



CONSTELLATION
COLD LOGISTICS



Constellation Cold Logistics is the new Stockhabo

Dossier : les jeunes ont-ils
gagné la guerre des talents ?

BUREAU DE DÉPÔT : 7500 TOURNAI - N° D'AGRÈMENT : P01255 - EXPÉDITEUR : CCI WALLONIE PICARDE ASBL, RUE DU COLLETO 3, B-7540 KAIN

ÇA S'EST PASSÉ EN WAPI

28 SEPTEMBRE : LA GARDEN PARTY DE LA CCI WAPI A PERMIS DE PROLONGER L'ÉTÉ, LE TEMPS D'UNE SOIRÉE !

Le jeudi 28 septembre, nous avons eu l'opportunité de vivre un moment exceptionnel lors de notre Garden Party annuelle, qui a pris place au sein du magnifique cadre de Your Nature Eco Resort Belgium à Antoing. C'était une soirée mémorable, imprégnée d'une énergie incroyable grâce à la présence de plus de 350 invités réunis sous un soleil radieux.

L'événement a débuté par une expérience bucolique et immersive à travers l'Eco Resort, un endroit véritablement idyllique qui offre un éventail infini d'activités possibles. Des team building passionnants aux journées en famille relaxantes, en passant par des Kick Off dynamiques, cet endroit offre le cadre parfait pour toutes ces occasions spéciales.

Au cœur de cette soirée inoubliable, le Pavillon a été le témoin d'une séance de Networking très attendue. Mais avant cela, un moment symbolique a marqué l'événement : la passation de direction entre Bernard Cornelus et Sylvie Lericque. Bernard, qui a consacré près de dix années à la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Wallonie Picarde, a su faire évoluer notre organisation de manière remarquable au cours de son mandat.

Aujourd'hui, nous sommes ravis d'accueillir chaleureusement Sylvie Lericque en tant que nouvelle directrice. Convaincus de son dynamisme et de sa vision innovante, nous sommes impatients de travailler avec elle pour atteindre de nouveaux sommets. C'est avec un enthousiasme débordant que nous entreprenons ce nouveau chapitre sous sa direction.

Au-delà des discours officiels, cette soirée a été l'occasion parfaite de célébrer non seulement notre passé et notre présent, mais aussi l'avenir prometteur qui se dessine pour notre Chambre de Commerce et d'Industrie. Trinquons ensemble à la réussite passée, présente et future de notre organisation, et à toutes les opportunités passionnantes qui nous attendent. Cette soirée restera gravée dans nos mémoires comme le point de départ d'une nouvelle ère passionnante pour notre communauté. Merci à tous d'avoir été présents et de partager ce moment mémorable avec nous.



08 SEPTEMBRE : TOURNOI DE GOLF TRANSFRONTALIER

La 12^{ème} édition du Golf Transfrontalier a brillé sous le soleil éclatant du vendredi 8 septembre au Golf Club Enghien. C'était une journée exceptionnelle pour les amateurs de golf, avec une compétition amicale Texas Scramble où les golfeurs se sont mesurés dans une ambiance détendue et compétitive sous un ciel d'azur.

Pendant ce temps, dans le zoning d'Enghien, un autre type de compétition battait son plein. Un Speed Business ainsi qu'une visite guidée de l'entreprise SMPI avaient été organisés, offrant une opportunité unique de découvrir le cœur battant du monde des affaires local.

Ensuite, c'était l'heure de l'initiation au golf sur le practice, où les débutants et les passionnés pouvaient parfaire leur swing et perfectionner leur technique, encadrés par des professionnels enthousiastes.

La journée s'est achevée lors de la remise des prix. Enfin, tous les participants se sont retrouvés autour d'un barbecue de clôture convivial, échangeant des histoires de parcours et renforçant les liens tissés au fil des swings.

Cet événement a été rendu possible grâce à une collaboration remarquable entre les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) de Wapi, du Brabant Wallon, de la VOKA West-Vlaanderen et de la CCFBL.



21 SEPTEMBRE : SPEED BUSINESS AU SKYLAB FACTORY

Le jeudi 21 septembre, sur le temps de midi, la CCI Wapi a posé ses valises au Skylab Factory à Tournai pour organiser un Speed Business et une rencontre avec les nouveaux membres.



C'était une occasion exceptionnelle de briser la glace, de se rencontrer de manière conviviale et informelle, et d'échanger avec les autres membres dynamiques de la CCI Wapi. Cet événement trimestriel offre un espace propice aux connexions professionnelles, permettant aux entrepreneurs et aux professionnels de tisser des liens solides et de créer des opportunités d'affaires fructueuses.



STOCKHABO CHANGE DE NOM ET DEVIENT CONSTELLATION COLD LOGISTICS

En juin 2001, Stockhabo, basée à la Drève Gustave Fache Mouscron, débute modestement avec 7500 emplacements de stockage et seulement 4 personnes à bord, dont Xavier Haspeslagh, son épouse et deux employés. Au fil des ans, l'entreprise connaît une croissance remarquable, s'étendant grâce à des extensions en 2002, 2005, 2008 et 2010. Ces expansions ont été rendues possibles grâce à un rachat stratégique de Devagel, doublant la capacité de stockage de 25000 à 50 000 palettes de produits congelés.

Le choix stratégique d'établir Stockhabo à Mouscron s'est avéré être une décision judicieuse, offrant une plateforme logistique idéale vers la France, l'Allemagne et le Nord de l'Europe. « Notre audace initiale, combinée à l'engagement envers la qualité de service et la flexibilité, a été la clé de notre succès. Malgré les défis liés aux permis de construction et d'environnement, nous avons maintenu l'efficacité nécessaire pour soutenir nos investissements.

Paradoxalement, nous nous étions implantés à Mouscron pour nous rapprocher de notre plus gros client même si depuis lors, il n'utilise plus nos services. Heureusement que la région est réputée pour son essor agroalimentaire, ce qui nous permet de ne cesser de croître » souligne Xavier Haspeslagh.

