

business

Wapi

AOÛT - SEPTEMBRE 2024 | BIMESTRIEL

BUREAU DE DÉPÔT : 7500 TOURNAI - N°D'AGRÈMENT : P911255 - EXPÉDITEUR : AKT CCI WALLONIE-PICARDE ASBL, RUE DU FOLLET 10/3, B-7540 KAIN

Portrait :
Vandecasteele :
La solution pour votre mobilité
au sens large !

AKT CCI
WALLONIE
PICARDE

WAP Invest

8008
MEN

ÉDITO

AKT CCI Wallonie picarde, Un Nouveau Souffle pour les Entreprises de la Région

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Wallonie picarde (CCI Wapi) prend un nouveau départ sous le nom d'AKT CCI Wallonie picarde. Ce changement de nom ne marque pas seulement une nouvelle identité visuelle mais représente un véritable changement de paradigme pour l'économie locale. En s'associant plus étroitement avec les autres Chambres de Commerce wallonnes et l'Union Wallonne des Entreprises (UWE), AKT CCI Wallonie picarde s'engage dans une dynamique de collaboration et d'innovation visant à renforcer la compétitivité des entreprises de la région.

La transformation en AKT CCI Wallonie picarde symbolise un tournant stratégique majeur en effet dans un monde des affaires en constante évolution, où les défis économiques, environnementaux et technologiques se multiplient, il est essentiel pour les organisations d'évoluer et de s'adapter. Le rapprochement entre les différentes CCI wallonnes et l'UWE traduit une volonté de créer un réseau plus fort, plus résilient et mieux à même de répondre aux besoins des entreprises.

L'unification des forces au sein de la CCI Wallonie picarde et à travers la Wallonie est également un signal fort adressé aux acteurs économiques : ensemble, nous sommes plus forts. Cette collaboration renforcée est un atout majeur pour attirer les investissements, stimuler la création d'emplois et soutenir les entreprises locales dans leur croissance, tout en favorisant une économie régionale plus durable et inclusive et ceci en restant proche de chacun de vous en Wallonie picarde, voilà notre volonté.

Yves Dekegeleer
Président
de la CCI Wapi

Sylvie Lericque
Directrice Générale
de la CCI Wapi



SOMMAIRE

ÇA S'EST PASSÉ EN WAPI 3-5



- **Wapitour ABMI & HD Square Engineering**
- **Wapifit : Le challenge sportif inter-entreprises qui fait bouger**

PORTRAIT 6-7



- Vandecasteele Nathalie & Christophe, 3^{ème} génération au volant du groupe Vandecasteele**

VIE DES ENTREPRISES 8-15



- **La Pichou**
- **Qonversio**
- **DAP Solidarity**
- **L'écosystème MC²**
- **Rex Panels**
- **Roger & Roger**
- **Tradeco**
- **Sensa Agency**

LE DOSSIER 16-17



- Perspectiv : Mettre en lumière les métiers en pénurie pour inspirer les jeunes**

ÇA S'EST PASSÉ EN WAPI

Wapitour ABMI & HD Square Engineering

Ce 5 septembre, les sociétés ABMI et HD Square Engineering organisaient leurs portes ouvertes, et invitaient par la même occasion les membres de la CCI Wapi à une visite d'entreprise. Un événement qui a remporté un franc succès au vu du nombre de participants qui ont pu découvrir les coulisses de ces 2 belles entreprises de la région.



La société ABMI, forte de ses 15 ans d'expérience dans la fabrication d'engrenages et de pièces mécaniques, s'impose aujourd'hui comme un acteur de premier plan dans son secteur. Avec une réputation solidement établie, elle contribue à améliorer l'efficacité des processus de production de ses partenaires, en leur offrant des solutions sur mesure adaptées à leurs besoins spécifiques.

Guidée par une mission claire, ABMI met un point d'honneur à garantir la satisfaction de ses clients grâce à des produits de haute qualité, combinés à un service réactif et flexible. Sous la direction d'Alain Buyse, son fondateur passionné, l'entreprise connaît une croissance continue, ce qui la place parmi les dernières sociétés spécialisées dans les engrenages en Belgique. Avec cette dynamique positive, Alain Buyse invite avec enthousiasme les

entrepreneurs locaux à découvrir son entreprise et à envisager de nouvelles collaborations dans un esprit de partage et de développement mutuel.

Nous ne pouvons clôturer cet article sans mettre en avant HD Square Engineering, spécialisée dans l'automatisation industrielle et la construction de machines sur mesure, pour cet accueil en grande pompe au sein de leurs installations !





Wapifit : Le Challenge Sportif Inter-Entreprises qui fait bouger !

La CCI Wapi, en partenariat avec Axa et Mensura, a lancé avec succès le premier challenge sportif inter-entreprises : Wapifit. Cet événement innovant visait à encourager les collaborateurs à adopter un mode de vie plus actif.

Pour cette première édition, un programme varié de cinq activités sportives a été proposé, offrant à chacun la possibilité de se dépasser dans un cadre convivial. Parmi ces activités figuraient des tournois de padel, une balade à vélo et une course à pied pour clôturer le challenge.

Les festivités ont débuté le jeudi 6 juin avec un tournoi de padel au complexe de padel de Vaulx, attirant un grand nombre de participants motivés.

Le challenge Wapifit n'était pas seulement une occasion de se dépenser physiquement et de nouer des contacts professionnels. Il offrait également une récompense exceptionnelle : les deux premiers du classement individuel gagnaient l'opportunité de participer aux épreuves d'athlétisme de Nafissatou Thiam se déroulant au Stade de France à Paris dans le cadre des Jeux Olympiques. Une reconnaissance prestigieuse pour les efforts déployés durant ces

deux semaines de compétition et un cadeau inestimable pour les passionnés de sport.



Chez Axa, comment la santé s'intègre-t-elle dans la stratégie d'entreprise ?

Marie-Pierre Liénart, Employee Benefits Senior Consultant : Axa et la santé, ça va de pair ! Chez Axa, la santé est au cœur de notre stratégie d'entreprise. Cela reflète notre engagement profond envers le bien-être physique et mental de nos assurés. Nous avons élaboré une approche intégrée qui combine hospitalisation, soins ambulatoires et prévention, tout en développant des outils innovants pour accompagner nos clients dans la gestion de leur santé.

Quels outils innovants avez-vous mis en place pour aider vos clients à gérer leur santé ?

MPL : Nous proposons plusieurs outils pour cela. Par exemple, Doctors Online est un service de consultation en ligne qui ne remplace pas le médecin de famille, mais

Comment Axa promeut-elle le sport et le bien-être parmi ses assurés ?

MPL : Nous reconnaissons l'importance du sport pour maintenir un équilibre physique et psychologique optimal. Avec la tendance vers la sédentarité et les mauvaises habitudes alimentaires, nous encourageons les activités physiques comme élément essentiel du bien-être général. Le sport est crucial non seulement pour la santé physique, mais aussi pour la gestion du stress et la prévention des problèmes de santé mentale. Pour soutenir cela, nous offrons des réductions pour les abonnements aux salles de sport et des programmes de nutrition via My Axa Healthcare Fidelity.

