entreprises, et depuis 2008 via sa propre société KALAMOS. Son expérience l'a amenée à prendre la mesure du « grand fossé » séparant le monde des journalistes de celui des entreprises, en particulier des PME.



© Tilt-M. Houet

3. Ce sont les vacances de Pâques, j'attends la rentrée pour envoyer mon communiqué de presse

Vrai... et faux

Les périodes de vacances sont très creuses. Les gens travaillent moins, tout tourne un peu au ralenti. Mais parfois, les vacances sont tellement vides que personne ne sollicite les journalistes. Ils apprécieront un sujet intéressant. Vous pouvez aussi vous positionner dans les « séries d'été » que la presse quotidienne consacre à différents sujets divers et variés.

4. Pour être sûr d'avoir un bel article, j'invite le journaliste à dîner dans un bon resto étoilé

Faux

Les journalistes sont des gens pressés. Avec internet, le bouclage est permanent. Pas question de s'attarder trois ou quatre heures à table. La notion d'indépendance est très importante, et aucun journaliste n'apprécie l'idée d'être « acheté ». Dans une certaine presse professionnelle, les cadeaux se pratiquent, mais il est important de rester raisonnable au niveau de la valeur marchande du cadeau. Ceci ne veut pas dire qu'il est interdit de manger avec un journaliste, mais l'endroit choisi ne doit pas être ostentatoire.

voire discours doit donc être concis, concret, vivant, accrocheur, ponctué d'anecdotes. Niveau voix, essayez de conserver le même volume sonore tout au long de l'entretien et ne parlez pas trop vite. »

► **CCImag' : Et pour la télévision ?**

F.D. : « Les recommandations sont les mêmes que pour la radio mais vous devez, en outre, vous préoccuper de votre image. Pensez ainsi à votre gestuelle en évitant tous les gestes parasites. Proscrivez les couleurs criardes, les bijoux tape-à-l'œil, les marques trop visibles... Mettez sur la sobriété vestimentaire (à moins que l'excentricité fasse lien avec le concept). Ne regardez pas la caméra mais le journaliste. Si vous êtes filmé en-dehors d'un studio, vérifiez le fond derrière vous avant de commencer. »

► **CCImag' : Si l'interview est programmée, est-il judicieux d'apprendre son discours par cœur ?**

F.D. : « Non, vous perdriez toute spontanéité. Avec le stress, le risque est grand par ailleurs de louper une phrase et de débiter au final un texte qui ne veut plus rien dire. Le mieux est donc de noter quelques mots-clés que l'on tient à délivrer pour être structuré tout en restant spontané. »

► **CCImag' : Si le patron ne se sent pas à l'aise avec les médias, a-t-il intérêt à envoyer un porte-parole ?**

F.D. : « Ce n'est pas recommandé. D'une part parce que la voix du patron

a plus d'impact dans les médias. D'autre part, ça fait un peu celui qui a peur, qui se débîne... En tout cas, quelle que soit la personne envoyée, celle-ci doit connaître le sujet sur le bout des doigts. »

► **CCImag' : Au final, les entreprises doivent-elles avoir peur des relations avec la presse ?**

F.D. : « Il faut sortir d'une certaine vision caricaturale des choses. L'entreprise a souvent besoin de la visibilité offerte par la presse tandis que le journaliste a besoin de matière à diffuser. C'est donc davantage comme un partenariat win-win qu'il faut envisager la relation médias/entreprises. »

Florence Delvaux, consultante
en communication

FLORENCE DELVAUX

Flo'rganize : Tél. : 0496/94.45.40
info@florganize.com
www.florganize.com

© Christian Delvaux

5. J'ai pris une pub dans un magazine, cela me donne droit à un article en retour

Faux

Il existe dans les médias une étanchéité entre les services commerciaux et les services rédactionnels. En réalité, une certaine confusion peut exister, notamment lorsque des journalistes payés par les régies publicitaires portent une double casquette ou se disent envoyés par la rédaction. On se trouve alors dans un contexte de « publi-reportage » : c'est un espace que vous achetez, et dans lequel vous publiez un article rédigé par vos soins ou par un professionnel que vous rémunérez. Ce type d'article doit être clairement identifié par une mention du style : publicopie ou dossier spécial. Le contenu doit être imprimé dans une police et une forme différentes du contenu rédactionnel.

6. Je me force à communiquer régulièrement vers la presse : j'envoie un communiqué chaque premier mercredi du mois

Faux

Ne confondez pas information et communication. Votre agenda de communication est une chose. Les journalistes recherchent pour leur part des infos qui susciteront l'intérêt de leurs lecteurs, auditeurs, téléspectateurs. Donc ne faites pas des communiqués de presse pour ne rien dire.

7. J'ai le droit de relire un article avant sa parution

Faux

Ni l'usage ni le droit ne consacrent le principe de la relecture. Un accord amiable peut être conclu avant l'entretien (jamais après !). Les éventuelles corrections se limiteront aux erreurs factuelles. Veillez à fournir une documentation la plus complète possible, ce qui limitera les erreurs. Les journalistes eux-mêmes demandent parfois à l'interviewé une relecture, en raison de la technicité du domaine abordé par exemple.

8. Une conférence de presse avec 6 journalistes est un succès !

Vrai

Les rédactions sont de moins en moins étoffées et de plus en plus sollicitées. Organisez une conférence de presse uniquement si vous devez montrer quelque chose : un nouveau produit, un nouveau bâtiment, un nouveau directeur... Si le contenu ne nécessite pas le déplacement, les journalistes se contenteront du dossier de presse.

CONCLUSION : 10 RÈGLES D'OR

1. Communiquez quand vous avez quelque chose à dire, du fond, de la matière
2. Ne confondez pas information et promotion. Un journaliste n'est pas là pour faire votre publicité
3. Déterminez une actualité, un message, un angle avant de vous lancer
4. Restez factuel et impartial (ne racontez pas que vous êtes le meilleur, le plus grand, le plus performant...)
5. Racontez une histoire, votre histoire. Relatez votre actualité au travers d'un discours accessible au grand public
6. Résumez l'essentiel de l'information dans le titre, le sous-titre et le chapeau
7. Ayez à disposition des visuels en haute définition
8. Enrichissez votre communiqué d'éléments chiffrés
9. Ciblez bien les journalistes et médias susceptibles d'être intéressés par votre actualité
10. Relancez... sans harceler

[Alain Lesage]

GREENWIN au cœur économique wallon

Alain Lesage, Directeur général du pôle de compétitivité GreenWin, est interviewé par CCIImag'.

AUTEUR: ALAIN BRAIBANT

► **CCIImag' : Commençons par un mot de présentation de GreenWin...**

A.L. : « GreenWin est le dernier des 6 pôles de compétitivité créés par le Gouvernement wallon pour relancer l'économie régionale. Implanté à proximité de l'aéroport de Charleroi, le pôle date de 2010-2011, il occupe 12 personnes et dispose d'un budget annuel de 1,5 million €, provenant de subsides régionaux, des cotisations des membres et de diverses prestations de services. GreenWin regroupe actuellement 150 membres, dont 135 entreprises et 70 % de PME. Les autres partenaires sont des universités, des centres de recherche et des centres de formation. Le pôle se définit comme un accélérateur d'innovation et il couvre le domaine de la chimie, des matériaux de construction et de l'environnement. »

► **CCIImag' : Ce que l'on désigne par économie verte ?**

A.L. : « Exactement. Dans ses domaines d'action, GreenWin vise des enjeux technologiques majeurs comme le stockage chimique d'énergie, la réduction des émissions de CO₂, la construction durable, le traitement des déchets et leur recyclage en nouvelles matières premières. »

Soixante millions en trois ans

► **CCIImag' : Comment cela se passe-t-il concrètement ?**

A.L. : « Le pôle fonctionne par projets. Depuis sa création, 23 ont été labellisés par un jury international, 19 en recherche et développement et 4 en formation, pour un montant total de près de 70 millions €. Quand un projet est accepté, il est financé à environ 70 % par des subsides régionaux, le solde étant apporté par les partenaires privés. Il faut au minimum 4 partenaires, 2 entreprises dont au moins une PME et 2 opérateurs de recherche, universités ou centres agréés. »

► **CCIImag' : Quel est votre rôle, au-delà de l'examen des projets ?**

A.L. : « Nous jouons les « entremetteurs » ! Nous aidons les auteurs de projets à trouver les partenaires : partenaires de recherche, partenaires industriels ou partenaires financiers. Grâce à notre réseau et notre connaissance du tissu d'entreprises, nous mettons les acteurs en relation avec les centres de recherches, les universités et les prestataires de services, y compris à l'étranger. »

► **CCIImag' : Il y a donc des collaborations internationales...**

A.L. : « Principalement européennes. Par exemple, le projet SCOT regroupe des sociétés privées, des centres de recherche et les autorités publiques de 4 grandes régions industrielles : la Wallonie, la région Rhône-Alpes, le Yorkshire avec l'université de Sheffield et la région de Rotterdam. »

Valorisation du CO₂ et des déchets

► **CCIImag' : De quoi s'agit-il ?**

A.L. : « SCOT signifie Smart CO₂ Transformation. C'est la première initiative européenne en matière de recyclage et de valorisation du CO₂. Celui-ci pourrait être transformé en produit énergétique et remplacer à terme les matières fossiles. En améliorant les techniques de transformation du CO₂, on pourrait en faire du carburant, une matière première pour l'industrie chimique et même des matériaux. »

Un nouvel avenir pour le verre

► **CCIImag' : Vous avez parlé de la valorisation des déchets. C'est une « veine » intéressante que l'on dit sous-exploitée.**

A.L. : « Oui et dans ce domaine, il y a un autre projet, WALOSCRAP, qui a pour objectif d'analyser les gisements et les flux de matières secondaires en Wallonie et de développer

leur réutilisation. On estime que l'activité industrielle de la Wallonie génère annuellement entre 4 et 5 millions de tonnes de déchets valorisables. Avec le support de l'Office Wallon des Déchets, la Confédération de la Construction Wallonne et la Fédération des Entreprises de Gestion de l'Environnement, WALOSCRAP étudie le potentiel de valorisation économique de ces déchets qui sont mal exploités ou exportés alors qu'ils pourraient être valorisés en Wallonie. C'est notamment le cas des huiles et pneus usagés, des déchets plastiques, électriques ou métalliques, des déchets animaux et végétaux, des boues industrielles et des stations d'épuration ou encore des résidus de la construction et de la démolition comme le verre plat, le gypse etc. Il y a aussi le projet Frensis, porté par la société AGC Glass, qui vise à développer un vitrage super-isolant et à l'intégrer dans un châssis en PVC lui-même super-isolant, conçu par Pierret System à Libin. Le pôle GreenWin estime que ce projet apportera une innovation qui répond parfaitement aux objectifs de la construction durable et du programme cadre européen sur les performances énergétiques du bâtiment. Outre AGC Glass et Pierret System, le consortium comprend les sociétés GMA et Sadems, l'Université Catholique de Louvain et le centre de recherche Materia Nova de Mons. »

Le biomimétisme

► **CCIImag' : Impossible de citer tous les projets mais à vous entendre, on a l'impression que ça foisonne en matière de recherches et d'innovations liées à l'environnement**

A.L. : « La Wallonie est incontestablement une région « qui compte » dans ce domaine parce que nous disposons de centres de recherche très compétents. Et le rôle des pôles de compétitivité est majeur parce qu'ils obligent les



du redéploiement



« Les pôles de compétitivité ont un rôle majeur à jouer, mais ils n'ont pas, seuls, le pouvoir de tout changer ! »

© Jiwertz

chercheurs à « atterrir sur un projet que le marché veut bien ». En d'autres mots, les pôles de compétitivité contribuent à transformer la recherche en activité industrielle. »

► CCIImag' : Et cela, c'est l'effet du Plan Marshall ?