Avec 145 employés aujourd'hui, Stockhabo Mouscron est devenue un mastodonte dans le secteur du stockage et de la logistique pour le surgelé. Grâce à des partenariats internationaux et à l'intégration dans le groupe européen Constellation Cold Logistics, l'entreprise s'est étendu au-delà des frontières belges, touchant la France, les Pays-Bas, l'Angleterre, la Norvège et la Suède.

La force du groupe réside également dans sa capacité d'adaptation ! Elle peut très bien louer un emplacement d'une palette pour un boulanger artisan comme 50.000 palettes pour un client industriel.

COUP DE GUEULE !
La Belgique et plus particulièrement la Wallonie disposaient d'un avantage concurrentiel par rapport aux régions voisines en matière d'obtention de permis d'environnement ou de bâtir. Mais force est de constater que la tendance s'allonge de plus en plus et cela pourrait devenir une menace pour les investissements à l'avenir... Cette frustration reflète la nécessité d'une bureaucratie plus efficace pour soutenir les entrepreneurs et encourager l'innovation.

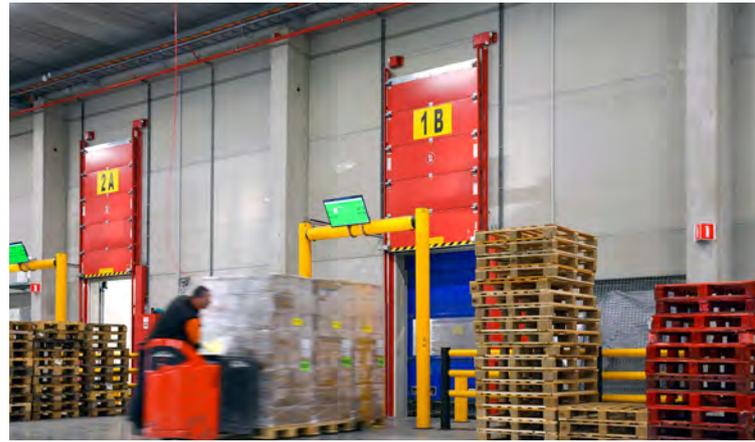


COUP DE GÉNIE !
La force de Stockhabo est d'avoir su répondre à un besoin au bon moment et d'avoir cru en son idée !
Il faut parfois oser, croire en son projet et surtout s'entourer des bonnes personnes !

Depuis 2023, Xavier Haspeslagh a décidé de faire un (quart) de pas de côté en devenant président du Conseil d'Administration de Constellation Cold Logistics. Cela lui a permis de léguer la direction opérationnelle à Geert Liefhooghe, un CEO expérimenté. Ces ajustements ont permis à l'entreprise de structurer ses opérations pour gérer sa croissance rapide tout en conservant ses valeurs fondamentales.

Fondamentalement, Stockhabo reste une entreprise familiale, où chaque membre est impliqué à différents niveaux, préservant ainsi une atmosphère chaleureuse et familiale malgré son expansion internationale. Avec Constellation Cold Logistics, l'ambition de Stockhabo s'étend au-delà des frontières européennes, faisant de l'entreprise un acteur européen de premier plan dans le secteur de la logistique et du stockage de surgelés.





ENTRETIEN PRIVILÉGIÉ AVEC XAVIER HASPESLAGH

Président du Conseil d'Administration
de Constellation Cold Logistics

Quelle qualité préférez-vous chez un homme/une femme ?

“ L'honnêteté & la faculté de trouver des solutions aux problèmes ! ”

Quel est votre principal défaut ?

“ Je suis un fonceur, je devrais prendre le temps de regarder derrière moi si tout suit ! ”

Quelle est votre principale qualité ?

“ J'en attends autant de moi que des autres : l'honnêteté ”

Quel est votre rêve de bonheur ?

“ Que Constellation Cold Logistics se développe sainement au niveau européen et que le groupe interne et les clients se sentent toujours intégrés comme chez Stockhabo. ”

Que voudriez-vous être ?

“ M'accorder un peu plus de quality time et profiter de ma famille, voyager ”

Dans quel pays souhaiteriez-vous vivre ?

“ Sans hésiter la Belgique. C'est l'un des meilleurs pays pour vivre ”

Qui est votre héros dans la vie ?

“ Pas de héros ”

Quelle est votre passion ?

“ La chasse ! J'aime également le sport et plus particulièrement le cyclisme ! ”

Quel est le don de la nature que vous aimeriez avoir ?

“ Le don de ramener un être proche à la vie ”

Quelle est la faute qui vous inspire le plus d'indulgence ?

“ Je suis capable d'excuser facilement et de passer très rapidement à autre chose...jusqu'à une certaine limite, lorsque le lien est rompu, c'est définitif ! ”

Quel est votre leitmotiv ?

“ Il faut traiter vos semblables d'une façon dont vous aimeriez être traité vous-même ! ”





ISCAL SE DOTE D'UNE ÉOLIENNE

Grâce à la construction d'une nouvelle éolienne, la sucrerie de Fontenoy, également connue sous le nom d'Iscal Sugar, sera bientôt en mesure de répondre à ses besoins en électricité. Selon Briec Vandeleene, responsable Communication chez Iscal Sugar, environ 60% de l'énergie produite par l'éolienne sera utilisée pour alimenter les activités internes de la sucrerie. Les 40% restants seront réinjectés dans le réseau électrique, ce qui pourrait suffire à alimenter la consommation annuelle d'une région comme Gaurain-Ramecroix. Il est important de noter que cette éolienne fait partie d'un parc éolien plus vaste composé de quatre nouvelles éoliennes montées par la société tournaisienne Ventis & qui seront situées le long de l'E42 à Gaurain-Ramecroix.