Pouvez-vous nous parler de votre stratégie de santé ?

MPL : Nous avons fait le choix stratégique de placer la santé au centre de notre offre, en mettant en avant des solutions variées pour couvrir l'hospitalisation et les soins ambulatoires. Depuis la pandémie de Covid-19, il y a eu une prise de conscience accrue de l'importance de la santé, ce qui a conduit à un développement substantiel des garanties en soins ambulatoires. Cela inclut des consultations en optique, dentaire, médicales et paramédicales visant à offrir une couverture complète à nos assurés.

qui peut être utilisé en cas d'urgence relative ou lors de déplacements à l'étranger. Il y a aussi Doctors Online Psy, pour des consultations en ligne avec un psy afin de faire face à des difficultés momentanées. Doctena aide nos clients à trouver facilement un rendez-vous avec un spécialiste dans leur région. Nous offrons également Symptoms

Que fait Axa pour soutenir la santé des employés dans les entreprises ?

MPL : Nous travaillons en étroite collaboration avec les entreprises pour intégrer des programmes de santé au sein des environnements de travail. La présence de mesures préventives, telles que des programmes de sport et des consultations régulières, est essentielle pour réduire l'absentéisme lié à des problèmes de santé, y compris le burnout et les blessures.



Zoom, un outil interactif permettant de rentrer des critères de santé pour obtenir des conseils personnalisés, et Second Opinion pour obtenir un deuxième avis médical sur des pathologies spécifiques. Enfin, AssurPharma facilite le remboursement direct des achats en pharmacie.

Quels sont les défis futurs pour Axa en matière de santé ?

MPL : Nous anticipons deux grands défis pour l'avenir : le dérèglement climatique et la santé mentale. Le changement climatique pose des problèmes complexes pour l'indemnisation des sinistres liés aux catastrophes naturelles. En parallèle, la santé mentale devient une priorité croissante avec l'augmentation des addictions, comme celles à l'alcool et aux écrans, qui contribuent à la sédentarité et aux problèmes de santé mentale. Pour relever ces défis, nous continuons de développer nos offres en collaboration avec des partenaires, spécialistes en médecine du travail et en programmes de prévention.

PORTRAIT

Vandecasteele



Nathalie & Christophe, 3^{ème} génération au volant du groupe Vandecasteele

Le groupe Vandecasteele est une entreprise familiale qui s'est construite sur trois générations. Tout a commencé avec Roger Vandecasteele et son épouse Jeanneke, qui tenaient un garage de camions et faisaient du transport pour l'entreprise Koramik à Aalbeke (Mouscron). En 1967, l'importateur Peugeot, cherchant un repreneur pour son agence à Mouscron, s'est adressé à Roger Vandecasteele dont les fils, Noël et Bernard, venaient tout juste de terminer leurs études de mécanique à Mouscron. À l'âge de 18 et 19 ans, ils se sont lancés dans l'aventure Peugeot avec leur père.

Les origines familiales

Le démarrage fut prometteur. En 1969, l'agence Peugeot à Tournai était à reprendre, et l'importateur a de nouveau sollicité la famille Vandecasteele. Bernard et Annie, les parents de Nathalie Vandecasteele viennent alors s'installer à Tournai, tandis que Noël s'occupe de Mouscron.

Au vu des résultats positifs tant en ventes qu'en qualité de service, l'importateur a proposé la reprise de la concession de Courtrai, consolidant leur présence dans la région de Flandre occidentale. L'expansion ne s'arrête pas là. En 1987, les 2 frères s'associent avec l'ancien agent Peugeot, Jacques Caufriez, pour la région d'Ath afin d'y implanter une concession et ainsi y renforcer la part de marché de la marque. Ils compléteront leur présence en Wallonie picarde avec une 5^e concession sur Péruwelz dès 1996.



Une femme parmi les hommes !

Une fois diplômée en ingénierie commerciale en septembre 1995, Nathalie rejoint l'entreprise familiale et s'investit à fond dans cette nouvelle concession sur Péruwelz. « C'était une chance, pour moi, de pouvoir démarrer cette concession avec juste 3 personnes expérimentées à l'atelier car ils m'ont appris les bases de mécanique mais surtout, j'ai dû apprendre tous les autres

métiers, de la vente de véhicules, à la réception et commande de pièces de rechange... Cela m'aide aujourd'hui encore à pouvoir correctement valoriser le travail de chacun de nos collaborateurs »

Bien qu'évoluant dans un domaine plutôt masculin, Nathalie a rapidement trouvé sa place. Sa détermination et son leadership ont rapidement mené à une expansion de l'équipe, qui est passée de 3 à 10 personnes en moins de 2 ans.

La diversification nécessaire pour garder le cap dans la tourmente du secteur automobile

Le groupe Vandecasteele n'a cessé de s'adapter et de se diversifier pour faire face aux défis du marché automobile. « Mon père Bernard et son frère Noël ont été visionnaires en créant une zone de chalandise large et cohérente pour consolider notre présence tant en Wallonie picarde qu'en Flandre Occidentale. Il y a 30 ans déjà, ils ont également créé notre label Occasions VDC CAR, qui fait de nous le leader expérimenté en occasions toutes

marques de qualité dans notre région. Nos parents s'occupent encore quotidiennement de notre société de leasing Vancia Car lease qu'ils ont fondé parallèlement aux concessions, en louant quelques Peugeot pour les commerciaux de nos clients Fleet il y a plus de 35 ans. Aujourd'hui, nous avons plus de 12.000 véhicules toutes marques qui roulent partout en Belgique et dans le nord de la France» nous explique Nathalie. « Afin de pérenniser notre entreprise familiale, dans un environnement automobile sous pression tant au niveau des volumes qu'au niveau financier, nous avons optés pour une stratégie de diversification. » En 2011, ensemble avec son cousin

Christophe Vandecasteele, ils prennent la direction du groupe familial, et renforcent encore leur stratégie avec l'engagement de Filip Desutter, notre CEO expérimenté qui les aide à gérer cette diversification. Avec l'évolution du constructeur PSA et l'alliance avec le constructeur italien FCA, le groupe Vandecasteele a profité de différentes opportunités pour diversifier ses marques et ainsi proposer au sein de ses concessions Peugeot existantes les marques Citroën, DS, Opel, Fiat, Abarth, Jeep et Alfa Romeo, permettant aux clients un choix plus vaste de modèles tout en maintenant un service de qualité tout en maintenant un service de haute qualité.

Emergence de nouvelles marques

Le groupe Vandecasteele a toujours su rester à la pointe de l'innovation et à l'écoute de ses clients. « Nous avons besoin de trouver une réponse pour nos clients Fleet à un moment où notre constructeur historique proposait trop peu de technologie électrique convaincante ». Depuis un an et demi, ils ont accéléré la transition énergétique en introduisant des marques chinoises de voitures électriques et hybrides, comme BYD (Build Your Dreams), MG et bientôt Leap Motor permettant un accès plus abordable à des technologies de pointe tant pour les particuliers que pour les entreprises. En plus de ces nouvelles marques, le groupe vient de reprendre la concession Hyundai Bruno Mercier, institution de qualité à Tournai et bien au-delà avec une marque en pleine croissance.