A.L. : « La création du Plan Marshall a été décisive parce que, à travers les pôles, il soutient le développement des entreprises et permet aux PME d'accéder à des informations stratégiques et à des technologies innovantes auxquelles elles ne pourraient accéder seules et cela, c'est fondamental. Le pôle aide à ouvrir la « boîte à idées ». »

► CCIImag' : On sent bien que GreenWin s'occupe d'un secteur-clé...

A.L. : « GreenWin est au cœur du redéploiement économique de la Wallonie. Il n'y a pas d'avenir sans innovation, en particulier dans le domaine de l'environnement et du développement durable. Il n'y a pas non plus d'avenir sans industrie et, justement, les perspectives de développement sont énormes dans le domaine

de l'éco-industrie. L'environnement est aussi une source d'inspiration : ainsi le biomimétisme vise à copier la nature pour fabriquer de nouveaux produits et matériaux. »

L'emploi ne se décrète pas...

► CCIImag' : La question que tout le monde se pose, c'est l'impact du Plan Marshall, et du pôle GreenWin en particulier, sur l'emploi en Wallonie.

A.L. : « D'abord, une remarque : l'emploi ne se décrète pas ! Il faut créer l'activité et, surtout dans des secteurs innovants comme ceux dont s'occupe GreenWin, cela prend du temps. Il faut donc accepter de se donner le temps ! Pour l'instant, les estimations sont de 2500 emplois potentiels mais le domaine industriel soutenu par le pôle est capable, à terme, d'en générer beaucoup plus. En un peu plus de 3 ans, nous sommes au 7^e appel à projets géré par GreenWin et il y a, en moyenne, entre 20 et 30 idées de projets déposés par appel. Le potentiel est bien présent. Mais il faut aussi que le contexte soit propice à la création d'activités : il faut des terrains industriels disponibles, il faut

BIO EXPRESS

- Économiste de formation
- De 1990 à 1999 : Direction du département économique et de la Recherche de l'Union Wallonne des Entreprises.
- 1999 : Chef de Cabinet adjoint du Ministre de l'Économie et de la Recherche, puis Commissaire du Gouvernement et Directeur général de l'ISSEP, institut chargé par la Région de missions liées à la surveillance de la qualité de l'environnement, au traitement de déchets ou au recyclage de matériaux.
- 2011 : Directeur général de GreenWin

une conjoncture favorable et là, il semble que l'on sorte tout doucement de la crise. La fiscalité ou le coût salarial sont aussi des données fondamentales. Les pôles de compétitivité ont un rôle majeur à jouer, mais ils n'ont pas, seuls, le pouvoir de tout changer ! »

Anciennement appelés « centres de tri », les IMC (Industrial Mail Center) de bpost s'affichent au nombre de 5 dans notre pays (Antwerpen X, Bruxelles X, Charleroi X, Gent X et Liège X). Véritables fourmilières, ces entités s'activent 7 jours/7, 24 heures/24 pour traiter en un temps record courriers et colis. Quel est le parcours emprunté par votre lettre une fois celle-ci postée? Découvrez-le en plongeant dans les coulisses du centre liégeois...



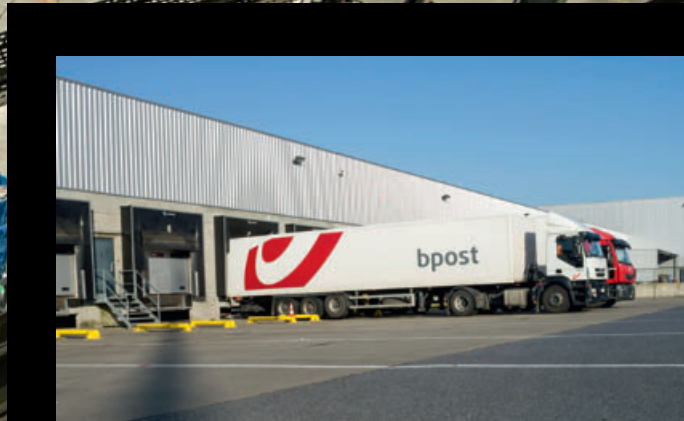
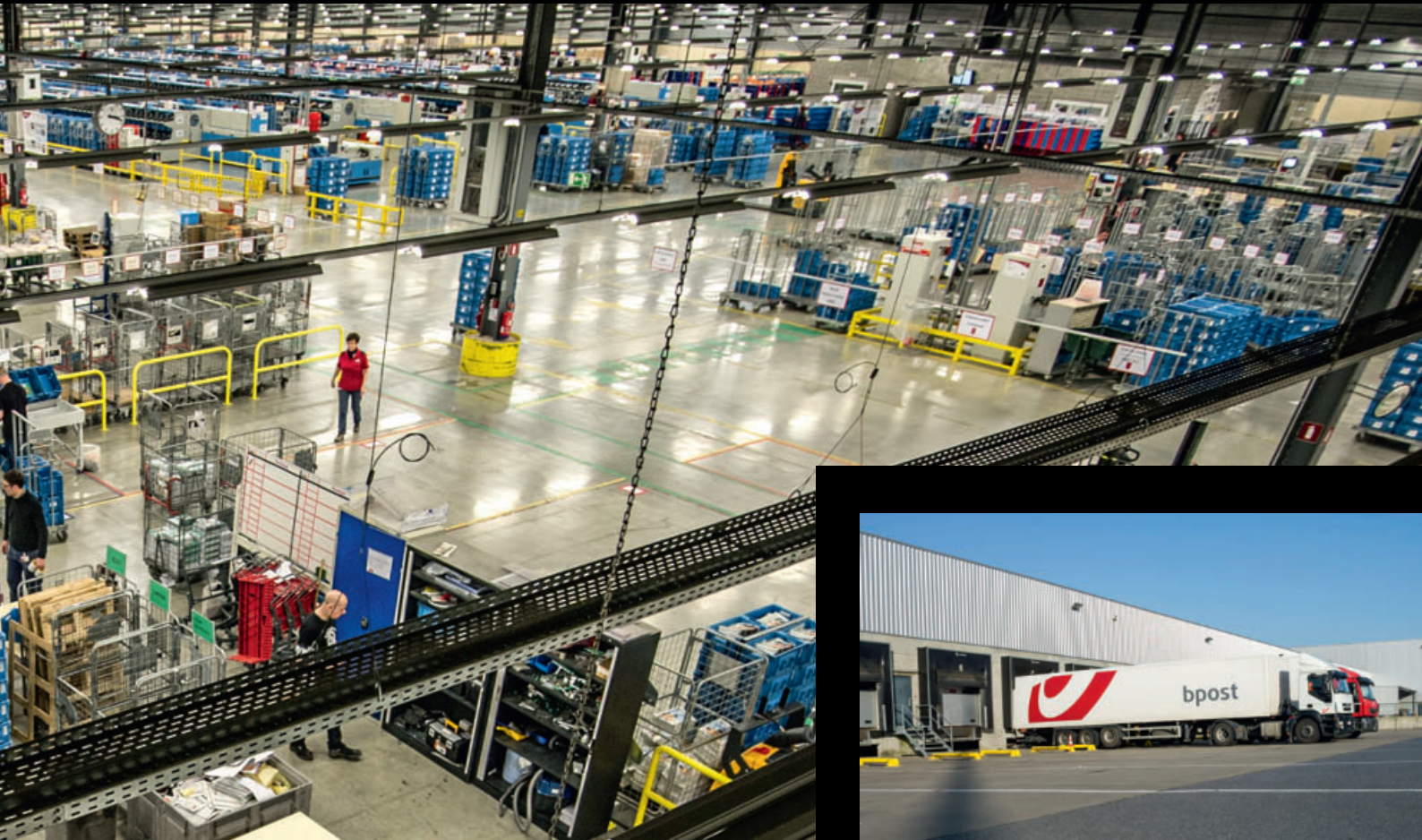
COMME UNE LETTRE

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



Le courrier récolté dans les boîtes aux lettres rouges est trié à l'aide de 2 machines capables de traiter 25.000 pièces/heure. Chacune munie d'un tambour formé de lamelles, ces machines sélectionnent les envois mécanisables et rejettent les courriers trop épais pour qu'ils soient traités manuellement.





À LA POSTE

CÉLINE LÉONARD - © PHOTOS: J. BERGER

Chaque jour, des camions en provenance des autres IMC et des provinces de Liège et Luxembourg acheminent à Liège X des courriers par milliers. Certains envois spéciaux (mailings de grands clients, courriers internationaux...) ont leur entrée dans une zone spécifique.





Les lettres passées entre les lamelles sont automatiquement redressées puis oblitérées. Elles poursuivent ensuite leur route vers une des 12 machines de tri. Capables de lire les adresses ou les codes-barres (à la vitesse de 40.000 lettres/heure), ces dernières dirigent automatiquement le courrier vers la sortie adéquate (sur base de l'ordre de la tournée pour l'ensemble des bureaux de la région Liège-Luxembourg).

Lorsque le code postal d'un courrier n'a pu être lu par la machine (illisible, incorrect...), la lettre est scannée pour être envoyée sur l'ordinateur d'un vidéocodeur qui introduit manuellement le code postal.



Les envois ne pouvant être traités mécaniquement sont triés par des collaborateurs qui les classent dans des armoires dont les cases sont divisées par code postal.

Les périodiques (tels que votre CCIImag') sont dirigés vers une machine spécifique qui adresse les abonnements et enlisse les publications.



Le processus terminé, les courriers sont répartis dans des conteneurs sur base de leur destination avant d'être chargés dans des camions. Les plis destinés aux provinces de Liège et du Luxembourg partent vers les bureaux de poste distributeurs. Le courrier destiné aux autres régions est acheminé vers les autres IMC.

LE CENTRE DE LIÈGE EN CHIFFRES

- ▶ 20.000 m² de superficie
- ▶ 180 agents en production (matin 25, soirée 75, nuit 80)
- ▶ 105 agents Transport (matin 20, soirée 25 et nuit 60)
- ▶ 1.300.000 pièces (lettres, colis...) traitées quotidiennement
- ▶ 98,5 % du courrier distribué le 1^{er} jour ouvrable suivant le jour de réception



LIÈGE X

Rue de la Chaudronnerie, 3
4340 Awans
www.bpost.be



9 entreprises belges à la Coupe du monde de football

Selon le SportsTechnology Club (initiative d'Agoria et du COIB), 9 entreprises belges prendront part à la prochaine Coupe du monde de football. Il s'agit des sociétés Barco (vidéo de sécurité), Bekaert (enceinte de sécurité), Desso (gazon hybride), EVS (infrastructure de production), Newtec (satellite), Outside Broadcast (diffusion d'images), Philips Belgium (éclairage), Skylane Optics (télécommunication) et Schröder (éclairage). Quelques autres tentent encore de décrocher des contrats dans le domaine du catering et de l'événementiel, des marchés qui ne seront attribués que dans la dernière phase. Les entreprises se présentant de manière collective contribuent à ce succès.