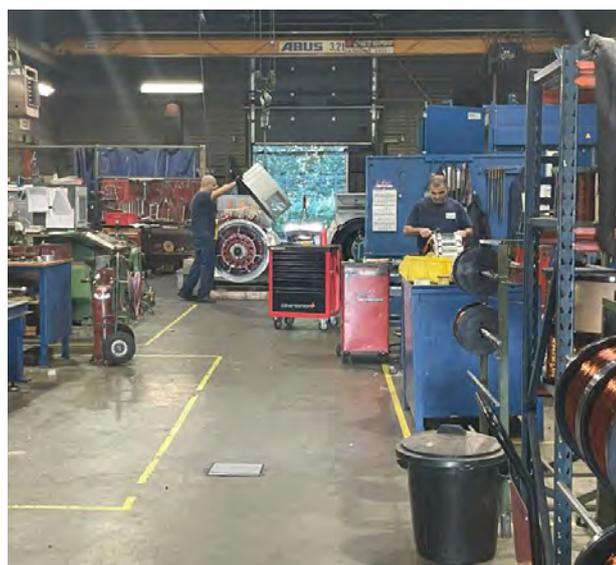
LE HENNUYER PARDUYN'S FAIT L'ACQUISITION DE TRAVELEC À HERSTAL

Parduyns, un leader belge de la maintenance industrielle basé à Leuze-en-Hainaut, a annoncé l'acquisition de Travelec, un atelier de réparation de moteurs réputé situé dans le zoning industriel des Haut-Sarts à Herstal.

Dans un marché en constante évolution, l'acquisition de Travelec est une étape stratégique pour Parduyns. L'atelier est reconnu depuis de nombreuses années pour son expertise technique, son service client exceptionnel et sa capacité à résoudre les problèmes les plus complexes liés aux moteurs, moto-réducteurs et alternateurs. Cette acquisition permettra à Parduyns de renforcer sa position en tant que fournisseur de premier plan dans le secteur de la réparation de moteurs et d'augmenter la puissance des moteurs (re)bobinables à 800 kW.

Les clients de Travelec continueront de bénéficier de la qualité de service à laquelle ils sont habitués, tout en ayant accès à une gamme élargie de services et de solutions pour l'industrie grâce à la synergie entre les deux entreprises. Notamment une expertise en transmission de puissance mécanique et maintenance industrielle, mais aussi des conseils de spécialistes en travail du métal et équipement professionnel. Grâce à la fusion des 2 équipes de services de Leuze-en-Hainaut et Herstal, Parduyns devient un acteur important en Wallonie.

Cette acquisition permettra également d'offrir une gamme de services plus large, de travailler sur des machines tournantes de plus grosse puissance et d'élargir la gamme de moteurs neufs disponibles. Elle s'inscrit également dans une stratégie & un rebranding initiés par leur nouveau directeur général Laurent Vanhoudenhove, en fonction depuis 2022 au sein du groupe Parduyns.



PARDUYN'S
MAKE IT RUN.



FOLIOPUB, LE FAIRE-VALOIR DES ATELIERS DE COMMUNICATION LOSFELD

En 1996, une entreprise modestement établie, au nom de Foliopub, a vu le jour. En 2017, elle fut rachetée par la famille Losfeld à Estaimpuis, marquant le début d'une nouvelle ère : Les ateliers de communication. Ce changement radical a été le fruit d'une stratégie de développement audacieuse, visant à intégrer un marché de niche aux activités de Losfeld, la société mère. Le virage vers Folio Pub, spécialisée dans la signalétique, s'est avéré être un choix stratégique astucieux.

Ce nouveau chapitre a été marqué par une transformation significative dans l'approche méthodologique. Une grande partie des activités d'impression, un secteur qui souffre à l'heure actuelle, est progressivement happé par la signalétique, une tendance qui a été encouragée par l'essor des clients provenant de Folio Pub. Cette transition a été progressive mais c'est une inversion radicale par rapport à une époque où le print régnait en maître !

L'expansion de Folio Pub est remarquable, allant bien au-delà du simple lettrage des enseignes de magasins. Des clients réguliers tels que de grandes chaînes de prêt-à-porter, ont contribué à des commandes quasi-hebdomadaires. De nouveaux concepts pour les magasins, adaptés aux saisons et aux tendances, ont également été intégrés, élargissant ainsi la portée créative de l'entreprise.

Le changement de méthode a été accompagné par un nouveau leadership. Sébastien Losfeld a été détaché de Losfeld pour reprendre en main Folio Pub. Rétrospectivement, cette décision s'est avérée être judicieuse. Sa présence a permis d'établir des liens plus forts avec les petits indépendants, ouvrant ainsi la voie à des commandes plus substantielles grâce à son réseau professionnel.

La stratégie a évolué naturellement. Folio Pub a désormais une part importante dans les activités de l'ensemble de l'entreprise, avec un objectif de développement continu. La Belgique et la France sont les principaux marchés. La proximité géographique facilite les interactions avec les clients, renforcée par la réputation positive de la Belgique en termes de qualité et de suivi clientèle. La société s'est établie comme un fabricant et poseur, minimisant la sous-traitance pour garantir un contrôle total sur la qualité et les délais. Par exemple, l'installation de lettres mesurant jusqu'à 2m80 sur une longueur de 17m et de logos de 4m sur 4m illustre l'engagement envers la qualité et l'impact visuel (signalétique de l'entrepôt logistique de La Redoute à Cambrai).

Folio Pub se distingue également par sa diversité créative. L'impression sur divers matériaux, tels que le carrelage et le bois, a été explorée. Leur seule limite reste la distance ou la pose de nuit. « L'entreprise s'adresse principalement aux entreprises, mettant l'accent sur des prix compétitifs, un service client exceptionnel, des conseils approfondis et une exécution minutieuse. Des chantiers à l'autre bout de la France risquent d'augmenter drastiquement notre compétitivité en termes de prix » nous explique les Frères Losfeld.

Ainsi, l'histoire de Folio Pub est celle d'une transformation réussie, basée sur des principes de qualité, de créativité et de proximité client, qui ont propulsé l'entreprise vers un avenir prometteur sur le marché de la signalétique.



JMB AVIATION, AUX COMMANDES DE L'AÉRODROME D'AMOUGIES

Le petit aérodrome d'Amougies a vu le jour en 1968 et fut racheté par le père Guisset au début des années 80. Terrain de jeu privilégié depuis leur plus tendre enfance, les frères Guisset, Jean-Marie & Jean-Baptiste, décident de reprendre la direction de l'entreprise familiale en 1995.