Bien plus qu'un garage, Vandecasteele c'est un vrai partenaire Mobilité pour le futur

L'avenir de Vandecasteele est rempli de promesses. Conscient des changements dans la mobilité, le groupe a élargi son offre pour inclure différentes solutions de mobilité telles que Vancia Car Lease proposant aux sociétés le leasing toutes marques, le Private leasing des différentes marques en concessions, la location de véhicules utilitaires ou mini bus à petit prix et courte durée via VDC Rent, un très large choix d'occasions toutes marques avec garantie et service VDC CAR digne d'un véhicule neuf, et enfin l'achat ou le leasing de vélos et scooters électriques.

Leur premier magasin "Hello Vélo" a ouvert en 2022 à Courtrai. Vu le succès, un deuxième magasin ouvre pour mi-septembre à côté de la concession à Ramegnies-Chin, offrant une belle gamme de marques de vélos électriques et proposant le

leasing vélo pour les entreprises.

Au cœur du succès de Vandecasteele se trouve une culture d'entreprise profondément enracinée dans les valeurs familiales. « Malgré la croissance et les défis, nous nous efforçons à donner à tous nos clients un service de qualité en travaillant avec nos collaborateurs sur le terrain, dans une ambiance familiale et en valorisant leur bien-être. La durabilité, qu'elle soit écologique ou sociale, est au cœur de nos préoccupations, reflétant notre engagement à laisser un héritage positif pour les générations futures » nous relate Nathalie Vandecasteele.

La concession Vandecasteele est bien plus qu'un simple concessionnaire automobile. C'est une histoire de passion, de persévérance, de professionnalisme et d'innovation continue, une entreprise qui a à cœur d'honorer la satisfaction de tous ses clients malgré la révolution tourmentée que le secteur automobile connaît actuellement.

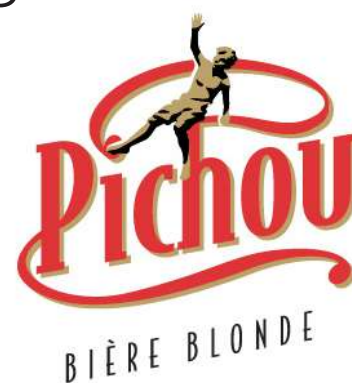


La Pichou: Une nouvelle bière tournaisienne

Dans le panorama effervescent de la culture brassicole de la région, une nouvelle étoile vient de naître à Tournai, prête à étancher la soif de nouveauté tout en rendant hommage aux traditions locales. Baptisée "La Pichou", cette bière blonde de haute fermentation enrichit le paysage gustatif tout en étant profondément ancrée dans les valeurs de partage et de fierté régionale. Derrière cette initiative se trouve Jérôme Segers, un entrepreneur tournaisien dont le parcours et les aspirations reflètent l'esprit de cette création.

Une Bière avec un Message

La Pichou est bien plus qu'une simple bière. C'est un hommage aux gens qui ont façonné la culture et les arts de Tournai. Blonde, non-filtrée et refermentée en bouteille, La Pichou se distingue par sa qualité et son caractère, reflet des traditions brassicoles locales et de l'innovation. Mais au-delà de sa composition, c'est l'histoire derrière la bière qui interpelle.



Jérôme Segers: Un Brasseur avec une Mission

Jérôme Segers n'est pas qu'un brasseur; c'est un entrepreneur avec une mission. Ayant choisi de rendre hommage à Tournai à travers sa passion pour la brasserie, Jérôme incarne les valeurs de la ville : un attachement profond à notre région et une volonté de tisser des liens et de célébrer l'identité tournaisienne.

La Culture et le Folklore Tournaisien à l'Honneur

Tournai, avec son riche patrimoine et son folklore unique, est au cœur de ce projet. La Pichou n'est pas seulement une bière ; c'est un symbole du folklore tournaisien, une célébration liquide de son histoire, de sa culture et de ses gens. En choisissant un nom évocateur à Tournai, Jérôme Segers fait résonner l'âme de ces gens à travers chaque gorgée.

La Pichou ne se limite pas à enrichir le paysage brassicole; elle incarne une approche novatrice de l'entrepreneuriat. À travers ce projet, Jérôme Segers démontre que la réussite commerciale et la valorisation du patrimoine peuvent se renforcer mutuellement, offrant un modèle d'affaires durable et responsable. L'initiative souligne l'importance de s'enraciner dans le tissu local, une stratégie qui non seulement augmente la valeur de la marque mais tisse également des liens durables avec les consommateurs. Pour les amateurs de bière et les passionnés de culture, La Pichou est une invitation à découvrir et à célébrer l'essence même de Tournai.



Qonversio : Une nouvelle identité, pour de meilleures conversions

Depuis sa création en 2019, la société s'est distinguée dans le domaine de la communication et du marketing digital, aidant les entreprises à développer leur activité grâce à des stratégies numériques efficaces. Initialement connue sous un autre nom (prism video) l'entreprise a entrepris un rebranding complet pour mieux refléter son évolution et sa gamme de services diversifiée.

Pourquoi un changement de nom ?

Avec la croissance de Qonversio et l'élargissement de ses services, il est devenu évident que l'image de marque originale ne correspondait plus à sa mission et à son positionnement sur le marché. La décision de changer de nom a été prise au milieu de l'année dernière, marquant un tournant pour l'entreprise. L'objectif était de créer une identité de marque qui incarne pleinement l'offre et l'expertise de Qonversio en matière de stratégie de marque, d'acquisition client, et de production numérique.

Un processus de rebranding entièrement internalisé

Le changement de nom, de logo, et le rebranding complet ont été réalisés en interne, démontrant les compétences et l'expertise de l'équipe de Qonversio. Cette approche a permis à l'équipe de traiter ce projet comme un véritable projet client, partageant chaque

étape du processus en public. Cette transparence, souvent appelée « build in public », permet non seulement de montrer ce que Qonversio est capable de faire, mais aussi d'illustrer sa méthodologie de travail de A à Z.

Une nouvelle vision présentée lors d'un événement « Reveal »

Pour marquer ce changement d'identité, Qonversio a organisé un événement « Reveal », rassemblant près de 60 participants, incluant des clients et des partenaires. Cet événement a permis de partager la nouvelle vision de l'entreprise et de présenter sa nouvelle identité. L'occasion a également été saisie pour dévoiler la nouvelle approche de travail, centrée sur une stratégie orientée business et une promesse de retour sur investissement mesurable.



Un engagement pour des résultats mesurables

Qonversio propose un accompagnement sur mesure de 6 à 12 mois, axé sur trois piliers essentiels : la stratégie de marque, l'acquisition de clients via la publicité digitale et la production de contenu numérique, tels que des sites internet, des vidéos, la gestion des réseaux sociaux et des logos. L'approche unique de Qonversio se distingue par son orientation vers les résultats commerciaux, visant à garantir que chaque euro investi par ses clients génère un retour sur investissement significatif, estimé à 2 à 3 fois le montant déboursé.