Relations plus tendues avec le management



Selon un tiers des salariés, la concurrence entre collègues aurait augmenté en raison des tensions ressenties sur le lieu du travail. 27 % reconnaissent des relations plus tendues avec le management. Celui-ci de son côté, voit son niveau de satisfaction envers le personnel baisser de 6,3 à 5,6/10 en un an. C'est ce qui ressort d'une enquête menée pour Tempo-Team. La principale cause de ce recul demeure la crise économique. Aux côtés des coupes budgétaires et des licenciements, les entreprises pressent leurs personnels d'être plus compétitifs. Un salarié sur trois ressent ce stress accru et cette pression. Environ 25 % des salariés reconnaissent déplorer leurs conditions de travail et ressentir davantage de tensions à domicile.

Notion d'accident du travail élargie

Dorénavant, l'accident subi par un travailleur en dehors du contrat de travail, mais qui lui est causé par un tiers du fait de ce contrat doit aussi être considéré comme un accident du travail. Les réglementations relatives à ces accidents dans le secteur public et privé ont été mises en adéquation. Concrètement, cette adaptation efface la différence de traitement qui existait entre différentes catégories de collaborateurs en cas d'actes de violence à leur encontre en dehors de l'exercice de leurs fonctions, mais du fait de cet exercice.

Les femmes travaillent pour rien 59 jours par an

En Europe, selon la Commission européenne, les femmes continuent de travailler *pour rien* 59 jours par an avant d'atteindre le même niveau de rémunération que les hommes. En 2012, l'écart de rémunération atteignait en moyenne 16,4 % dans l'Union européenne. Ils font apparaître une stagnation après la légère tendance à la baisse enregistrée ces dernières années. Une tendance continue à la baisse vient juste d'être observée au Danemark... La réduction de l'écart de rémunération s'explique par l'augmentation de la part des diplômées de l'enseignement supérieur parmi les salariées ou l'incidence plus grande du ralentissement économique dans certains secteurs traditionnellement masculins, comme la construction.





Titres-services : augmentation des coûts

Le coût de l'entreprise est en moyenne plus élevé que la valeur d'échange d'un titre-service. Tel est le constat d'Idea Consult, bureau d'études et de conseil, sur les titres-services. Conclusion : le modèle actuel doit être revu. En raison des hausses de prix et des adaptations fiscales, la demande s'est stabilisée. La régionalisation des titres-services constitue une opportunité d'ancrer le système de manière durable au niveau régional.

Exemption d'impôt pour le passif social

Pour réduire le coût du statut unique pour les entreprises, il est prévu une exemption d'impôt pour le passif social. Cela permet aux employeurs d'exonérer d'impôts une partie de leurs bénéfices et profits par travailleur ayant atteint une ancienneté de 5 années de service dans le statut unique. Cette partie s'élève à 3 semaines de rémunération par année de service commencée, et à une semaine de rémunération à partir de 20 ans de service. Étant donné que l'exonération ne prend cours qu'après 5 ans d'ancienneté dans le statut unique, la mesure n'aura d'impact budgétaire qu'à partir de 2019. Le salaire mensuel qui sert de base à l'exemption s'élève à 1.500 euros, plus 30 % de la partie du salaire dépassant les 1.500 euros.

Diagnostic sur les déplacements domicile-travail 2014

Cette année encore, chaque organisation de plus de 100 travailleurs devra compléter l'enquête « Diagnostic des déplacements domicile-travail ». L'an dernier, nombre d'entreprises s'étaient plaintes du temps nécessaire pour compléter le formulaire (3,77 jours en moyenne). Le SPF Mobilité a tenu compte de ces doléances. Des outils informatiques devraient être mis à disposition pour limiter la charge de travail des entreprises, notamment une application internet leur permettant de compléter elles-mêmes le questionnaire d'enquête et un outil d'enquête interne permettant de récolter les données. Une phase de test sera prévue avant la mise en service de ces outils dans le cadre du diagnostic fédéral sur les déplacements domicile-travail 2014.

Discrimination corrigée pour la travailleuse enceinte

Une travailleuse enceinte liée par plusieurs contrats de travail à temps partiel et qui est écartée pendant sa grossesse pour l'une de ses activités professionnelles, pourra prolonger le repos postnatal des jours de travail prestés avant l'accouchement dans le cadre d'activités pour lesquelles elle n'avait pas été écartée. La Cour constitutionnelle avait estimé qu'il était discriminatoire de l'empêcher de prolonger la période de repos postnatal des périodes de travail qu'elle avait maintenue de la sixième à la deuxième semaine incluse précédant l'accouchement dans le cadre d'un autre contrat pour lequel elle n'avait pas été écartée.

Tourisme : un des points forts de l'économie

Pendant la crise, le tourisme a été l'un des points forts de l'économie européenne, et cette tendance se poursuivra en 2014, dans la mesure où seulement 11 % des Européens ne devraient pas partir en vacances au cours de cette année. En 2013, 38 % des Européens ont passé leur congé principal dans un autre État membre. Dans le même temps, 42 % des Européens ont passé leur congé principal dans leur propre pays. En 2013, 19 % des Européens ont pris leurs vacances en dehors des 28 États membres, soit 2 % de moins qu'en 2012.



Changement climatique pour reprise économique

D'après un Eurobaromètre sur le changement climatique, 4 citoyens européens sur 5 reconnaissent que la lutte contre le changement climatique et l'amélioration de l'efficacité énergétique sont susceptibles de dynamiser l'économie et l'emploi. Celui-ci révèle aussi que 7 personnes sur 10 estiment que la réduction des importations de combustibles fossiles en provenance de pays tiers pourrait engendrer des bénéfices économiques. Le plus grand nombre de personnes adhérant totalement à cette dernière idée a été enregistré en Espagne (45 %). Et la vaste majorité des Européens se déclare en faveur de l'adoption de mesures nationales en matière d'efficacité énergétique et d'énergies renouvelables : 92 % estiment important que leurs gouvernements favorisent l'amélioration de l'efficacité énergétique d'ici à 2030.



Avez-vous déjà pensé à optimiser le rendement de votre excédent de trésorerie ?

Vous gérez une trésorerie excédentaire et vous ne voulez pas laisser cet argent dormir sur vos comptes ? Dès lors, comment faire le bon choix entre rentabilité, liquidité et protection de capital ? Quelles liquidités conserver à disposition ? Quels investissements privilégier ? Comment diversifier ? Pour vous aider à trouver le meilleur équilibre entre la gestion prudente et la recherche du meilleur rendement, Belfius Banque vous propose deux mandats de gestion.

De l'argent qui dort

Les entreprises ayant par nature une activité financière et non opérationnelle (sociétés de patrimoine, holdings...) connaissent souvent un excédent durable de liquidités. Par manque de temps pour gérer activement le risque et/ou par méconnaissance des aspects fiscaux des investissements à long terme, cet excédent se retrouve souvent placé sur un compte épargne classique ou un compte à terme. Un choix synonyme de sécurité... mais aussi de faible rendement.

Gestion de patrimoine et de risque

Pour vous aider à optimiser la rentabilité de votre trésorerie excédentaire, nos spécialistes de l'impôt des sociétés et nos gestionnaires de fortune ont conçu deux mandats de gestion spécialement dédiés aux entreprises. Chaque solution vous permet de bénéficier de notre savoir-faire en matière de gestion de patrimoine et de risque tout en vous épargnant le souci du suivi quotidien de cet excédent de liquidités.

Deux mandats de gestion

- **Belfius Business Managed Portfolio** : ce mandat offre le choix parmi 6 stratégies d'investissement en fonds de distribution (fonds distribuant un dividende annuel) allant de 100 % d'obligations et 0 % d'action – une stratégie à risque minimal – à 0 % d'obligation et 100 % d'actions – une stratégie à risque élevé. En fonction de votre appétit de risque, nous vous composons un plan d'investissement sur mesure.
- **Belfius Business Portfolio Advanced** : axé sur un fonds sous-jacent, ce mandat est géré en vue d'une réduction des risques de baisse minimum sans oublier d'en maximiser le rendement. Vous pouvez choisir parmi trois profils de risque : low (20 % d'actions), medium (40 %) et high (60 %). Flexible et dynamique, la gestion tire parti de l'évolution du marché. En cas de forte volatilité de celui-ci, une position sûre est visée.

Notre engagement

Tout au long du processus, vous serez en contact permanent avec votre Private Banker. Grâce à cette étroite collaboration :

- vous accédez à tout moment aux informations souhaitées ;
- vous recevez un rapport trimestriel des performances reprenant un relevé clair et détaillé de la valeur, de l'évolution et des résultats de votre portefeuille ;
- vous êtes convié au moins une fois par an à une entrevue personnalisée avec votre Private Banker en vue d'analyser en profondeur la stratégie et les résultats de vos investissements.

190 années d'expérience à votre service

En 2014, pas moins de 50.000 clients - représentant 27 milliards d'euros - ont choisi de nous confier la gestion de leur patrimoine. Un résultat nous plaçant dans le Top 3 du Private Banking en Belgique. Nos activités en la matière s'appuient avec succès sur nos 190 années d'expérience. Un grand savoir-faire désormais transposé dans ces deux nouveaux mandats de gestion spécifiquement destinés aux entreprises.



Plus d'infos ? www.belfius.be



QUEL AVENIR POUR LA VOITURE ÉLECTRIQUE ?

LA solution d'avenir ?

Hybride essence ou diesel ? Rechargeable ou pas ? Hydrogène ? Gaz naturel comprimé ? Quid de la voiture électrique dont l'autonomie, le poids, l'encombrement et la recharge des batteries sont toujours des obstacles ?...

La voiture électrique est-elle à coup sûr LA solution pour l'avenir de la mobilité propre ? Les avis divergent. Si d'aucuns estiment que l'absence de bruit, la faible consommation et l'autonomie suffisante plaident en sa faveur, d'autres rétorquent que les tonnes de CO₂ dégagées par sa production - 8,8 tonnes pour 5,6 tonnes à une thermique - et son rapport coût/efficacité ne la rendent pas attractive.

Sur notre territoire, **près de 500 électriques ont été immatriculées en 2013**. Soit plus du double qu'en 2012 qui a enregistré 216. Pour 139 en 2011, 81 en 2010 et 61 en 2009.