Sous leur direction, l'aérodrome prend un tournant commercial, axant ses activités sur les loisirs, tout en excluant le fret. Se transformant en un petit terrain privé, il est devenu le lieu privilégié pour l'exploitation de planeurs, d'hélicoptères, d'avions de tourisme et d'ULM. L'aérodrome devient un centre d'apprentissage avec une école de formation pour chaque type d'aéronef.

De 2005 à 2010, de nombreuses incitations pour les entreprises sont mises en place, devenant l'activité principale de l'aérodrome avec environ 100 à 120 événements organisés chaque année avec du team building et de l'apprentissage.

À partir de 2007, ils ajoutent une nouvelle corde à leur arc et deviennent revendeurs officiels VL3. Les frères Guisset ont toujours voué une passion pour l'ULM, un aéronef biplace ultra léger & motorisé. À la recherche de l'ULM le plus rapide, ils décident de mettre le focus sur le VL3 et en deviennent le revendeur exclusif sur les marchés belge, français et néerlandais. L'aile basse très performante du VL3 offre toutes les caractéristiques recherchées par les frères Guisset, vitesse & légèreté.

Cependant, en 2008, des changements législatifs entraînent des problèmes politiques et une perte soudaine de toutes leurs activités événementielles. Des procédures judiciaires ont été engagées, mais après cinq ans, l'aérodrome a finalement été autorisé à reprendre ses opérations. Seule l'activité autour des ULM est encore autorisée !

En 2012, JMB Aircraft rachète l'usine tchèque AVEKO, l'aérodrome d'Amougies voit une belle opportunité de développer de nouveaux modèles et de s'adapter aux évolutions du marché. A savoir qu'en une dizaine d'années, le VL3 est passé de 50 km/h à plus de 300 km/h. Cette évolution nécessite un personnel formé à la maintenance & des outils à la pointe de l'innovation. C'est à cette étape que JMB Aviation fut soutenue par Wapinvest.



LE VL3, un atout charme par rapport aux autres aéronefs !

Le VL3 se démarque sur les marchés limitrophes, avec plus de vingt ventes par an, notamment en France (plus de 220 VL3 actuellement) où la demande est particulièrement forte. Doté d'innovations technologiques, le VL3 se distingue par sa discrétion sonore, un avantage crucial dans les zones résidentielles. Des horaires de vol adaptés, avec des réductions les week-ends, ont été instaurés pour maintenir de bonnes relations avec les riverains. En plus d'être peu énergivore en essence, l'ULM VL3 affiche des coûts de maintenance bien inférieurs à ceux des avions, hélicoptères et autres appareils aériens. De plus, les frais de certification

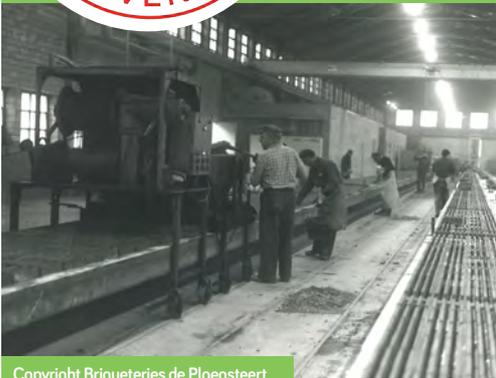
ULM sont considérablement réduits par rapport à d'autres types de certifications, faisant du loisir Biplace une alternative séduisante et abordable pour les passionnés d'aviation.

L'aérodrome d'Amougies a été modernisé pour répondre aux besoins actuels et accueille désormais une école de pilotage, un simulateur de vol unique au monde, et un centre de formation de pointe. Malgré ces développements, l'aérodrome prend également des mesures pour minimiser les nuisances sonores et respecter l'environnement. Bien que la gestion de l'aérodrome soit complexe, son ouverture au public et sa démocratisation en font un lieu où chacun peut profiter de la passion de Jean-Baptiste pour l'aviation.





"PLOEGSTEERT 100" : LA BRIQUE EN FIL CONDUCTEUR !



Copyright Briqueteries de Ploegsteert

Ce livre captivant plonge au cœur de l'histoire de Ploegsteert, une entreprise qui a commencé modestement avec une simple brique pour évoluer en un groupe familial florissant. L'ouvrage, fruit d'une collaboration entre Karolien Emmers de Studio Kemmers et les employés actuels et anciens de l'entreprise, offre un regard profondément humain et visuel sur cette saga entrepreneuriale.

Et dire que le livre ne devait contenir qu'une vingtaine de pages. On se retrouve à dévorer un livre passionnant de près de 250 pages ! À travers neuf thèmes soigneusement choisis, le livre dévoile des récits fascinants, illustrés par des photographies évocatrices, qui relient l'histoire de Ploegsteert à celle du groupe familial comprenant Canal Properties, Ceratec, Douterloigne et Prefaxis.

On découvre, par exemple, le courage de Remi et Joseph De Bruyn lors de leur voyage d'affaires en Suisse en 1951, avec les paroles prophétiques de Remi : « J'espère revenir avec une fortune ! » C'est avec les produits Stalton que Ploegsteert réalise un grand bond en avant, marquant ainsi le début d'une success-story.

Le livre révèle également l'histoire de Ceratec, née dans les années 80 au milieu de la crise de la construction. Les employés, face à l'adversité, se réinventent, les ingénieurs civils se lancent dans la conception de machines, et toutes les opportunités de sous-traitance sont saisies. C'est un récit de défis, d'expérimentations, d'opportunités exploitées et de limites repoussées. Ce qui transparait à travers la conférence de presse et ce livre, c'est la fierté d'avoir su se relever après chaque crise car chacune apporte des opportunités à saisir.

Enfin, les pages se tournent vers l'avenir, offrant des leçons d'entrepreneuriat et la vision de la direction actuelle de Ploegsteert. Cet ouvrage, témoignage de l'histoire et du présent de l'entreprise, inspire les employés actuels et futurs en leur permettant de comprendre pleinement leur rôle dans cette merveilleuse aventure.