Les services de Qonversio sont adaptés aussi bien aux petites entreprises en démarrage ou en expansion sur de nouveaux marchés, qu'aux grandes entreprises qui ont besoin d'une équipe de production spécialisée pour compléter leurs efforts de marketing.

La marque met un point d'honneur à développer des outils numériques de pointe qui permettent à ses clients de mesurer précisément leur retour sur investissement. Cet engagement envers la transparence et la performance se traduit par une volonté de créer des relations durables avec ses clients, avec la possibilité de prolonger l'accompagnement au-delà de la période initiale de 6 à 12 mois.

Prix Caius de la Culture

Prométhéa

DAP Solidarity remporte le prestigieux Prix Caius de la Culture

DAP – Courtier en Assurances et Crédits a récemment été honoré par le Prix Caius de la Culture, décerné par Prométhéa, pour son initiative innovante et solidaire : DAP Solidarity. Ce produit d'assurance, lancé l'an dernier, se distingue par son engagement envers le secteur associatif et culturel, une première dans le domaine des assurances en Belgique.

DAP Solidarity se présente comme une assurance solidaire, conçue pour soutenir activement les organisations à but non lucratif (ONG, Coopératives, ASBL, fonds à impact). En effet, 10 % des bénéfices réalisés sur chaque contrat d'assurance sont directement reversés à des associations partenaires, permettant ainsi de financer divers projets associatifs. Actuellement, DAP Solidarity assure près de **2 000 ASBL**, offrant une couverture adaptée tout en soutenant financièrement ces structures essentielles à la vie communautaire.

Un système de cash-back pour les projets associatifs

Au-delà du simple reversement de fonds, DAP Solidarity innove avec un système de cash-back, où une partie des bénéfices est systématiquement allouée à des projets associatifs. Ce mécanisme permet de financer des initiatives durables et locales afin de promouvoir des projets ayant un impact social significatif. Cette approche résonne particulièrement bien dans le contexte actuel, où les entreprises cherchent à aligner leurs opérations avec des valeurs de responsabilité sociale (RSE) et de durabilité.

Au-delà des chiffres : Un engagement humain

Le succès de DAP Solidarity ne repose pas uniquement sur des chiffres et des statistiques, mais sur un engagement humain fort, un aspect que DAP met au cœur de ses opérations. L'initiative ne se contente pas de soutenir financièrement les associations ; elle incarne les valeurs fondamentales de la solidarité et de l'entraide. DAP, entreprise familiale, met un point d'honneur à « aider les gens autour de nous », une philosophie qui a fortement contribué à son succès et à la reconnaissance par le Prix Caius de la Culture de Prométhéa.

Wapithea : Une nouvelle initiative prometteuse

En plus de DAP Solidarity, DAP s'associe à d'autres entreprises à travers l'initiative Wapithea, créée par Prométhéa ASBL. Wapithea vise à soutenir des projets locaux tels que VisitWapi Totemus, une balade interactive au fil de l'eau en partenariat avec l'Office de Tourisme, disponible toute l'année. Ce projet pédagogique est destiné aux écoles et aux riverains, offrant une manière innovante et

éducative de découvrir la région. Des entreprises comme Dherte, Ethias, et Atelier 2F participent à cette initiative, démontrant un fort engagement communautaire et une volonté de contribuer au bien-être social et culturel.

Une entreprise aux valeurs fortes

Avec 10 agences à travers la Wallonie et Bruxelles et un effectif de 102 collaborateurs, DAP se distingue par son approche axée sur la confiance, l'autonomie et le bien-être de ses employés. L'entreprise prône l'harmonisation et l'adhésion à la culture d'entreprise, sans contrôle strict des horaires et avec des avantages tels que des budgets de formation, des activités de teambuilding et des séminaires offerts à l'étranger. DAP prône une philosophie de liberté et de confiance, considérant que cette approche contribue directement à l'efficacité et au bien-être au travail pour in fine un meilleur conseil client.

« Il suffit d'un client solidaire, d'un courtier visionnaire pour créer un monde exemplaire »

Christophe Degauquier.

L'écosystème MC² à Tournai, nouveau pôle de référence wallon de la décarbonation du secteur de la terre et de la pierre

L'industrie minière est fortement ancrée dans l'histoire et le paysage industriel de la Wallonie, et de l'arrondissement de Tournai en particulier. Avec près de 5.000 emplois directs et 10.000 emplois indirects à l'échelle wallonne, cette activité est un maillon crucial pour d'autres secteurs tels que la construction, l'industrie chimique ou encore le secteur verrier. Sa pérennisation est un enjeu important pour le territoire.

Grands pourvoyeurs d'emploi, les cimenteries, briqueteries et carrières sont toutefois confrontées à deux défis d'envergure : l'épuisement programmé des ressources naturelles et la réduction de ses émissions de CO₂. Les leviers pour décarboner la production de ciment visent à capturer le CO₂ ou à réduire la quantité émise en utilisant des alternatives au calcaire et au clinker dans la composition du ciment. Le potentiel de décarbonation des briqueteries se situe essentiellement au niveau des étapes de séchage et de cuisson, avec plus de 75 % émissions de gaz à effet de serre (GES) provenant de la combustion du gaz naturel utilisé dans ces étapes du process.

Parallèlement, l'industrie du recyclage des ressources minérales qui représente aujourd'hui pas moins de 2.000 emplois directs et 3.000 emplois indirects en Wallonie, doit surmonter les difficultés d'une meilleure valorisation des matières premières secondaires créées et faire face à la suppression progressive des centres d'enfouissement qui met les filières de recyclage sous pression. Une synergie entre ces deux grands secteurs d'activités wallons dont les besoins technologiques sont proches



et les enjeux complémentaires, doit garantir leur avenir : la circularité des matériaux et la décarbonation des process permettront de créer de la croissance et de l'emploi tout en rencontrant les objectifs régionaux et européens de réduction des GES.

Dans l'arrondissement de Tournai, cette synergie se concrétise par l'écosystème MC² - Mineral Circular Center, nouveau pôle de référence wallon de la décarbonation du secteur de la terre et de la pierre, porté par IDETA et le CTP. Dédié à la circularité des matières minérales et à la mise en place de nouvelles filières de valorisation, il réunira le CTP, les entreprises CCB, Heidelberg Materials, Ploegsteert et Engie, les universités UCLouvain, UMONS, ULB et ULIège, IDETA et les acteurs publics Remind Wallonia et Tradecowall, autour d'un objectif ambitieux de création d'emploi et de valeur ajoutée, mais aussi de décarbonation de l'arrondissement de Tournai et de la Wallonie.

Articulé autour d'un comité de pilotage, d'une cellule scientifique et d'une cellule développement, l'écosystème MC² favorisera la création de matériaux circulaires et innovants

; il mettra en place de nouvelles filières de valorisation des produits en conservant au maximum la valeur ajoutée sur le territoire selon le principe des circuits courts. Une stratégie de soutien à l'innovation impliquera les acteurs industriels de l'ensemble de la chaîne de valeur qui développeront la demande pour les produits et services issus de ces filières.