Véhicules plébiscités

Les cinq véhicules les plus prisés sont la Tesla (148 immats), Nissan Leaf (141), Renault Zoe (85), Smart Fortwo (59) et BMW i3 (21). Belle grande berline électrique de 306, 367 et 421 ch et d'une autonomie de 500 km, la Tesla s'affiche



Tesla S

de 72.600 à 97.550 euros. Deuxième du podium, la Leaf restylée durant le défunt millésime voit son autonomie grimper à 200 km. Confortable et silencieuse, elle est facturée 33.990 €. Dernière venue, la Zoe séduit par sa robe, son confort, son habitabilité. Elle grimpe à 135 km/h et Renault annonce 210 km d'autonomie. Les germaniques Mercedes avec sa populaire Smart et BMW avec sa prometteuse i3 complètent le « quintet ». Elles précèdent la Renault Fluence (8 exemplaires commercialisés), la Mia (5), la VW e-Up! (4), les Citroën C-Zéro, Ford Mondeo, Peugeot Ion et Toyota (3), les Opel Ampera et Tazzari EM1 (2), ainsi que la Ford Focus (1).

Pour résumer, on retiendra que les véhicules électriques ne sont pas diffuseurs de pollution et se composent de moins de pièces qu'un véhicule à énergie fossile. Par contre, l'électricité des batteries généralement originaire de ces carburants fossiles ainsi que le prix d'achat et l'absence de réel encouragement financier des autorités alimentent les inconditionnels du moteur thermique. **Et si le déclin se produisait en 2020, date arrêtée par l'Europe pour limiter les émissions à 95 g de CO₂ au kilomètre par société automobile ?...**

BOB MONARD

LAURENT MINGUET ET LA VOITURE PROPRE !



Fondateur d'EVS, Président du cluster TWEED des technologies et énergies durables, Membre de l'Académie Royale de Belgique, Laurent Minguet roule depuis janvier en BMW i3.

« Avant de signer le bon de commande, je l'ai testée sur 10 km ! Aujourd'hui, je pense que l'i3 - avec un taux très élevé de recyclage et une autonomie pour 90 % des trajets - se rapproche de l'idée que je me fais du véhicule du futur ».

Et son coût au km ?

« Il est comparable à celui d'une voiture classique. En effet, le véhicule revient à 35.000 € tva avec des batteries garanties 100.000 km. Si l'on installe de nouvelles batteries pour 5.000 €, on roule 200.000 km pour 40.000 €. Soit 20 cents/km d'amortissement.

Il faut ajouter le prix de l'électricité. Le véhicule consomme environ 15 kWh/100 km. Soit environ 3 € contre 10 € d'essence pour un véhicule fossile.

Le « carburant » coûte donc 3 cents/km. Il faut encore additionner les entretiens, moins onéreux que pour un véhicule classique, les taxes et l'assurance. Au final, on tourne autour de 30 cents/km : c'est moins cher qu'un véhicule thermique d'un confort équivalent.

Cela signifie que cette technologie renouvelable - l'électricité peut l'être à 100 % - est mûre pour se substituer à la technologie classique, polluante et plus chère.

À présent, il reste à éprouver ce concept pour affirmer : la voiture électrique, l'essayer c'est l'adopter. En tous cas, la i3 - sans être une voiture de prestige - convient à un chef d'entreprise ».



Une solution pour
chaque archive.



Grandes ou petites.



tellement plus que l'archivage



Archivage
papier et film



Démagnétisation



Conservation de
supports magnétiques



Numérisation et
archivage numérique



Software Escrow



Archives labo,
pharmaceutiques et ULT



Consultancy



[Audrey-BioBeauty]

Un parfum de

« SUCCESS STORY »

- ▶ 30 années d'existence dans le monde de la beauté
- ▶ 4 sites (Chênée, Bonnelles, Fléron, Spa) et 27 collaboratrices
- ▶ L'ouverture d'un magasin franchisé prévue pour cet été

ALAIN BRAIBANT

Cela fait plus de 30 ans qu'Audrey-BioBeauty prend en charge la beauté des Liégeoises ! En 1980, après une formation à Paris, Christine Marquet ouvre un premier établissement à Chênée, une « parfumerie sélective » comprenant un magasin, un institut de beauté de haut niveau et un solarium. Le démarrage ne fut pas fulgurant et il fallut attendre 1987 pour que l'entreprise prenne enfin un véritable essor avec, en 1990, un premier agrandissement du bâtiment initial. Mais dans le monde des affaires, la concurrence est souvent là, menaçante...



La fondatrice d'Audrey BioBeauty, Christine Marquet (à droite) aux côtés de son équipe

L'ombre de Belle-Ile

En 1995, le complexe commercial de Belle-Ile ouvre ses portes à 2 kilomètres de distance. S'y installer ou pas, telle fut la question... Finalement, Christine Marquet décide de rester fidèle au pont de Chênée mais après un démarrage laborieux, Belle-Ile trouve sa vitesse de croisière et le chiffre d'affaires d'Audrey s'en ressent. Mais la patronne décide de se retoucher les manches. « Une opportunité s'est présentée d'ouvrir un second magasin, à Fléron, dont l'activité commerciale était en plein développement, avec en point de mire la clientèle d'une grande partie du Pays de Herve. Cinq ans ont été nécessaires pour « digérer » l'investissement mais à partir de l'an 2000, la société a pu enfin vivre dans une certaine prospérité. »

Le plus petit des grands, le plus grand des petits

Il est vrai que Christine Marquet ne s'est pas contentée d'acquiescer un second magasin, elle a aussi étendu et amélioré ses activités. « À côté de la vente des parfums, nous avons développé les soins selon les techniques les plus modernes, avec un équipement haut de gamme : pédicurie-spa, soins du visage et des ongles, épilation définitive, amincissement et

bronzage sans UV. » Cela fait dire à la propriétaire « qu'Audrey est aujourd'hui le plus petit des grands ou le plus grand des petits dans son secteur. » Dame ! Les concurrents d'Audrey s'appellent Paris XL ou Planète Parfums ! Heureusement, Audrey a eu la sagesse d'intégrer, tout en gardant sa totale autonomie, le groupe Beauty Parfumerie et de bénéficier ainsi de conditions avantageuses pour l'achat de produits et de matériel.

Avancer pour ne pas reculer

« Qui n'avance pas recule ». Christine Marquet décide de poursuivre sa marche en avant avec la reprise d'un magasin à Bonnelles en 2007, l'ouverture d'un quatrième établissement, à Spa, en 2009, et un nouvel agrandissement à Chênée en 2012. La société a le vent en poupe ! Aujourd'hui, sur les 4 sites de Chênée, Bonnelles, Fléron et Spa, Audrey-BioBeauty dispose de trente-cinq cabines de soins – sans compter les solariums – et emploie 27 esthéticiennes. Dix mille clients dépensant au moins 50 € par an sont fidèles aux 4 enseignes et plus de 33 000 personnes sont répertoriées dans le fichier d'adresses de la société. En 2013, le chiffre d'affaires s'est élevé à 2,5 millions €.

Les bienfaits de l'intelligence stratégique

Chez Audrey, on ne baisse pas la garde et on reste vigilant. On est, notamment, très sensible à l'intelligence stratégique, un concept que les économistes mettent de plus en plus en avant. « Cela nous a rendus attentifs à la veille sur internet et à la nécessité d'y avoir une plus grande visibilité. Cela nous a aussi sensibilisés à l'utilité de la prévention et de la sécurisation de nos systèmes informatiques. Nous avons aussi répertorié et « protocolé » nos activités par processus. Nous avons modernisé notre site web, développé l'e-shop et notre présence sur facebook. Grâce à l'initiative des « groupements d'employeurs » mise en place par la Chambre de Commerce, nous avons pu engager un technicien IT (internet et télécommunication, NDLR) part time que nous partageons avec d'autres sociétés. » Audrey, c'est finalement l'histoire d'un développement progressif et réussi. Un processus qui devrait se poursuivre : l'ouverture d'un magasin franchisé est prévue pour cet été.

AUDREY-BIOBEAUTY

www.audrey-biobeauty.be

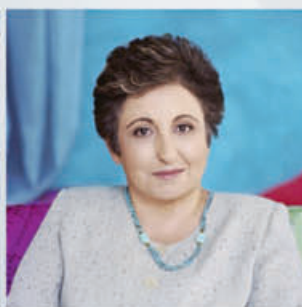
23 JUIN 2014 PARTAGEONS NOS IDEES POUR PREPARER L'AVENIR

Participez à la 2^e session des Economic Ideas
sur le thème du Contrat Social à Nancy, le 23 juin 2014

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Meurthe-et-Moselle, avec le soutien de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Liège-Verviers-Namur, vous propose la seconde édition des Economic Ideas. Ce forum économique a pour vocation de rassembler dirigeants d'entreprise, décideurs politiques, universitaires et journalistes, afin de construire et partager une réflexion commune et d'apporter des propositions concrètes et innovantes pour notre avenir.



Hubert VÉDRINE
Ancien ministre français
des Affaires Étrangères



Shirin EBADI
Prix Nobel de La Paix 2003



Robert AUMANN
Prix Nobel d'économie 2005

RETROUVEZ LES TARIFS ET LE PROGRAMME SUR
www.economicideas.eu

[Economic Ideas]

LE CONTRAT SOCIAL au cœur des débats

Voici un an, les Chambres de Commerce de la Grande Région conviaient grands sages du monde politique, experts et chefs d'entreprise à *Economic Ideas*, un important forum économique européen. Au vu du succès rencontré par cette première édition, les CCI remettent le couvert ce 23 juin à Nancy.

CÉLINE LÉONARD

La crise financière profonde que traverse l'Europe nous invite à redéfinir une nouvelle vision porteuse d'espoir, à imaginer d'autres modes de gouvernance et à repenser le rôle du secteur public. Désireuses de participer à cette réflexion, les CCI de la Grande Région¹ ont décidé, pour la 2^e année consécutive, de mettre sur les pieds les *Economic Ideas*. Un forum économique ayant pour vocation de rassembler dirigeants d'entreprise, décideurs politiques, universitaires et journalistes, afin de construire et partager une réflexion commune et d'apporter des propositions concrètes et innovantes pour l'avenir.

Deux Prix Nobel

L'an dernier, les CCI de la Grande Région avaient misé sur des orateurs d'envergure internationale pour drainer un public nombreux

Le Forum en chiffres :

- 800 chefs d'entreprises allemands, belges, français et luxembourgeois
- 30 experts internationaux
- 1 problématique macro-économique : « Le contrat social : comment concilier liberté individuelle et intérêt commun ? »
- 2 séries de 3 ateliers thématiques
- 2 séances plénières animées par des témoins de renom

en Lorraine. Philippe Maystadt et Gerhard Schroder, pour ne citer qu'eux, avaient ainsi rehaussé l'évènement de leur présence.

Le panel de cette année n'aura pas à rougir de la comparaison puisqu'il pourra, entre autres, compter sur la participation de Shirin Ebadi (Prix Nobel de la Paix 2003) et Robert Auman (Prix Nobel d'Economie 2005).



Alain Jousten (Professeur d'économie à HEC-Liège, co-directeur du CREPP et du Tax Institut) prendra part à cette édition 2014

La Belgique ne sera pas en reste. Notre pays pourra, notamment, s'appuyer sur la voix d'Alain Jousten (Professeur d'économie à HEC-Liège, co-directeur du CREPP et du Tax Institut) pour la représenter.