“ Ce fut un réel plaisir de travailler avec Ploegsteert et la famille De Bruyn, et j'espère sincèrement que ce livre contribuera à renforcer leur culture d'entreprise dans la 'guerre des talents'. Désormais, les employés actuels et futurs peuvent lire en toute quiétude leur contribution à cette histoire exceptionnelle. ” - Karolien Emmers



www.ploegsteert.com



Copyright photo Vandeputte - Marc Van Herreweghe

MARC VANHERREWEGHE DEVIENT CEO DE VANDEPUTTE

Fin juin, Le groupe Vandeputte a annoncé la nomination de Marc Van Herreweghe au poste de CEO de l'entreprise. Marc est reconnu en tant qu'expert en leadership humain, intégration et transformation des entreprises, ainsi qu'en fusion et acquisition. Sa vaste expérience, notamment chez British American Tobacco et en tant que CEO du groupe Mydibel, a été soulignée par David Vandermeersch, membre du Conseil d'administration du Groupe Vandeputte.

Vandeputte Group, une entreprise familiale fondée en 1887, est aujourd'hui dirigée par la cinquième génération de la famille. L'entreprise se divise en trois principales divisions spécialisées dans les huiles végétales, les savons et détergents, ainsi que les produits oléochimiques. Avec la nomination de Marc Van Herreweghe en tant que PDG, la famille Vandeputte vise à poursuivre le succès et la croissance de l'entreprise familiale dans chacune de ses activités, tant au niveau national qu'international.





Copyright Pairi Daiza/Perpetum

PAIRI DAIZA TRIOMPHE AVEC SON CARPORT PHOTOVOLTAÏQUE

Le carport photovoltaïque de Pairi Daiza a été honoré lors des Green Solutions Awards, remportant le Prix du Public de l'Infrastructure Durable 2022-2023. Ce carport, devenu le plus grand au monde, est une réalisation remarquable.

En 2018, Pairi Daiza s'est engagé à devenir 100 % vert d'ici 2032. En 2019, avec l'aide de Perpetum Energy et Préfabois, ils ont achevé la première phase d'une installation massive comprenant 62 750 panneaux solaires sur 104 000 mètres carrés. Cette installation génère 20 000 MWh d'électricité verte annuellement, rendant Pairi Daiza autonome en électricité et permettant même de réinjecter un important surplus d'énergie verte dans le réseau wallon.

L'utilisation innovante du bois local certifié PEFC pour la structure du carport a également été soulignée, réduisant l'impact CO2 du projet. La deuxième phase du projet, en cours de construction, doublera la capacité de production d'électricité verte du site.

Grâce à ces réalisations, le carport solaire de Pairi Daiza participera au Grand Prix international de l'infrastructure durable lors de la conférence sur le climat COP28 à Dubaï en novembre-décembre 2023. Une étape majeure pour l'entreprise et ses partenaires. Il est à noter que WAPINVEST a participé au financement de ce projet.



LE NOU SUBLIME LES PRODUITS LOCAUX AU 1^{ER} SALON PROFESSIONNEL DES FINS GOURMETS

Lors du premier salon professionnel des Fins Gourmets qui s'est tenu à la Maison rurale de Blaton, Mathis Lambert, chef du restaurant Nou à Tournai, a brillamment mis en valeur les produits locaux de Wallonie picarde. Cet événement a permis de créer un espace de rencontre entre les producteurs locaux et les professionnels des métiers de bouche. Mathis Lambert a transformé ces produits régionaux en délicieux plats gourmands, démontrant ainsi son talent et sa créativité culinaire. Cette prouesse reflète le travail quotidien du chef au sein de son établissement, où il sublime les produits locaux pour le plus grand plaisir de ses clients.

L'entreprise Sparkling Touch, spécialisée dans le conseil Horeca, a apporté une contribution précieuse au salon en proposant des démonstrations de cuisine en direct, mettant ainsi en lumière les produits locaux de qualité. Ces "show cooking" ont été conçus pour inspirer et éduquer les professionnels de l'industrie de l'horeca sur la façon d'utiliser les produits primés de manière créative.

Ce choix d'inclure des démonstrations de cuisine en direct avait une intention particulière : mettre en avant les valeurs de l'association Euro-Toques, auxquelles l'entreprise Sparkling Touch est profondément attachée. Ces valeurs, centrées sur l'excellence culinaire, le respect des produits locaux et la créativité en cuisine, ont été au cœur des démonstrations. L'intervention d'un chef Euro-Toques a ajouté une dimension professionnelle et experte à l'événement, offrant aux visiteurs l'opportunité d'apprendre directement des meilleurs.



YOUNYK, L'AGENCE E-MARKETING SPÉCIALISÉE B2B !

Younyk est une agence de marketing digital spécialisée dans les approches marketing sur mesure pour les entreprises actives dans tous les secteurs d'activité B2B. En collaboration avec ses clients, Younyk met en place une stratégie et des actions marketing pour atteindre leurs objectifs, qui sont principalement l'augmentation des ventes en ligne et la génération de leads depuis le site Internet (par exemple via des demandes de devis depuis le site ou via l'utilisation d'un configurateur sur le site). En tenant compte de la situation actuelle de l'entreprise, Younyk sélectionne les solutions techniques à utiliser et met en oeuvre les actions marketing permettant d'atteindre ces objectifs : référencement Google, publicité, présence sur les réseaux sociaux, optimisation de l'ergonomie du site Internet, mise en place d'automatisations marketing...



L'histoire du fondateur, Hervé Struye, est celle d'un entrepreneur qui a suivi sa passion et son instinct. Vers l'âge de 40 ans, il a ressenti le besoin d'entreprendre, réalisant que c'était le moment ou jamais. Ce déclic l'a poussé à concrétiser ses rêves entrepreneuriaux et démarrer l'agence Younyk. En 2019, il accueille en tant qu'associé Maxime Kowac, qui partage la même vision, afin de développer l'entreprise.