L'écosystème MC² s'inscrit dans la stratégie Cleantech de la Wallonie dont l'objectif est de relever les défis industriels et de mettre en place une économie plus durable et plus résiliente ; il s'ajoute aux trois hubs Cleantech déjà en place, à savoir Liège Cap 2030, District Cleantech à Charleroi et Heart for Cleantech pour le Coeur du Hainaut. Il bénéficie du soutien de la Wallonie et l'Union européenne dans le cadre du Fonds de Transition Juste. Les subsides permettront de financer les projets de recherche coordonnés par le CTP avec les universités et de reconvertir l'ancien site industriel des Ateliers Louis Carton qui hébergera MC² et les startups qui émergeront du partage d'expertises au sein de l'écosystème.

Rex Panels, le monde en grand sur le marché des panneaux isolants



Fondée en 2012 par Michel Verchelst, Rex Panels a rapidement évolué pour devenir un acteur majeur dans la fabrication de panneaux sandwichs avec isolation. Depuis ses débuts modestes, l'entreprise a connu une expansion significative, marquée par l'ajout de nouvelles lignes de production et l'ouverture de nouveaux sites. Aujourd'hui, avec l'acquisition par Recticel en 2023, Rex Panels s'apprête à franchir une nouvelle étape dans son développement.

Des débuts prometteurs à une expansion rapide

En 2015, Rex Panels a introduit sa première gamme de panneaux sandwichs avec isolation, répondant à une demande croissante pour des solutions d'isolation efficaces et durables. Ce produit a immédiatement rencontré un grand succès, ce qui a conduit à l'ouverture d'une deuxième ligne de production en 2019, suivie d'un deuxième site. Cette expansion rapide témoigne de la vision de l'entreprise et de sa capacité à s'adapter aux besoins du marché.

L'acquisition par Recticel : Une nouvelle ère de croissance

Fin 2023 marque une période de transition pour Rex Panels avec son acquisition par le géant de l'isolation, Recticel. Ce rachat promet d'apporter des changements significatifs dès mai-juin 2024, notamment en matière d'uniformité des processus et des standards de production. Cette

intégration offre à Rex Panels des opportunités de croissance accrues, notamment grâce à des synergies avec Recticel dans le développement de nouveaux produits et l'accès à de nouveaux marchés internationaux, notamment au Royaume-Uni et en Irlande.

Un nouvel horizon avec un troisième site de production

L'année 2023 a également vu le lancement de la construction d'un troisième site de production à Tournai Ouest 3, adjacent à Europal. Ce site abritera une quatrième ligne de production de panneaux sandwichs automatisée, représentant un investissement de plusieurs millions d'euros. Cet investissement vise à optimiser la production et à répondre à la demande croissante pour une gamme élargie de produits, y compris des panneaux de toiture à ondulations variées et des solutions de bardage.

Innovation et diversification des produits

Rex Panels a toujours mis l'accent sur l'innovation pour répondre aux besoins diversifiés de ses clients. Avec l'introduction de la ligne Steeldeck, l'entreprise souhaite offrir une solution complète en étant le fournisseur unique pour les besoins de bardage et de toiture ainsi que tous les accessoires : visserie, pliage, ... Cette ligne est spécialement conçue pour des applications de sous-isolation, permettant l'ajout de panneaux

photovoltaïques, ce qui répond à une demande croissante pour des solutions énergétiques durables.

La qualité comme cheval de bataille

Pour garantir une qualité irréprochable, Rex Panels a investi dans de nouveaux postes dédiés à la production de qualité, au contrôle qualité entrant et sortant, ainsi qu'au support technique. L'entreprise met également un point d'honneur à la formation continue de ses employés pour s'assurer que les produits finis répondent aux plus hauts standards de qualité. Avec plus de 103 collaborateurs actuellement et 25 postes vacants pour le nouveau site, Rex Panels continue d'investir dans ses ressources humaines, essentielles à sa croissance.

L'avenir de Rex Panels est prometteur, avec un objectif ambitieux de tripler son chiffre d'affaires au cours des six prochaines années. Pour atteindre cet objectif, l'entreprise continue d'investir dans la qualité, l'innovation et l'expansion de ses capacités de production. Avec l'appui de Recticel, Rex Panels est bien positionnée pour conquérir de nouveaux marchés et renforcer sa présence en Belgique, aux Pays-Bas, en Allemagne, ainsi qu'outre-mer au Royaume-Uni et en Irlande.

En célébrant plus d'une décennie d'innovation et de croissance, Rex Panels reste déterminée à fournir des solutions d'isolation de haute qualité tout en maintenant son engagement envers ses employés et la communauté locale.

25 ans, a famous celebration pour Roger & Roger

L'entreprise agro-alimentaire Roger & Roger a récemment franchi une étape majeure : 25 ans d'existence. Ce quart de siècle a été marqué par des réussites impressionnantes, des innovations et une expansion continue. Pour célébrer cet événement important, Roger & Roger a organisé une soirée festive qui a rassemblé plus de 600 participants, mettant en lumière les partenaires essentiels qui ont contribué à son succès, parmi lesquels des agriculteurs, des représentants de la commune, des clients, des fournisseurs et bien sûr, ses collaborateurs.



Retour sur l'histoire de Roger & Roger

L'aventure de Roger & Roger débute à Mouscron en 1999, un emplacement stratégique au cœur d'une région fortement ancrée dans l'agro-alimentaire. Un an plus tard, la production démarre, et en 2004, l'entreprise marque un tournant majeur en rachetant la marque Crocky, redonnant ainsi à cette marque emblématique de chips son statut de marque belge.

L'innovation ne s'arrête pas là : en 2012, Roger & Roger développe sa première ligne de tortillas, et en 2013, elle inaugure un entrepôt entièrement automatisé capable de stocker 6 000 palettes par jour. Aujourd'hui, Roger & Roger emploie 450 personnes et génère un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros, avec une production impressionnante de 2 millions de paquets de snacks par jour.



Crocky : Un succès retentissant

Selon Wim Gallet, Chief Crocky Officer, l'histoire de la marque Crocky a déjà commencé en 1966 à Nieuwkerke, à quelques kilomètres de Mouscron. Symbole de la marque, le célèbre perroquet de Crocky est inspiré d'un véritable perroquet appartenant au fondateur. Depuis que Roger & Roger a acquis Crocky en 2004, l'entreprise n'a cessé d'investir dans l'amélioration des arômes, l'élargissement de la gamme de produits et le marketing, ce qui a permis à Crocky de devenir la deuxième marque de snacks salés les plus vendues dans le BeNeLux. Chaque semaine, 1,5 million de paquets de chips Crocky trouvent leur chemin vers les foyers européens, et la marque continue de croître en popularité, avec une notoriété atteignant 95%.