¹ CCI du Luxembourg, de la Sarre, du Luxembourg belge, de Liège-Verviers-Namur, de la Meuse, de la Moselle, des Vosges et de la Meurthe et Moselle.



C'est une nouvelle fois la ville de Nancy qui accueillera l'évènement.



ECONOMIC IDEAS

Lundi 23 juin 2014 (de 8h30 à 18h30)

Place Stanislas de Nancy

Renseignements et inscription (obligatoire) :

www.economicideas.eu

Jeudi 19 JUIN

de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms
de Liège-Ville...)



Chiffres clés

- 500 « Pop-Up Displays » (stands)
- 1.000 « Pop-Up Players » (exposants)
- 3.000 « Pop-Up Guests » (visiteurs)
- 8.000 m² de « Pop-Up Displays »
 - 50.000 m³ d'enthousiasme of « pure business »
- 12 « Pop-Up Business Lounge »
 - 1 bar à champagne
 - 4 « Pop-Up food corners »



Qu'est ce que Pop-Up ?

- Un événement de networking incisif et éphémère,
- 100 % « human to human », 100 % « pure business »
- Destiné à célébrer l'entrepreneuriat dans notre région
- Au travers d'une scénographie créative et d'un business model disruptif
- Offrant aux exposants une visibilité maxi pour un prix mini

Pop-Up, c'est la concrétisation d'un « business model » innovant, d'un paradigme sans concession basé sur le triangle d'or :

- High Quality
- Low Price
- Return On Investment

Les gros avantages du concept

- « Pop-Up displays » entièrement aménagés
- Zéro préparatif - Zéro stress - 100% confort
- Investissement temps limité (1/2 journée)
- Opportunités de contacts pléthoriques
- Prix écrasés, accessibles à toutes les bourses

Prix « Pop-Up Display » : 399 € (HTVA)

(Tarif valable pour toute réservation avant le 1^{er} mai. Au delà, le prix sera de 499 €)

- Stand double cloisons
- 1 Pop-Up Desk
- 2 badges exposants (Pop-Up Players)
- 4 VIP pass (Pop-Up Guests)
- Full accès à l'appli mobile (liste des participants, catalogue, in-mails...)
- 1 page de présentation dans l'appli mobile
- 1 bouteille de champagne

Attention: seuls 500 « Pop-Up Displays »
sont disponibles (first come, first serve)



Infos et inscriptions :

www.ccilvn.be - Christophe Mausen (0496 55 92 52 - cm@ccilvn.be)

PODUP SAFARI



Business event
« **éconochic** »

by **CCI**

JEUDI **19 JUIN**, de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms de Liège-Ville...)

ccilvn.be

Prospectez intelligemment et rapidement hors Europe

Un carnet ATA simplifie vos procédures !

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

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



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



S.A. LOUWET N.V.

BATIMENTS INDUSTRIELS

GROS-OEUVRE OU ENTREPRISE GENERALE
DE LA CONCEPTION A LA REALISATION

rue Gare de Momalle 15 4347 FEXHE-LE-HAUT-CLOCHER
Tél: 04/250.54.04 - Fax: 04/250.54.32
www.louwet.be - info@louwet.be



All-Inclusive



Management

Grâce à un business model innovant, réaliste et répondant aux exigences des chefs d'entreprise, vous pouvez désormais prévoir vos dépenses de maintenance informatique à l'euro près, service et matériel compris! D'un « centre de coût », Limelogic transforme votre infrastructure en un outil de développement!

Limelogic travaille sur base d'un forfait mensuel INVARIABLE avec obligation de résultats.

LIMELOGIC

Rue Ernest Sovay, 29a | 4000 Liège | Tél. : +32 4 221 10 10
Fax : +32 4 221 20 20 | info@limelogic.be | www.limelogic.be



[Sleev'in]

DES BOUTEILLES à votre image

- ▶ Une société spécialisée dans la personnalisation et l'habillage de bouteilles
- ▶ Un jeune duo d'entrepreneurs liégeois aux commandes de l'entreprise
- ▶ Un concept destiné aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels

CÉLINE LÉONARD

Tous deux détenteurs d'un master en entrepreneuriat, Judith Michel et Yannick Palmkoek sont animés par l'envie d'entreprendre et d'innover. En 2010, ce jeune duo liégeois fondait ainsi Opale, une société spécialisée dans l'importation et la distribution de vins effervescents. Une activité qui allait rapidement s'avérer source d'enseignements... « *Outre le fait de constater que le marché des bulles est en pleine croissance, nous nous sommes rendus compte que le packaging y occupait une place de plus en plus prépondérante. Plus que par le passé, l'esthétique et le look d'une bouteille jouent en effet un rôle déterminant dans le choix du consommateur. Sachant, parallèlement, que la personnalisation des produits (tous secteurs confondus) a aujourd'hui le vent en poupe, nous avons eu l'idée de créer Sleev'in, une entreprise active dans la personnalisation et l'habillage de bouteilles.* »



De 6 à 20.000 bouteilles

Au travers de ce concept unique dans la région, Judith et Yannick visent un large public : « *Nous nous adressons aussi bien au particulier qui voudrait personnaliser les bouteilles de son mariage qu'à une entreprise désireuse de se doter d'un nouvel outil publicitaire, un organisateur d'événements, un restaurateur ou un professionnel du secteur (importateur,*

producteur...). Nous réalisons des séries allant de 6 à 20.000 bouteilles. »

Sur le plan pratique, le client choisit tout d'abord le contenu dans la gamme de vins effervescents et tranquilles proposée par l'entreprise. « *Pour les grandes séries, nous pouvons toutefois travailler sur base des bouteilles du client.* » Une fois la boisson sélectionnée, place alors à l'habillage de la bouteille. « *Deux possibilités s'offrent au client : soit utiliser un design prédéfini dotée d'une zone de personnalisation ; soit personnaliser l'entièreté de la bouteille en recourant aux services d'un graphiste. Une option bien évidemment un peu plus onéreuse que la première.* »

En autonomie

Pour lancer cette nouvelle activité, nos entrepreneurs se sont équipés de tout le matériel nécessaire : tunnel de rétraction, étiqueteuse, pose de collerette... « *L'entièreté du processus est entre nos mains. Ainsi, le client ne doit pas multiplier les contacts pour obtenir le produit souhaité. Du choix du design à la mise des bouteilles sous carton, nous nous occupons de tout.* »

Surfer sur l'actualité

Lancée en 2013, Sleev'in a dès ses débuts compté un client de marque. « *Nous avons en effet personnalisé la bouteille servie à l'occasion du 20^e anniversaire des Francofolies de Spa. Un baptême du feu qui nous a rassuré sur nos capacités de production.* »

En cette année 2014, la jeune société entend bien surfer sur l'actualité. « *Nous avons déjà reçu des commandes liées aux commémorations de la Guerre 14-18. Nous espérons également concrétiser quelques contrats dans le cadre de la Coupe du Monde. Ce, aussi bien en Belgique qu'en France, en Allemagne, aux Pays-Bas et au Grand-duché où nous entendons aussi nous montrer actifs.* »



Au service des PME wallonnes
 Etudes de marché - plans financiers
 - plans d'affaires - levées de fonds -
 conseil stratégique - intérim opérationnel
 - organisation & management -
 transmission d'entreprises
cide-socran.be/clients/tpe-pme/

L'apport de Cide Socran

En contactant Cide-Socran, Judith et Yannick avançaient en terrain connu. « *Nous avons réalisé nos études avec certains collaborateurs de l'équipe. Même si la constitution d'un business plan ou la réalisation d'une étude de marché fait partie de nos compétences, nous avons envie de confronter notre réflexion à leur regard. Aujourd'hui encore, nous continuons à les solliciter pour valider certaines options.* »



Yannick Palmkoek et Judith Michel, fondateurs de Sleev'in

SLEEV'IN

Rue Chaffette n°20 à 4032 Chênée
contact@sleevin.be - www.sleevin.be

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

Une nouvelle agence s'ouvre dans votre région

Konvert Interim Namur

Avenue Fernand Golenvaux 23

5000 Namur

T (081) 22 70 96

namur@konvert.be



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

1984 **50** 2014
konvert

WV 1 305 • 00359-406 2012 1120
00359-406 20130116 • 07 1459 /BU

La sécurité? Une affaire de spécialistes!

Besoin d'aide pour répondre à vos obligations d'employeur?
Vous souhaitez mettre en place de l'OHSAS 18001? Du VCA?
Vous devez réaliser des exercices d'urgence (PUI)?
Suivre des formations?



**Qualibel, une équipe qualifiée
en permanence sur le terrain**

Un conseiller en sécurité vous épaula: info@qualibel.com

RUE ERNEST SOLVAY, 376 - BATIMENT T11 - 4000 LIEGE (SCLESSIN) - Tél: 04-252 51 24 - Fax: 04-252 04 25 - www.qualibel.com



LA REVUE DES ENTREPRENEURS
ccimmag

"Le Business
news magazine" des CCI wallonnes



INFOS:
Solange NYS
solange@ccimag.be



**UTILISEZ-LE POUR VOTRE COMMUNICATION
VERS LES ENTREPRENEURS DE WALLONIE**



[Artialis]

Diagnostiquer l'arthrose POUR MIEUX LA COMBATTRE

- ▶ Fondée en 2010, Artialis est spécialisée dans le développement et les applications cliniques de biomarqueurs de diagnostic et de pronostic des maladies des articulations
- ▶ Le chiffre d'affaires de 1 million d'euros en 2013, dont 80 % réalisés à l'exportation, devrait être doublé en 2014
- ▶ Un nouveau produit de diagnostic de l'arthrose en routine est en cours de développement

JACQUELINE REMITS

Avec l'allongement de la durée de vie, l'arthrose, maladie des articulations, a de beaux jours devant elle. 15 % de la population mondiale souffre de cette maladie. En Europe, l'ostéoarthrite touche près de 40 millions de personnes. En Belgique, environ 1 million de personnes sont atteintes par l'arthrose, un nombre qui augmente de 30 % par décennie. Un diagnostic et des thérapies efficaces devraient permettre de soulager les malades. Ce à quoi s'emploie la société Artialis.

Diagnostic précoce

Cette spin-off de l'Université de Liège, fondée en 2010, est spécialisée dans le développement et les applications cliniques des biomarqueurs de diagnostic et de pronostic des maladies des articulations telles que l'arthrose et la polyarthrite. Elle développe et commercialise des tests de dépistage de l'arthrose par une simple prise de sang ou un prélèvement d'urine. Ce concept est le résultat de plusieurs années de recherche menées par l'équipe du Professeur Yves Henrotin, directeur de l'Unité de recherche sur l'os et le cartilage (UROC) de l'ULg et chef du service de kinésithérapie et réadaptation fonctionnelle de l'Hôpital Princesse Paola de Marche-en-Famenne.