Effectivement, Younyk ne recule pas devant la complexité. Leur approche consiste à comprendre en profondeur le métier de leurs clients, ainsi que les besoins et attentes des clients de leurs clients. Cette compréhension approfondie des secteurs d'activité dans lesquels ils travaillent leur permet de s'adresser de manière efficace aux cibles de leurs clients, et de proposer de réelles solutions à leurs besoins et exigences spécifiques.



Les valeurs de transparence, fidélité, confiance, efficacité et d'accompagnement des clients sont au cœur de l'approche de Younyk. Chaque client a accès aux avancées effectuées, via des rapports périodiques qui lui sont envoyés et des réunions de suivi, permettant une complète transparence et une confiance totale sur le travail réel effectué et les résultats obtenus.

La méthode de Younyk repose sur deux piliers fondamentaux : l'inbound marketing et l'automatisation. Avec l'inbound marketing, l'agence web crée et diffuse des contenus pertinents et attractifs (pages web, articles, infographies, vidéos, posts sur les réseaux sociaux...) qui attirent naturellement les prospects vers les entreprises de leurs clients. Cette approche axée sur la création de valeur permet d'établir, puis d'entretenir, des relations avec les clients potentiels et de les convertir lorsqu'ils sont "mûrs". L'automatisation joue un rôle clé dans le processus : en automatisant certaines opérations marketing, Younyk peut offrir à ses clients des campagnes plus efficaces et mieux ciblées, et qui demandent très peu de gestion et de suivi après avoir été mises en place. On peut appeler cela des "Win for life" pour les clients de Younyk.

En combinant ces deux piliers, Younyk offre à ses clients un avantage concurrentiel en termes de visibilité sur Internet et de transformation du trafic sur leur site en clients et en ventes.

L'entreprise reconnaît qu'il est capital dans son secteur de rester à jour avec les dernières technologies pour offrir des services innovants dans le marketing B2B. Pour atteindre cet objectif, Younyk investit dans la formation continue de son équipe dans le domaine du marketing digital, en particulier avec les défis actuels : l'automatisation, la personnalisation, le choix des meilleurs logiciels de marketing et l'utilisation de l'intelligence artificielle.





Les jeunes actifs recherchent aujourd'hui un environnement professionnel où l'attention portée aux conditions de travail est primordiale, et où la direction est engagée envers les enjeux sociaux et environnementaux. CBC Banque & Assurance a récemment dévoilé les conclusions de son étude intitulée « Les jeunes de 18 à 32 ans et la guerre des talents », mettant en lumière les attentes croissantes de cette tranche d'âge sur le marché du travail.

L'Observatoire CBC révèle que :

- Aux yeux des jeunes actifs, les valeurs les plus importantes qu'un employeur doit incarner sont avant tout la confiance **39%**, la flexibilité **32%** et la solidarité **25%**.
- Les jeunes actifs attendent prioritairement des entreprises le bien-être au travail qui arrive en tête pour **38%** des jeunes actifs suivi par le package salarial **37%**. La Flexibilité referme ce podium des attentes avec **34%**.
- Les jeunes actifs (18-32 ans) ont en moyenne déjà travaillé dans près de 3 entreprises différentes. Près de **30%** des jeunes actifs envisagent un changement dans leur travail actuel. Parmi les raisons invoquées, à côté de la recherche d'un meilleur salaire **37%** et des possibilités de carrière **32%**, on retrouve là aussi, juste derrière, la recherche d'une meilleure flexibilité pour **31%** d'entre eux. Et pour plus d'1 jeune sur 5 **23%**, c'est un emploi davantage porteur de sens qui les feraient changer.
- L'attractivité d'une entreprise doit être conforme à la réalité. En effet, seuls 7 jeunes actifs sur 10 estiment que leur employeur est/était aussi attractif qu'ils l'imaginaient. La mauvaise qualité du management **38%**, la mauvaise ambiance de travail **29%** ou le non-respect des valeurs **25%** annoncées sont à la base de cette distorsion.
- L'importance aux yeux des jeunes d'une entreprise engagée dans la transition écologique et sociale : 8 jeunes actifs sur 10 estiment que leur employeur doit être engagé ou utile envers la société. Mais plus d'1 jeune actif sur 5 ne savent pas si leur employeur en fait assez en la matière. Quant aux sujets sur lesquels les employeurs doivent s'engager, les jeunes plébiscitent en tout premier lieu les aspects sociaux : un jeune actif sur 5 considère que son (futur) employeur devrait mettre la priorité sur l'accès à la santé et l'accès à des emplois décents.



La place primordiale du bien-être au travail...

Le premier constat de l'Observatoire CBC est celui de la place du bien-être au travail comme première attente des jeunes actifs envers leur employeur (38%), devant le package salarial (37%) et la flexibilité des horaires ou du lieu de travail (34%).

Pour Marine De Ridder, chercheuse et chargée de cours à l'ICHEC Brussels Management School " **Le rapport au travail des jeunes est en pleine transformation en raison des crises successives. On constate des demandes croissantes de flexibilité et de conciliation des sphères privées et professionnelles. Et même si la question de la rémunération reste centrale, le besoin de sens, d'épanouissement et de développement personnel prend une place majeure.** " D'ailleurs, plus de 8 jeunes actifs sur 10 trouvent que leur travail a du sens.

L'Observatoire CBC révèle également qu'aux yeux des jeunes actifs, les valeurs les plus importantes qu'un employeur doit incarner sont avant tout la confiance (39%), la flexibilité (32%), et là encore la solidarité (25%).

Attractivité ?

Quant à la question de l'attractivité d'une entreprise aujourd'hui, il ressort de l'Observatoire CBC que les jeunes sont très vigilants à ce que l'offre proposée par leur employeur soit conforme à la réalité. D'ailleurs, seuls 7 jeunes actifs sur 10 estiment que leur employeur est/était aussi attractif qu'ils l'imaginaient. La mauvaise qualité du management (38%), la mauvaise ambiance de travail (29%) ou le non-respect des valeurs (25%) annoncées sont à la base de cette distorsion.