Adaptation aux enjeux climatiques et engagement local

Face aux défis climatiques actuels, Roger & Roger met un point d'honneur à collaborer étroitement avec les producteurs de pommes de terre locaux, situés pour la plupart dans un rayon de 120 kilomètres autour de l'usine. Cette proximité et le suivi des producteurs permet à l'entreprise de garantir une qualité optimale et de s'adapter rapidement aux changements. En utilisant des variétés de pommes de terre moins exigeantes en fertilisation et plus résistantes aux maladies l'entreprise se munie contre les enjeux climatiques et écologiques du futur.

Une entreprise ancrée dans la communauté

Roger & Roger est l'un des principaux employeurs de Mouscron, avec 450 collaborateurs, dont 85% vivent à moins de 15 kilomètres de l'usine. L'entreprise valorise la fidélité de ses employés : environ 150 collaborateurs sont présents depuis plus de 15 ans, et une soixantaine ont vécu les débuts de l'entreprise. Cette longévité s'explique par une culture d'entreprise inclusive, symbolisée par la plateforme interne « Meet Roger », qui facilite la communication et l'intégration des employés.

Un avenir tourné vers la durabilité

En matière de durabilité, Roger & Roger ne se contente pas de suivre les tendances, elle les devance. L'entreprise pourrait devenir la première en Wallonie à obtenir la certification UNITAR en tant que SDG Pioneer dès le second semestre de l'année. De plus, Roger & Roger prévoit l'ouverture d'un nouvel entrepôt quasi automatisé et de nouveaux bureaux, conçus pour maximiser l'efficacité énergétique et respecter les principes de la biodiversité. Ces 25 années ne sont qu'un début pour cette entreprise familiale, qui continue de viser l'excellence et l'innovation dans chaque aspect de ses activités. Avec des projets ambitieux et une vision tournée vers l'avenir, Roger & Roger est prête à affronter les défis des années à venir tout en restant « A famous name in snacks ».





Tradeco célèbre ses 30 ans à Tournai Xpo!

En 1994, Bernard et Bertrand Losfeld, père et fils, se lançaient dans une aventure entrepreneuriale qui allait marquer l'histoire de la construction de la région. Avec leur premier collaborateur, ils fondaient Tradeco, une entreprise générale de construction qui allait se développer et se diversifier pour devenir un acteur majeur dans son secteur. Trente ans plus tard, Tradeco est une entreprise de classe 8, réalisant un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros et employant plus de 250 collaborateurs.

Une croissance impressionnante

Très rapidement, Tradeco a su trouver sa place sur le marché, avec une expertise reconnue dans le secteur public, qui représente aujourd'hui 85 % de son activité. L'entreprise ne s'est pas arrêtée là et s'est aussi aventurée dans la promotion immobilière sous le département Green City, à travers des projets comme Central Park, O'ESCAUT ainsi que dans des secteurs spécialisés avec les filiales Tradeco Steel et Tradeco Wood.

Thersa, l'expansion vers les techniques spéciales

Dix ans après la création de Tradeco, la société Thersa est venue enrichir le groupe en se spécialisant dans les techniques spéciales, initialement dans les domaines du HVAC et des installations sanitaires. Depuis un an, Thersa a également intégré l'électricité générale dans son offre, répondant ainsi aux besoins croissants de ses clients, notamment dans l'industrie. Aujourd'hui, Thersa réalise un chiffre d'affaires de 30 millions d'euros, contribuant à la croissance globale du groupe Tradeco.

Une entreprise qui marque son empreinte

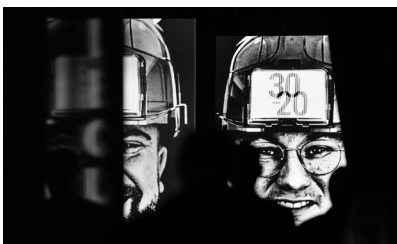
Le succès de Tradeco repose sur sa capacité à s'adapter aux besoins du marché et à répondre aux exigences

de ses clients. L'entreprise a su se positionner comme un partenaire de choix dans la rénovation de bâtiments publics, tels que des maisons de repos, des piscines, et des hôpitaux, y compris des projets emblématiques comme la rénovation du CHWAPI.

Un événement marquant pour célébrer 30 ans de succès

Pour marquer ses 30 ans, Tradeco, grande entreprise familiale dans le monde de la construction, a organisé un événement exceptionnel au Tournai Xpo les 25 et 27 avril 2024. L'événement a rassemblé 900 convives incluant des bureaux d'études, des architectes, des clients et tous ceux qui ont contribué au succès de l'entreprise. Le samedi, une journée spéciale était dédiée aux collaborateurs internes et leurs conjoint(e)s, soulignant l'importance des équipes dans cette réussite collective.

Sous la direction du chef étoilé Tim Bourry, le défi était de taille : offrir un menu gastronomique étoilé, en collaboration avec les équipes de Morestto.



Un voyage immersif à travers l'histoire de Tradeco

L'événement comprenait une expérience immersive à travers sept stations thématiques, chacune mettant en valeur un aspect clé de Tradeco et Thersa :

- 1. La naissance :** Un retour sur les débuts de l'entreprise.
- 2. L'équipe :** Un hommage à tous les collaborateurs qui font vivre Tradeco.
- 3. Les réalisations :** Une présentation des nombreux projets menés à bien.
- 4. Tournai Xpo :** Une immersion dans le projet de rénovation du site emblématique.
- 5. L'ambiance au bureau et sur chantier :** Une illustration de la culture de travail unique de Tradeco.
- 6. La fête :** Une célébration de l'esprit mouscronnois où chaque chantier terminé est un événement à célébrer.
- 7. Le tunnel immersif :** Un passage qui simule l'entrée sur un chantier, avec des sons et des images pour plonger les invités dans l'univers de la construction.

L'avenir avec la même passion et ambition
En 30 ans, Tradeco a su se construire une réputation solide grâce à une équipe dévouée et une recherche constante de l'excellence. L'entreprise continue de miser sur des valeurs humaines, privilégiant la motivation et la passion de ses collaborateurs plutôt que les diplômes. En formant ses équipes et en recrutant des jeunes talents à travers des stages et des journées découvertes, Tradeco prépare l'avenir en assurant une relève compétente et engagée.

Sensa : Redonner du sens aux entreprises à travers une communication authentique

Sensa Agency a vu le jour le 1er janvier 2021, portée par le besoin profond de sa fondatrice, Céline Pannecouque, de redonner du sens à son activité professionnelle. Avec près de 20 ans d'expérience, elle s'attache, à travers Sensa, à comprendre l'ADN des entreprises et la vision de leurs dirigeants. Consciente que la marque se construit chaque jour à travers les interactions internes et externes, Sensa collabore étroitement avec les équipes créer une expérience de marque alignée, attractive et authentique.

Une approche axée sur l'humain et le sens

L'essence de Sensa repose sur une philosophie simple mais puissante : toujours mettre l'humain au cœur de la stratégie. Cette approche vise à créer un alignement cohérent entre la marque corporate, employeur et commerciale, en travaillant à la fois sur le positionnement marketing de la marque sur son marché et sur la communication interne et externe. En agissant sur ces différentes dimensions, Sensa renforce l'impact des entreprises, tant en interne qu'auprès de leurs clients.