En tant que CRO (Contract Research Organization) spécialisée, Artialis propose la conception et la gestion d'essais cliniques sur-mesure visant à développer des thérapies plus efficaces pour soulager les douleurs articulaires. « *Le diagnostic classique est basé sur un examen et une radiographie*, développe Houtaï Choumane, directeur général. *Mais lorsque les signes sont visibles, les lésions du cartilage*

sont déjà irréversibles. Il est donc intéressant de diagnostiquer la maladie avant l'apparition de ces signes. » Des avancées significatives ont été réalisées ces dernières années dans la compréhension des mécanismes physiopathologiques de l'arthrose. L'une des voies explorées par la société Artialis réside dans l'identification de nouveaux marqueurs, des protéines dosées dans le sang et les urines. « *Nous avons mis au point une série de marqueurs biochimiques innovants brevetés pour la détection précoce de l'arthrose avant l'apparition de signes radiologiques. L'avantage majeur de ces biomarqueurs est qu'ils peuvent être directement mesurés. Ils permettent le diagnostic, le pronostic et l'évaluation de l'efficacité de certains médicaments. Nous proposons nos essais cliniques aux firmes pharmaceutiques qui développent des médicaments contre l'arthrose pour les aider à accélérer leurs recherches cliniques.* »

Forte croissance

Actuellement, Artialis a le vent en poupe et réfléchit à son développement futur. La société compte aujourd'hui une quinzaine de personnes. « *Nous avons vécu une forte croissance avec un chiffre d'affaires de 1 million d'euros en 2013*, souligne Houtaï Choumane. *Nous vendons nos kits essentiellement à l'exportation qui représente 80 % de notre chiffre d'affaires. Nous avons engagé une dizaine de personnes. Nous venons d'aménager 600 m², toujours dans la Tour Giga, au lieu des 200 m² de départ. Nous sommes en bonne voie pour atteindre les 2 millions d'euros de chiffre d'affaires cette année 2014, ainsi que l'équilibre financier. Nous sommes en train de développer un produit qui sera proposé aux laboratoires d'analyses, un test sanguin qui permettrait aux rhumatologues de suivre l'état de l'évolution de l'arthrose. Nous espérons sortir une version pilote cette année.* » À terme, Artialis ambitionne de devenir un leader du marché de la santé articulaire.



Artialis compte aujourd'hui une quinzaine de collaborateurs

ARTIALIS

Avenue de l'Hôpital, 11, Tour Giga (+ 3)
4000 Liège (Sart Tilman)

Tél. : 04/242 77 27 - www.artialis.com

Jeudi 19 JUIN

de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms
de Liège-Ville...)



Chiffres clés

- 500 « Pop-Up Displays » (stands)
- 1.000 « Pop-Up Players » (exposants)
- 3.000 « Pop-Up Guests » (visiteurs)
- 8.000 m² de « Pop-Up Displays »
 - 50.000 m³ d'enthousiasme of « pure business »
- 12 « Pop-Up Business Lounge »
 - 1 bar à champagne
 - 4 « Pop-Up food corners »



Qu'est ce que Pop-Up ?

- Un événement de networking incisif et éphémère,
- 100 % « human to human », 100 % « pure business »
- Destiné à célébrer l'entrepreneuriat dans notre région
- Au travers d'une scénographie créative et d'un business model disruptif
- Offrant aux exposants une visibilité maxi pour un prix mini

Pop-Up, c'est la concrétisation d'un « business model » innovant, d'un paradigme sans concession basé sur le triangle d'or :

- High Quality
- Low Price
- Return On Investment

Les gros avantages du concept

- « Pop-Up displays » entièrement aménagés
- Zéro préparatif - Zéro stress - 100% confort
- Investissement temps limité (1/2 journée)
- Opportunités de contacts pléthoriques
- Prix écrasés, accessibles à toutes les bourses

Prix « Pop-Up Display » : 399 € (HTVA)

(Tarif valable pour toute réservation avant le 1^{er} mai. Au delà, le prix sera de 499 €)

- Stand double cloisons
- 1 Pop-Up Desk
- 2 badges exposants (Pop-Up Players)
- 4 VIP pass (Pop-Up Guests)
- Full accès à l'appli mobile (liste des participants, catalogue, in-mails...)
- 1 page de présentation dans l'appli mobile
- 1 bouteille de champagne

Attention: seuls 500 « Pop-Up Displays »
sont disponibles (first come, first serve)



Infos et inscriptions :

www.ccilvn.be - Christophe Mausen (0496 55 92 52 - cm@ccilvn.be)

POPOUP SAFARI

Business event
« éconochic »



by **CCI**

JEUDI 19 JUIN, de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms de Liège-Ville...)

ccilvn.be

KINEPOLIS LIÈGE

NOUS ORGANISONS VOS ÉVÈNEMENTS
POUR PETITS ET GRANDS BUDGETS



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



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

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

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

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

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

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

WHEREBUSINESSMEETSPLEASURE

kinepolisbusiness.com





[Dreamgest]

« Je suis un gestionnaire qui a rêvé par accident »

- ▶ Un parcours hors du commun, du rêve à la réalité
- ▶ La création d'un opéra rock qui a séduit Paris
- ▶ L'inauguration prochaine d'un parc d'attractions dédié au monde de la musique

CÉLINE LÉONARD

Des années durant, Didier Hodiamont a mené une carrière de gestionnaire. Une activité professionnelle qui lui apportait une certaine sécurité financière mais, le reconnaît-il aujourd'hui, ne donnait pas de véritable sens à sa vie. Voici 9 ans, ce Brabançon d'origine n'a pas hésité à opérer un virage à 180° pour se consacrer à son projet de vie : Piano-Plage. Un parcours pittoresque au travers duquel notre homme s'est pleinement épanoui...



Le piano géant de Piano-Plage, une prouesse technologique

Au commencement, une vision



L'aventure Piano-Plage débute en 2005. Au détour d'une balade le long de la Meuse, à Anhée, Didier Hodiamont a une vision. « *J'ai vu un piano géant sortir de l'eau. Une expérience*

totallement irrationnelle, j'en conviens. Mais cette vision était si forte qu'elle m'a donné l'envie de créer un spectacle musical mettant en scène des notes de musique. » Un concept utopique qu'il va, contre toute attente, concrétiser.

Quatre objectifs

Ainsi, dès 2007, Didier Hodiamont se consacre à temps plein à son improbable rêve. Afin de le mener à bien, il crée aux côtés de son épouse la société Dreamgest et s'assigne 4 grands objectifs. « *Le premier était de donner naissance à un lieu-dit Piano-Plage, à l'endroit-même où j'ai eu ma vision. Ce lieu a été symboliquement inauguré en 2009. Des travaux d'aménagement menés par les pouvoirs publics y sont en cours. D'ici 2 ans, il deviendra un parc familial multifonctionnel où j'espère installer les bureaux de Dreamgest.* » Le deuxième objectif de Didier Hodiamont était de retranscrire l'émotion de sa vision en musique et en images. Ce fut chose faite avec, en 2011, la réalisation de la bande dessinée « Piano-Plage, du Rêve à la Réalité »

et la production d'un album musical composé par Alec Mansion.

De temps à autre ballotté par le doute, notre infatigable rêveur n'a pour autant jamais cessé sa marche en avant. C'est ainsi qu'en 2012 il donne vie à son troisième objectif et non des moindres : la création d'un opéra rock Piano-Plage. Un show intergénérationnel, un ensemble scénique grandiose rehaussé par la présence de 30 artistes. Le clou du spectacle est la présence sur scène d'un piano géant long de 12 mètres et lourd de 12 tonnes. Une prouesse technologique conçue par la société namuroise WOW Technology. « *Les premières représentations ont eu lieu à Anhée devant 15.000 spectateurs. Nous nous sommes par la suite produits au Palais 12 de Brussels Expo mais aussi dans des théâtres parisiens (Bobino, Le Palace).* » L'année 2014 s'annonce d'ores et déjà bien remplie pour la troupe avec une tournée qui l'emmènera dès juillet dans diverses salles belges et au Palais des Sports de Paris. Excusez du peu...

Non content du chemin déjà parcouru, Didier Hodiamont a désormais en ligne de mire son quatrième objectif, plus fou encore que les précédents : l'inauguration, en 2018, d'un parc d'attractions constitué d'instruments géants et animé par le monde des notes de musique. « *De la folie pure et simple devez-vous penser. Et pourtant, cela se fera ! Trois lieux m'ont été*

proposés en Wallonie. Ils sont à l'étude. Côté financier, 100 millions € seront nécessaires. Des investisseurs ont marqué leur intérêt. Des entreprises de taille telles que Besix ont par ailleurs demandé à être associées à la réflexion. » Convaincre des partenaires privés de le suivre dans ses projets incongrus : une prouesse dont Didier Hodiamont s'acquitte depuis les débuts de Piano-Plage. « *Mon secret ? Mon passé professionnel joue certainement en ma faveur. Vous savez, je suis un gestionnaire qui a rêvé par accident. À côté du rêve, je n'oublie jamais la réalité des chiffres. Un aspect qui rassure les potentiels investisseurs.* »

Auteur d'un parcours hors du commun, Didier Hodiamont n'en éprouve pas de fierté particulière. « *Je n'en ai pas vis-à-vis du projet. Peut-être en ai-je simplement pour le cheminement, la difficulté du parcours. Par ailleurs, le piano dont j'ai rêvé se voulait porteurs de valeurs et gardien de l'harmonie. Cela n'aurait eu aucun sens de briser l'harmonie qui m'entourait pour le concrétiser. Je suis donc heureux d'avoir pu fédérer mon couple et ma famille autour de cet improbable projet...* »

DREAMGEST

Rue du Fond n°12A à 5537 Warnant
www.pianoplage.com



newelec
étude | réalisation | maintenance

ABB

Un réseau électrique de qualité : un facteur-clé pour votre compétitivité

Vieillesse prématurée de vos appareils électroniques ? Début d'incendie sur une machine ? Faible rendement d'un moteur ? Et si ces problèmes résultaient de perturbations sur votre réseau électrique... En partenariat avec ABB, la société Newelec lance une gamme de services et produits innovants améliorant la qualité de votre alimentation électrique et empêchant toute défectuosité de vos installations.

Un constat

Au cours des dernières années, les perturbations sur le réseau électrique se sont multipliées. La raison est double. D'une part, la prolifération des appareils électroniques (variateurs...) parasite sensiblement votre réseau. D'autre part, en dépit de leur nécessité, l'augmentation de la part d'énergies renouvelables réintroduites sur le réseau provoque une baisse de la qualité de l'électricité que vous consommez.

Un impact financier énorme

Pour une industrie, ces perturbations sont loin d'être anodines. Elles revêtent même un enjeu financier majeur. En effet, des perturbations électriques répétées (microcoupures, surtension, creux de tension, déséquilibre de phase...) peuvent engendrer des problèmes conséquents : arrêt complet d'une ligne de production, incendie d'une machine, vieillissement prématuré d'équipements, mauvais rendement d'un moteur, surcroît de consommation... Sans oublier d'autres aspects tels que les risques pour la sécurité de votre personnel, la perte de données, le gaspillage de temps, le déchet de matières premières, l'insatisfaction de vos clients...