D'ailleurs, un salaire adéquat (32%), la reconnaissance (29%) ainsi que le travail d'équipe (28%) sont les critères de ressources humaines les plus importants dans le choix d'un employeur. Quant aux valeurs les plus importantes qu'un employeur peut avoir, il s'agit avant tout de la confiance (39%), la flexibilité (32%), la solidarité (25%), l'écoute (23%) et la transparence (22%).

Notons enfin que 1 jeune actif sur 5 (20%) est attiré par une société familiale contre 15% par une entreprise internationale ou une grande entreprise du type Bel20. Ce résultat peut souligner l'importance que les jeunes accordent au local dans le choix de leur employeur.

8 jeunes actifs sur 10 estiment que son employeur doit être engagé ou utile envers la société. L'Observatoire CBC révèle également que 6 jeunes actifs sur 10 considèrent la politique de durabilité d'une entreprise comme importante voire indispensable. Mais plus d'1 jeune actif sur 5 ne savent pas si leur employeur en fait assez en la matière. Quant aux sujets sur lesquels les employeurs doivent s'engager, un jeune actif sur 5 considère que son (futur) employeur devrait mettre la priorité sur l'accès à la santé, l'accès à des emplois décents, le recours aux énergies renouvelables (16%), l'égalité entre les sexes et la réduction des inégalités (15%).

" *Il n'y a pas si longtemps, il revenait à l'employeur de dicter ses règles, partant du principe que le besoin absolu d'avoir un travail primait sur le reste. Aujourd'hui, il y a une inversion des rôles. La guerre des talents est terminée et ce sont les jeunes qui l'ont gagnée. Ils se sentent plus libres de mettre fin à la collaboration avec leur employeur s'ils n'en sont pas satisfaits. L'offre d'un employeur doit être conforme à la réalité, notamment au niveau des valeurs humaines. Les entreprises doivent complètement revoir leur modèle de recrutement et leur modèle de leadership doit s'accorder aux nouvelles attentes des jeunes à savoir la confiance, une dynamique participative, la responsabilisation et la culture du feedback. Le Télétravail, unanimement réclamé, exige aussi un Management différent qui fait appel à la fois à de l'accompagnement à distance et à une collaboration du Manager les jours de présentiel.* " souligne Michel Lebrun, Coordinateur au Département Ressources Humaines de CBC.

» Les jeunes ont-ils gagné la guerre des talents ?

- Les entreprises font face à de nouveaux défis pour recruter
- Quelle proposition d'employeur offrir pour attirer et conserver les talents ?
 - Revoir l'ensemble du processus de recrutement qui doit tendre vers l'immédiateté
 - Miser sur des compétences plus qu'un diplôme
 - Élargir le package salarial avec de nouvelles alternatives en étant créatifs et ingénieux dans l'offre
 - Flexibilité indispensable en termes d'horaires et de localisation géographique
 - Le hard est un acquis notamment au niveau du salaire et des jours de congé
 - L'offre de l'employeur doit être conforme avec la réalité
 - Le modèle de leadership doit s'accorder aux nouvelles attentes des jeunes (confiance, dynamique participative, responsabilisation et culture du feedback)

GLOBAL NET, ENTREPRISE LANCÉE DANS LA CERTIFICATION EN DURABILITÉ UNITAR



Global Net est le principal acteur B2B en Wallonie, à Bruxelles et au Luxembourg dans la distribution de solutions d'hygiène, de sécurité et de nettoyage. Forts de notre expérience dans le secteur, nous accompagnons les entreprises dans l'implémentation d'une politique de durabilité en tant que distributeur multimarques alliant performance et innovation.

Qui a initié le projet de certification UNITAR et pourquoi ?

Guillaume, Responsable Marketing & Communication, et Hugues, Directeur général, ont décidé de lancer Global Net dans la certification UNITAR suite à une réunion d'information organisée par la CCI Wapi chez AAVO, elle-même en cours de certification. L'idée d'une certification environnementale avait déjà été évoquée au sein du Management Team, mais la certification UNITAR a été choisie pour ses multiples leviers environnementaux et humains. Un groupe de travail a été formé pour concrétiser ce projet au sein de notre entreprise.



Quelles actions dans le programme de certification sont les plus significatives pour vous et pourquoi ?



- **Don de sang** : L'organisation du don de sang via Global Net a encouragé plusieurs collègues à le faire pour la première fois. Cette action devrait être pérennisée annuellement.



- **Croix Rouge** : Deux journées ont été organisées à la Croix-Rouge de Belgique (Tournai et Liège). À Tournai, l'accent a été mis sur la sensibilisation de nos équipes à l'importance de la solidarité et du partage, avec des échanges avec les bénévoles et les résidents, suivis d'un barbecue convivial. À Liège, nous avons nettoyé, rangé et réhabilité une salle commune pour offrir aux résidents un espace accueillant.



Quels obstacles avez-vous rencontrés dans le processus de certification UNITAR et comment les avez-vous surmontés ?

- **Intégration des employés/ouvriers** : Impliquer tous les membres de l'équipe, y compris les employés et les ouvriers, dans ce projet de durabilité a été un défi majeur. Certaines personnes ont initialement eu du mal à comprendre l'importance des changements et ont résisté à l'adoption de nouvelles pratiques environnementales. Travailler sur la sensibilisation continue et l'éducation a été essentiel pour surmonter cette barrière.
- **Changement des habitudes** : Modifier les habitudes établies des collègues a été une tâche complexe. Passer d'une utilisation de consommables jetables à des alternatives durables a impliqué non seulement un ajustement matériel mais aussi un changement mental. Éduquer sur l'impact positif de ces changements et fournir des alternatives pratiques a demandé du temps et de la persévérance.

Quels sont vos prochains gros défis dans votre démarche de durabilité ?