Un processus de collaboration authentique

Chez Sensa, chaque collaboration débute par un échange approfondi pour s'assurer que le feeling, les valeurs et les objectifs sont alignés. Cette étape est cruciale pour garantir une relation productive, où chacun peut tirer le meilleur de la collaboration. Sensa valorise également l'immersion dans l'entreprise, travaillant aux côtés de la direction et des collaborateurs. En impliquant activement le personnel, l'agence encourage un véritable engagement autour de l'image de marque, créant ainsi une vision partagée et motivante.

L'importance de l'alignement de l'image interne et externe

Sensa croit fermement que l'image de marque doit d'abord être vécue en interne avant de s'exprimer à l'extérieur.

L'agence travaille donc d'abord avec les dirigeants et ensuite avec les collaborateurs pour s'assurer que l'image de marque soit authentique et alignée en interne et en externe. En période de recrutement difficile, la marque employeur devient un levier stratégique, transformant les collaborateurs en ambassadeurs, ce qui renforce l'attractivité de l'entreprise et sa réputation.

Une approche durable et stratégique

Sensa prône une utilisation efficace et raisonnée des canaux de communication, en privilégiant le « moins mais mieux ». Cela signifie choisir dès le départ les moyens les plus pertinents pour éviter tout gaspillage de ressources financières, humaines et environnementales. L'agence privilégie les entreprises qui cherchent à avoir un impact positif, créant ainsi un cercle vertueux de durabilité et de responsabilité.

Des défis constants et une formation continue

Sensa accompagne ses clients dans des défis variés, qu'il s'agisse de gestion de la marque corporate, commerciale ou employeur, ou encore de leur positionnement marketing. L'agence s'adapte en permanence aux évolutions du marché et des entreprises. Pour rester à la pointe, Sensa se forme continuellement, notamment en communication de crise et en attraction et fidélisation des talents, afin d'offrir un accompagnement optimal à ses clients.



Un partenariat stratégique avec Technoform

Un exemple significatif de la collaboration de Sensa est avec Technoform, un groupe international et leader mondial dans la conception et la production de profilés thermoplastiques pour l'isolation des portes, fenêtres et façades en aluminium. Technoform a choisi la Wallonie picarde pour implanter sa nouvelle usine de production.

Pour Technoform, construire une culture d'entreprise forte est crucial pour réussir dans cette nouvelle localisation. Consciente de l'importance de cette démarche, la direction a fait appel à Sensa pour intégrer et faire vivre cette culture unique au sein de l'entreprise. Sensa aide ainsi Technoform à renforcer sa notoriété locale, à développer sa marque employeur tant en interne qu'en externe, et à attirer des talents locaux pour favoriser une croissance harmonieuse.

Une entreprise centrée sur l'humain et prête pour l'avenir

Sensa se distingue par sa capacité à placer l'humain au cœur du changement. En pilotant le management des talents et en accompagnant la transformation des entreprises, l'agence garantit que dirigeants et collaborateurs sont préparés à naviguer dans un environnement en constante évolution. Pour Sensa, il ne s'agit pas seulement de gérer une marque, mais de bâtir un capital humain et une image de marque solides, capables de résister aux défis futurs.

Avec cette approche, Sensa démontre qu'une entreprise peut réussir tout en restant fidèle à des valeurs humaines et durables.

LE DOSSIER

PerspectiV : Mettre en lumière les métiers en pénurie pour inspirer les jeunes



En 2024, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Wallonie picarde en collaboration avec Notélé et le Choq, a relancé le projet PerspectiV pour une deuxième année consécutive. Ce projet ambitieux vise à sensibiliser les jeunes et leurs parents aux métiers en pénurie, souvent méconnus mais offrant des perspectives d'emploi prometteuses. À travers des visites d'entreprises locales filmées par Notélé, PerspectiV permet aux élèves de découvrir des métiers variés et passionnants, tout en mettant en avant l'importance de ces professions pour l'économie régionale.

En 2024, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Wallonie picarde en collaboration avec Notélé et le Choq, a relancé le projet PerspectiV pour une deuxième année consécutive. Ce projet ambitieux vise à sensibiliser les jeunes et leurs parents aux métiers en pénurie, souvent méconnus mais offrant des perspectives d'emploi prometteuses. À travers des visites d'entreprises locales filmées par Notélé, PerspectiV permet aux élèves de découvrir des métiers variés et passionnants, tout en mettant en avant l'importance de ces professions pour l'économie régionale.

Un projet éducatif et inspirant

PerspectiV réunit les écoles, les entreprises et les filières de formation de la région de Wallonie picarde autour d'un objectif commun : promouvoir des carrières enrichissantes dans des secteurs en demande. Le projet met en avant des métiers qui souffrent

d'un manque de main-d'œuvre, en invitant les jeunes à explorer ces professions de manière immersive et interactive.

Au cours des derniers mois, de nombreuses entreprises de la région ont ouvert leurs portes aux élèves, offrant un aperçu concret de la réalité quotidienne de ces métiers. Les visites filmées par Notélé ont permis de partager les histoires inspirantes des professionnels, dévoilant les ficelles et les défis de leurs métiers.

PerspectiV s'est donné pour mission d'encourager les jeunes à envisager des carrières prometteuses dans des secteurs en pénurie, en présentant ces métiers sous un nouveau jour. Le projet vise à mettre en lumière les opportunités d'emploi et les défis spécifiques de ces professions, tout en impliquant les parents dans le processus de découverte des carrières de leurs enfants pour qu'ils puissent les soutenir dans leurs choix professionnels. Les reportages

de Notélé jouent un rôle crucial en valorisant les métiers en pénurie, en informant et en inspirant la société sur leur importance. PerspectiV offre ainsi aux jeunes l'opportunité de faire des choix de carrière éclairés, avec une compréhension approfondie des métiers concernés.





Témoignage de Virginie Claude, HR Manager au CHM

Ce que nous avons fortement apprécié dans le projet **PerspectiV** est d'être face à des jeunes motivés et très enthousiastes à l'idée de découvrir les métiers d'infirmiers. Ils étaient participatifs, à l'écoute, c'est un plaisir pour nos professionnels de transmettre leur passion vers ces jeunes.

De plus cette journée s'inscrit dans d'autres projets que le CHM mène afin de mettre en valeur les métiers des soins et susciter des vocations chez les plus

jeunes. En octobre 2024, aura lieu notre 4ème CHM métiers ouvert aux jeunes de fin de cycle de secondaire qui cherchent encore une orientation. Journée pendant laquelle ils découvrent nos professions et partagent un moment avec les professionnels de terrain : médecins, infirmiers, technologues, paramédicaux, physiciens, secrétaires, pharmaciens... Le SIEP y est toujours présent afin de les orienter dans le choix de filières et d'écoles.