Le bon réflexe

Vous rencontrez de tels problèmes au sein de votre entreprise ? Avant de mettre en cause votre matériel, prenez donc le temps de vous interroger sur la qualité de votre réseau électrique ! En association avec ABB (leader mondial dans les technologies d'énergie et d'automatisation), la société liégeoise Newelec vous propose la gamme de machines ABB « PCS100 » et des services innovants qui empêchent toute panne ou défectuosité et améliorent le rendement de vos installations.

Marche à suivre

Intéressé ? Prenez sans plus attendre contact avec Newelec. À l'aide d'outils spécifiques, l'entreprise réalisera un audit complet de votre réseau (étude de la qualité de l'énergie, de l'onde, du courant, de la tension...)

En collaboration avec ABB, vos résultats seront ensuite analysés en vue de vous proposer des solutions d'amélioration. Parmi celles-ci, la gamme « PCS100 », qui propose différents systèmes, soit pour protéger vos applications industrielles et tertiaires contre les perturbations du réseau, soit en vue d'économie d'énergie et de filtration d'harmonique. Grâce à lui, vous pourrez dire adieu aux chutes et pointes de tension, pannes de courant momentanées, déséquilibres de phase et autres papillotements de l'éclairage mais aussi optimiser votre consommation d'énergie.



PCS100 – RPC : Conditionneur de puissance réactive de type « Online »

- ▶ Correction du facteur de puissance ($\cos\phi$)
- ▶ Filtre actif pour les harmoniques H5 et H7
- ▶ Compense les pointes de démarrage de courant
- ▶ Correction du déséquilibre de phase



PCS100 – AVC : Conditionneur actif de tension de type « Online »

- ▶ Sous et surtension / creux de tension / déséquilibre de phase / papillotement / phénomène transitoire
- ▶ SANS stockage d'énergie, temps de réponse < 1/4 période



PCS100 – UPS-I : UPS industriel

- ▶ Sous et surtension / creux de tension / déséquilibre de phase / papillotement / phénomène transitoire
- ▶ AVEC stockage d'énergie, temps de réponse < 1/4 période

Plus d'infos : **Newelec**

Rue des Fraisiers, 91 à 4041 Vottem - Tél.: 04/227.18.08 - power.quality@newelec.be - Responsable du département Qualité Réseau : Antonio Debrito



Conseiller en prévention, NE RESTEZ PLUS SEUL!

Nombre de conseillers en prévention se sentent isolés au sein de leur entreprise. Pour les aider à faire face à leurs problématiques quotidiennes, la CCI a développé des clubs de partage d'expériences spécialement dédiés à leur fonction.

CÉLINE LÉONARD



Un groupe en visite chez Nomacor

Répondre à une demande

À l'origine du programme Alter Ego « sécurité », un constat. Celui de l'isolement rencontré par les conseillers en prévention au sein même de leur entreprise. Souvent amenés à compiler cette casquette avec d'autres fonctions, ces collaborateurs peinent à dégager du temps pour chercher les bonnes informations ou trouver les personnes ressources vers qui se tourner. Fréquemment interpellée à ce sujet, la CCI a décidé, en 2012, de lancer un groupe Alter Ego dédié à la sécurité. Une formule qui a rapidement rencontré son public puisque 3 groupes sont aujourd'hui en activité sur Liège, Verviers et Namur.

Alter Ego en quelques mots

Le programme Alter Ego consiste en des groupes de partage d'expériences et de bonnes pratiques. Réunis une fois par mois, les participants échangent, 4 heures durant, conseils et tuyaux en matière de prévention et bien-être au travail.

Qu'avez-vous à y gagner?

- L'enrichissement apporté par le témoignage de conseillers en prévention issus d'autres secteurs et d'entreprises de taille différente. Une mixité des genres source d'une nouvelle vision sur vos problématiques quotidiennes
- La présence conjuguée de conseillers expérimentés et de jeunes conseillers offrant un regard neuf aux premiers et la richesse d'un bagage au second
- Un programme qui vous correspond car composé par les participants eux-mêmes
- L'obtention rapide de solutions, d'outils pratiques apportés par les membres de votre groupe
- La confiance dans votre prise de décision grâce à l'avis de vos pairs

FRÉDÉRIC HAEGEMAN, CONSEILLER EN PRÉVENTION CHEZ AGC GLASS EUROPE

« Alter Ego Sécurité c'est l'occasion d'échanger ses expériences avec des conseillers en prévention issus d'autres secteurs. Par rapport aux échanges dans un groupe comme AGC, Alter Ego est l'occasion de découvrir d'autres approches de la sécurité, de confronter des visions parfois différentes sur un même sujet, de partager des outils et de développer sa propre culture sécurité. »

JEAN-MARIE MARQUET, CONSEILLER EN PRÉVENTION CHEZ NMC

« Ce qui est intéressant, ce sont les interactions entre les participants, qui viennent pourtant de milieu de sécurité et de culture de société différents. Les sujets discutés sont en lien avec nos problèmes et nos vécus, contrairement à d'autres conférences auxquelles j'ai déjà assisté, dans lesquelles les sujets sont imposés et où l'on vient plus « acter » ce que dit l'orateur, même si ses dires ne sont pas toujours compatibles avec notre propre entreprise. Chacun repart toujours de la réunion avec une idée, un point qui l'intéresse plus particulièrement, et ceci grâce aux acquis et à l'expérience des autres membres du groupe. Je suis, par exemple, actuellement en train de revoir et d'adapter mes procédures d'ouverture de chantier, avec des analyses de risques plus complètes. »

OLIVIER TILMAN, CONSEILLER EN PRÉVENTION CHEZ COLONA

« Travaillant à temps partiel dans une petite société, les réunions Alter Ego me permettent, grâce aux conseils de personnes plus expérimentées et d'un échange d'idées, de discuter des problèmes que je rencontre au quotidien, d'y trouver des solutions en groupe et d'avoir un feedback sur les actions que je mets en place chez Colona. Ainsi, suite à un sujet discuté en réunion, j'ai pu responsabiliser les membres du personnel d'une manière différente et innovante, ce qui m'a permis d'avoir de très bons résultats sur le port des EPI (équipements de protection individuelles). »

Le coût de participation s'élève à 950 € HTVA (1.100 € non-membres) pour l'ensemble du cycle (10 réunions), et la participation au groupe est valorisable dans le cadre du recyclage obligatoire des Conseillers en prévention.

Des séances de présentation de ces groupes Alter Ego Sécurité, ainsi que du groupe Environnement et du futur groupe Qualité seront organisées les 4, 13 et 16 juin prochain. Pour toute information complémentaire, contactez Céline Kuetgens au 04/341.91.76 ou ck@cclilvn.be

Retrouvez la liste des entreprises déjà inscrites au programme sur : www.cclilvn.be/nos-produits/alter-ego



alter ego

FEDER



as.e



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

Jeudi 19 JUIN

de 14h à minuit

Pop-Up Factory

(lieu mystère, à 5 kms
de Liège-Ville...)



superpink.art.be

Chiffres clés

- 500 « Pop-Up Displays » (stands)
- 1.000 « Pop-Up Players » (exposants)
- 3.000 « Pop-Up Guests » (visiteurs)
- 8.000 m² de « Pop-Up Displays »
 - 50.000 m³ d'enthousiasme of « pure business »
- 12 « Pop-Up Business Lounge »
 - 1 bar à champagne
 - 4 « Pop-Up food corners »



Qu'est ce que Pop-Up ?

- Un événement de networking incisif et éphémère,
- 100 % « human to human », 100 % « pure business »
- Destiné à célébrer l'entrepreneuriat dans notre région
- Au travers d'une scénographie créative et d'un business model disruptif
- Offrant aux exposants une visibilité maxi pour un prix mini

Pop-Up, c'est la concrétisation d'un « business model » innovant, d'un paradigme sans concession basé sur le triangle d'or :

- High Quality
- Low Price
- Return On Investment

Les gros avantages du concept

- « Pop-Up displays » entièrement aménagés
- Zéro préparatif - Zéro stress - 100% confort
- Investissement temps limité (1/2 journée)
- Opportunités de contacts pléthoriques
- Prix écrasés, accessibles à toutes les bourses

Prix « Pop-Up Display » : 399 € (HTVA)

(Tarif valable pour toute réservation avant le 1^{er} mai. Au delà, le prix sera de 499€)

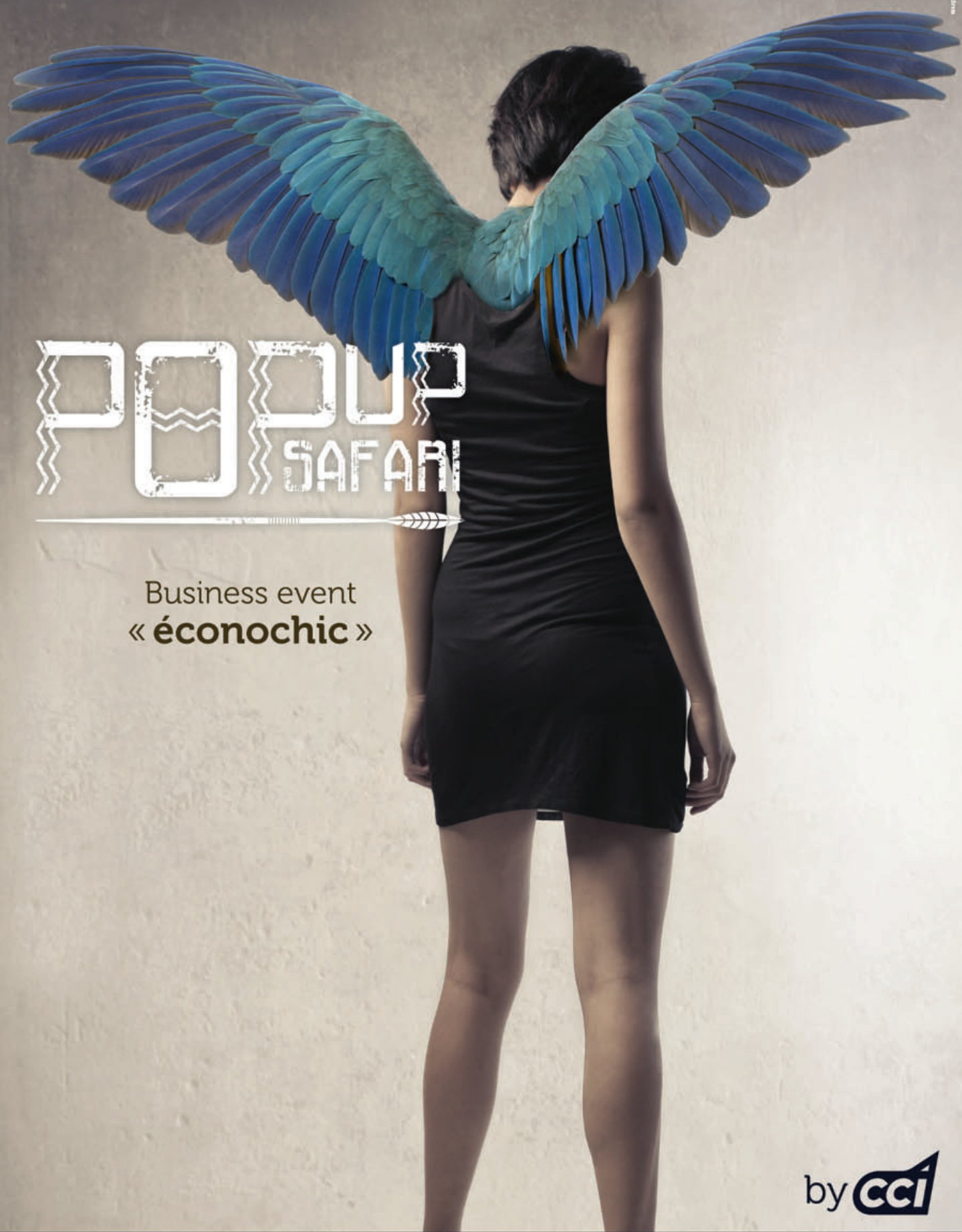
- Stand double cloisons
- 1 Pop-Up Desk
- 2 badges exposants (Pop-Up Players)
- 4 VIP pass (Pop-Up Guests)
- Full accès à l'appli mobile (liste des participants, catalogue, in-mails...)
- 1 page de présentation dans l'appli mobile
- 1 bouteille de champagne