- **Installation des panneaux solaires** : L'un de nos principaux objectifs est de passer à l'énergie solaire pour alimenter nos opérations. Cependant, cela implique un investissement financier substantiel et une planification minutieuse pour s'assurer que l'installation soit optimale et durable. Nous sommes en train d'explorer les meilleures options et de travailler avec des experts pour concrétiser ce projet.
- **Sensibilisation des clients et fournisseurs** : Étendre notre engagement en matière de durabilité au-delà de nos frontières organisationnelles est un défi important. Sensibiliser nos clients pour les encourager à adopter des pratiques durables et travailler avec nos fournisseurs pour garantir qu'ils partagent nos valeurs environnementales nécessite une communication efficace et une collaboration continue. Nous prévoyons d'organiser des ateliers, des séminaires et des partenariats pour atteindre cet objectif.

Quel est l'objectif ultime de l'obtention de cette certification UNITAR ?

Nous sommes convaincus que la durabilité est avant tout un enjeu humain et collaboratif. Notre objectif premier est d'impliquer et de sensibiliser un maximum de nos collaborateurs dans cette démarche et de réaliser des actions significatives pour la durabilité, bien au-delà de la certification elle-même.



ILS SONT DEVENUS MEMBRES DE LA CCI WAPI

1 | **CENTRE HOSPITALIER DE MOUSCRON**
HÔPITAL DE MOUSCRON



Grégoire Lefebvre

2 | **ACTIEF INTERIM**
AGENCE D'INTÉRIM



Jérémie Vendeville

3 | **21 ACADEMY**
MANAGEMENT HUMAIN POUR LES ENTREPRISES



Laurent Duez

4 | **BOTALYS**
RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT EN BIOTECHNOLOGIE



Pierre-Antoine Mariage

5 | **MY HOME DOMOTICS CONSULT**
INTÉGRATEUR DOMOTIQUE & DÉVELOPPEMENT DE LOGICIEL EN WINDEV



Albert-Pierre Hache

6 | **DEL FAB VALENTINO**
CHOCOLATERIE, CONFISERIE & ARTICLES CADEAUX



Fabian De Loor

7 | **PRO-JEM**
MECHANICAL ENGINEERING



Philippe Moulart

8 | **LEADER TOURISME**
SOCIÉTÉ DE TRANSPORTS-VOYAGE EN BUS



Julien Donche

9 | **BELFIUS SILLE ET DENDRE**
BANQUE ET ASSURANCES



Frank Detraux

10 | **SMPI**
SABLAGE - MÉTALLISATION - PEINTURE INDUSTRIELLE EN ATELIER - SOUDURE



Damien Bridoux

11 | **PARDUYNS**
NÉGOCE DE PETITES FOURNITURES INDUSTRIELLES



Laurent Vanhoudenhove

12 | **OMNI-TERM WALLONIE**
CHAUFFAGE & ENERGIES RENOUVELABLES



Julien Cailleateau

13 | **CALLENS - DECAMPS**
BOULANGERIE, PÂTISSERIE



Nathalie Callens

14 | **BRULÉ-SCIEUR**
HUISSIERS DE JUSTICE



Michel Scieur

15 | **ABHYANGA ZEN**
SANTÉ & BIEN-ÊTRE



Sitan Dramé

16 | **MAXI CHALET**
MENUISERIE, JARDINAGE



François Christiaens

17 | **ESCALE AVENTURE**
PARC DE LOISIRS



Paul Bertrand

18 | **EXOSENS BEAUTY PERFUMES**
COMMERCE DE PARFUMS



Roland Vola

19 | **LOAK.STUDIO**
AGENCE WEB ET CRÉATION DE SITES INTERNET



Tristan Galand

20 | **HORS-NORMES EVENT**
ORGANISATION EVENT, TRAITEUR, CONSEIL RP ET COMMUNICATION



Jérémy Nobels

21 | **ARTISPORT EVENTS**
CRÉATION D'ÉVÉNEMENTS SPORTIFS



Ruddy Naessens

22 | **PRISM VIDEO**
MARKETING DIGITAL - PRODUCTION VIDÉO



Caroline Cesaro

23 | **PG FACILITATION & FORMATION**
BOOSTER DE RÉUNIONS COLLECTIVES



Priscilla Génicot

AGENDA

DE LA CCI WAPI

24 OCTOBRE : TECHNIQUES & MOYENS DE PAIEMENT À L'EXPORT

Je commence à importer ou à exporter. Quels sont les moyens de paiement avec l'étranger ? Votre Business se développe et vous êtes amenés à exporter ou à importer mais vous ne connaissez pas encore les différents moyens d'effectuer ou de recevoir des paiements de l'étranger.

09 NOVEMBRE : WAPITOUR ISCAL

La CCI Wallonie picarde convie ses membres à une visite de la Sucrierie de Fontenoy. Connue et réputée pour sa transformation de betteraves en sucre, iscal accompagne ses planteurs et clients en produisant un sucre et des dérivés de qualité.

L'entreprise est fière de travailler dans une filière courte avec 99,5% d'agriculteurs provenant de Belgique. Elle met également l'accent sur différents axes de travail: les aspects agronomique & énergétique ainsi que la décarbonation.

16 & 23 NOVEMBRE : FORMATION DOUANE DE BASE

Vous importez/exportez et ne savez pas quels sont vos droits et devoirs ? Cette formation comprendra notamment :

Vous importez/exportez et ne savez pas quels sont vos droits et devoirs ? Cette formation comprendra notamment :

- Code des douanes de l'Union
- Législation européenne
- Notions de base et jargon douanier
- Classement tarifaire des marchandises
- Valeur en douane et incoterms
- Origine économique et préférentielle
- Les échanges avec la Turquie
- Les régimes douaniers particuliers (économiques)
- Les cases principales du document douanier
- La certification AEO

Infos et inscription : www.cciwapi.be

NOTES

Laissez-nous
votre avis
sur le B Wapi



PERSONNES À CONTACTER

Magazine de la CCI Wapi avec le soutien de WapInvest



**CCI WALLONIE
PICARDE a.s.b.l.**
Rue du Follet 10, bte 003
7540 Kain
www.cciwapi.be
info@cciwapi.be



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



DEJONCKHEERE GROUP