Témoignage de Gaël Decock, CEO de Decock Plants

« Ce fut une expérience inédite pour Decock Plants d'avoir l'opportunité d'accueillir un groupe de jeunes élèves. Leur enthousiasme a été surprenant, d'autant plus que l'horticulture est un métier en pénurie. Nous espérons

avoir contribué à leur offrir une expérience positive et inspirante sur le métier d'horticulteur. Nous cherchons constamment à faire connaître notre profession et à diffuser nos offres d'emploi à travers toute l'Europe »



ILS SONT DEVENUS MEMBRES DE LA CCI WAPI



1 | Rex Panels & Profiles

Profilage de tôles trapézoïdales

Contact : Michel Verhulst



2 | Brasserie Dubuisson

Brasserie

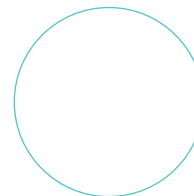
Contact : Alexandre Dubuisson



3 | De Terck Bois

Exploitations forestières, exportation de grumes & expertise forestière

Contact : François De Terck



4 | Investparks

Formations & Conseil

Contact : Marc Deschamps



5 | Espace du possible

Formation professionnelle

Contact : Marie Bouillon



6 | BVC Belgique

Audit Conseil Sécurité Alimentaire

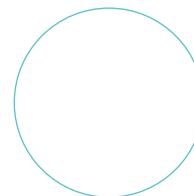
Contact : Isabelle Meaglia-Grosperin



7 | HD Square Engineering

Bureau d'études

Contact : François De Terck



8 | Dobbels Bart

Freelance Consultance RH

Contact : Marc Deschamps



9 | Advaso

Banque Beobank

Contact : Tony Delporte



10 | Aertssen infra

Terrassement, déconstruction

Contact : Nicolas Decleyre



11 | Odtec Event

Prestataire événementiel son & lumières, location de mobilier & décoration

Contact : Olivier Deconinck



12 | Dherte Motor Sport

Exclusive cars & bikes

Contact : Jean-Pascal Dherte



13 | Vert d'or

Prêt-à-porter féminin

Contact : Renée Bovy



14 | Polygones

Cabinet de consultance - Durabilité

Contact : Sébastien Morant



15 | Care-In

Organisation d'ateliers holistiques d'éveil à soi

Contact : Carine Liette



16 | Vibes 432

Service et conseil aux entreprises

Contact : Bruno Ritorto

CCI WAPI

1^{er} octobre

Petit Déjeuner Transfrontalier sur la facturation électronique

Parmi les points d'attention pour votre activité transfrontalière, la facturation électronique est un sujet à ne pas négliger. Les experts KPMG vous exposeront la situation actuelle et future de la réglementation en France et en Belgique ainsi que le calendrier de la réforme dans les 2 pays.

3 & 4 octobre

Equi-coaching : Développez votre Intelligence émotionnelle et relationnelle pour un meilleur Leadership

De nombreux freins à l'autonomie et à l'efficacité du travail en équipe trouvent leur origine au niveau de la relation à soi et aux autres. Cette relation déficiente entraîne des difficultés en termes de construction de l'estime de soi et la confiance en soi et aux autres.

Dans ce séminaire, vous découvrirez comment les chevaux deviennent des partenaires de croissance. Leur nature intuitive en effet miroir vous offrira un feed-back immédiat et puissant.

À partir du 10 octobre

Parcours de leadership appréciatif

L'Odyssée, ce chef-d'œuvre antique, nous rappelle l'épopée d'Ulysse, héros de la guerre de Troie, et son long périple parsemé de défis. Aujourd'hui, ce récit mythique évoque tout voyage rempli d'aventures singulières.

Nous vous proposons ainsi de vous embarquer dans votre propre épopée, où vous êtes le héros moderne. Cette formation exclusive s'adresse aux chefs d'entreprise et aux managers, vous permettant d'explorer vos talents naturels, vos valeurs et vos modes de fonctionnement.

10 octobre

CCI meets VOKA chez Europal Packaging

Europal Packaging, la fierté des Gazelles du Hainaut, se hisse au sommet en tant qu'Ambassadrice pour les Grandes Entreprises, un véritable carton plein pour cette société familiale. Pour l'occasion, la CCI Wapi & la VOKA West-Vlaanderen se joignent pour une visite exclusive de la cartonnerie à Blandain.

15 octobre

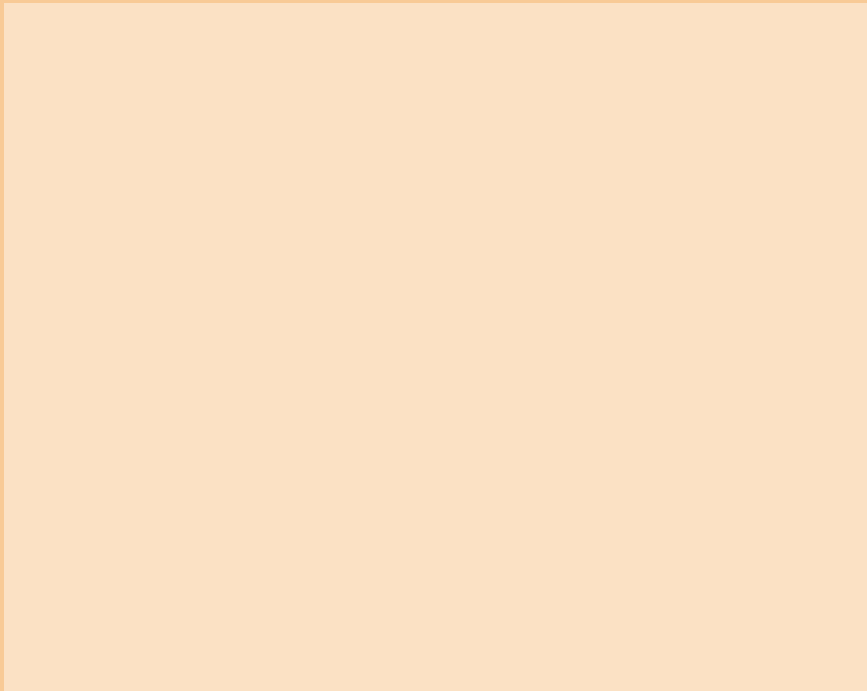
Les Financements publics pour le Business privé ? Vous y croyez (vraiment) ?

Nos intervenants du jour nous offriront une perspective innovante sur les fonds publics - qu'ils soient locaux, régionaux ou européens - utilisés pour soutenir le secteur privé. Ils partageront également les secrets de la réussite, depuis la recherche de financements jusqu'à la réalisation concrète des projets.



CCI WALLONIE
PICARDE a.s.b.l.
Rue du Follet 10, bte 003
7540 Kain


bpost
PB-PP | B-05422
BELGIE(N) - BELGIQUE



business Wapi

AKT CCI
WALLONIE
PICARDE

**AKT CCI
WALLONIE PICARDE ASBL**
Rue du Follet 10, bte 003
7540 Kain
www.cciwapi.be
info@cciwapi.be

WAP Invest

WAP INVEST
Rue du Progrès 24/1
7503 Froyennes
www.wapinvest.be
invest@wapinvest.be

PARTENAIRES



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

Éditeur responsable : AKT CCI Wapi | **Chef d'édition :** Antoine Vandeputte | **Diffusion :** 1750 exemplaires
Maquette, mise en page : Diction SPRL | **Imprimerie :** Imprimerie Parmentier