Attention : seuls 500 « Pop-Up Displays »
sont disponibles (first come, first serve)



Infos et inscriptions :

www.ccilvn.be - Christophe Mausen (0496 55 92 52 - cm@ccilvn.be)



POPOU SAFARI

Business event
« **éconochic** »

by **CCI**

JEUDI 19 JUIN, de 14h à minuit

Pop-Up Factory
(lieu mystère, à 5 kms de Liège-Ville...)

ccilvn.be

MADE in AYWAILLE

24 FÉVRIER 2014 – MOBIC – CHÂTEAU DE HARZÉ

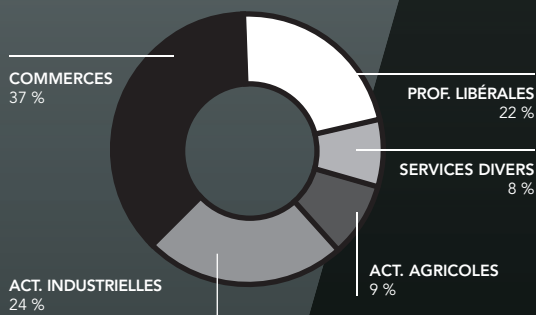
© STEPHAN KERFF

Au travers de son concept MADE IN, la CCI met chaque mois en lumière le potentiel économique d'une commune. Dans le cadre de ce concept évènementiel, la Chambre de Commerce était de passage à Aywaille ce 24 février.

Salon Batibouw oblige, la CCI avait voulu donner à cette soirée une dimension « construction ». Les acteurs de ce secteur implantés sur la commune d'Aywaille y ont ainsi été largement mis en lumière. Active dans la fabrication d'ossatures en bois, la société MOBIC avait ouvert ses portes aux 150 dirigeants d'entreprise et représentants du monde politique inscrits à l'évènement. D'autres sociétés issues du même secteur ont également été mises en avant au cours de la soirée qui s'est poursuivie dans les infrastructures du Château de Harzé.

AYWAILLE : LES CHIFFRES CLÉS

- Superficie (km²) : 80
- Nombre d'habitants : 11.460
- Nombre d'entreprises : 300
- Nombre de salariés : 2.722
- Nombre d'indépendants : 718



TAILLE DES ENTREPRISES	NOMBRE ENTREPRISES	NOMBRE DE TRAVAILLEURS
1 à 9 travailleurs	80,3%	26,2%
10 à 49 travailleurs	16,4%	34,6%
50 à 199 travailleurs	3,3%	39,2%
200 à 499 travailleurs	0%	0%
500 et +	0%	0%



LÉGENDE:

- 1 - 2** Visite de la société MOBIC avec Thierry Compère et Patrick Moutschen
- 3** Apéritif dans la magnifique salle des Comtes du Château d'Harzé
- 4** Alexandre Grosjean (Président de la CCI Liège-Verviers-Namur)
- 5** Jacques Lilien (Directeur du GREOA)
- 6** Philippe Dodrimont (Bourgmestre de la Commune d'Aywaille)
- 7 - 8** Séance académique mettant en avant le potentiel socio-économique d'Aywaille
- 9** Vincent Pissart (Balteau) et Pierre Henfling (Henry et Mersch)
- 10** Stephan Schleck (Rütten) et Samuel Bragard (Enersol)
- 11** Wim Meneve (Wycotec) et Pascal François (La Boîte à Com)
- 12** Aymeric Harmant (Etilux) et Benoît Fosseprez (Green Energy 4 Seasons)
- 13** Xavier Ehlen et Christian Gilbert (Échevins de la Commune d'Aywaille)
- 14** Damien Dessard (Dessard Cabinet d'Avocats) et Robert Dessard (Yvens Decroupet)
- 15** Françoise Lejeune (SPI)





RETROUVEZ LES VIDÉO-REPORTAGES CONSACRÉS À 4 FABRICANTS AQUALIENS SUR www.youtube.com/madeinccconnect



TVA: mode d'emploi

Du producteur au consommateur, la T.V.A. nous concerne tous. Omniprésente tant dans notre vie privée que professionnelle, cette législation en permanente évolution n'en demeure pas moins difficile à appréhender. Véritable spécialiste en la matière, Michel Ceulemans publie « *Apprendre la T.V.A.* », un guide didactique à placer entre toutes les mains...

CÉLINE LÉONARD

► CCIImag': Quelle est la philosophie de cet ouvrage?

M.C.: « Durant 15 années, j'ai été professeur à la Chambre belge des comptables et experts comptables où j'ai, notamment, dispensé un cours de TVA. Bien que ce livre ne se veuille pas la redite d'un cours, il affiche néanmoins une volonté didactique. Une personne ne connaissant rien à cette législation peut ainsi se lancer dans sa lecture. L'approche simple et progressive permet un survol complet de cette matière complexe. »

► CCIImag': A quel public se destine-t-il?

M.C.: « Le public visé est assez large. Le livre s'adresse en premier lieu aux étudiants, professeurs et professionnels du chiffre (comptable, expert-comptable, avocat fiscaliste...) Mais pas seulement. Dirigeants d'entreprise et directeurs financiers y trouveront aussi des informations éclairantes. »

► CCIImag': Comment se présente le livre?

M.C.: « La première partie consiste en une approche théorique : qui doit appliquer la TVA, quelles sont les opérations soumises, quelles sont les TVA déductibles... La deuxième partie plonge le lecteur dans les rouages de l'administration fiscale. Le déroulement d'un contrôle TVA y est notamment abordé. Enfin, en troisième partie, place aux exercices pratiques (accompagnés de leur solution). »

► CCIImag': Votre expérience de terrain vous a certainement inspiré pour ce dernier point...

M.C.: « En effet! Durant 42 ans, j'ai travaillé à l'administration de la T.V.A où je contrôlais les entreprises. Conjugué à mon expérience pédagogique et à celle de conférencier, ce bagage m'offre une vue assez complète du sujet. »

► CCIImag': La T.V.A. est une matière extrêmement vaste. Avez-vous la volonté d'être exhaustif?

M.C.: « C'est effectivement une législation très vaste. On peut donc être exhaustif... jusqu'à un certain point. L'essentiel de la matière s'y trouve mais tout n'est pas développé en profondeur. J'ai pour ce faire rédigé d'autres bouquins dans lesquels j'ai approfondi certains éléments (ndlr : *Le contrôle TVA, Maximisez vos déductions TVA, ASBL & TVA, Immobilier & TVA et plus récemment, TVA, assujetti or not assujetti ?*). »

► CCIImag': Il s'agit de la 11^e édition du livre. Quels sont les changements fondamentaux avec l'édition 2013?

M.C.: « Ils ont principalement trait aux changements entrés en vigueur ces derniers mois : le régime de la franchise, les déductions sur les biens d'investissement, les nouvelles règles de facturation, le passage à 21 % pour les honoraires d'avocats, notaires et huissiers... »

► CCIImag': Plancez-vous sur l'édition 2015?

M.C.: « C'est le législateur qui en décidera. Si une mise à jour s'avère nécessaire, nous la ferons. Pour rester une référence, ce livre doit coller avec l'actualité. »

► CCIImag': Selon vous, quel est en ce moment l'état d'esprit de l'administration T.V.A. vis-à-vis des entreprises?

M.C.: « De façon très générale, on peut constater que quand le Ministre en poste est libéral, elle est moins regardante. Aujourd'hui, la situation budgétaire l'incite à exercer une forte pression. C'est ainsi que l'on a vu le montant des amendes considérablement



Michel Ceulemans

Michel Ceulemans fut expert fiscal à l'administration de la T.V.A., professeur à la Chambre belge des comptables et experts comptables et membre de la Commission de Stage de l'I.P.C.F. Il est l'auteur de nombreuses publications fiscales

augmenter ces derniers temps. Il faut cependant être bien conscient que la TVA, bien plus que l'IPP, est influencée par l'Europe. La marge de manœuvre du législateur belge est de plus en plus restreinte. »

► CCIImag': Arriverons-nous un jour à un taux européen unique?

M.C.: « La situation est paradoxale. Bien que l'on tende vers une uniformisation législative toujours plus grande, nous n'arriverons pas à ce taux unique. Pourquoi? Il existe plusieurs facteurs. Le principal réside assurément dans le fait que chaque pays finance ses projets différemment. Prenons ainsi le cas du Danemark. Depuis 1992, le taux de TVA y est de 25 % pour tout. Un taux élevé, certes, mais la TVA finance la sécurité sociale et il n'existe pas de cotisations sociales. Comment les faire changer de système au nom d'une uniformisation européenne? »

« APPRENDRE LA T.V.A. ÉDITION 2014 »

Michel Ceulemans, Edipro, 304 pp., 39 €. www.edipro.eu

Faire avancer les choses, c'est toute la magie de l'énergie.

Demandez votre
offre personnalisée
au **03 270 68 79** ou
sur **www.essent.be**

Être le moteur silencieux de nombreuses entreprises, telle est la volonté d'**essent.be**. Pour obtenir la satisfaction de nos clients, nous garantissons un service optimal et des prix compétitifs. Vous vous concentrez sur votre entreprise, pendant que nous mettons toute notre énergie au service de votre ambition.

Pour que vous puissiez profiter de manière optimale du gaz et de l'électricité: c'est l'engagement d'**essent.be**.

Notre énergie. Une source de plaisir.

-essent.be 

Le meilleur, et rien
que le meilleur.



La Peugeot 308, élue Voiture de Leasing de l'Année 2014 !

Et chez Alphabet nous en avons la conviction, car nous ne laissons jamais rien au hasard. Chaque véhicule que nous conseillons, nous l'avons analysé au préalable sous toutes les coutures. Combien consomme-t-il ? N'émet-il pas trop de CO₂ ? Et qu'en est-il de la sécurité, de l'avantage de toute nature et de son coût total ? Aucune question ne restera sans réponse dans votre quête d'une solution de mobilité optimale.