



141

AUTOMNE 2018

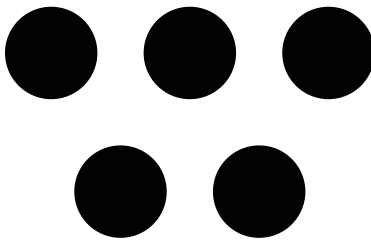
WALLONIE + BRUXELLES
REVUE TRIMESTRIELLE
INTERNATIONALE ÉDITÉE
PAR LA FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES
ET LA WALLONIE

DOSSIER
IGLOO : 40 ANS
DE COMBAT
POUR LA
MUSIQUE

PORTRAIT
TYPH BARROW,
EN TOUTE SIMPLICITÉ

INNOVATION
« DUMBOT » ET « BOTIBOUW » :
LES CHAMPIONS D'EUROPE MONTOIS

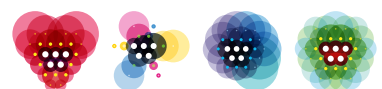




Wallonia.be

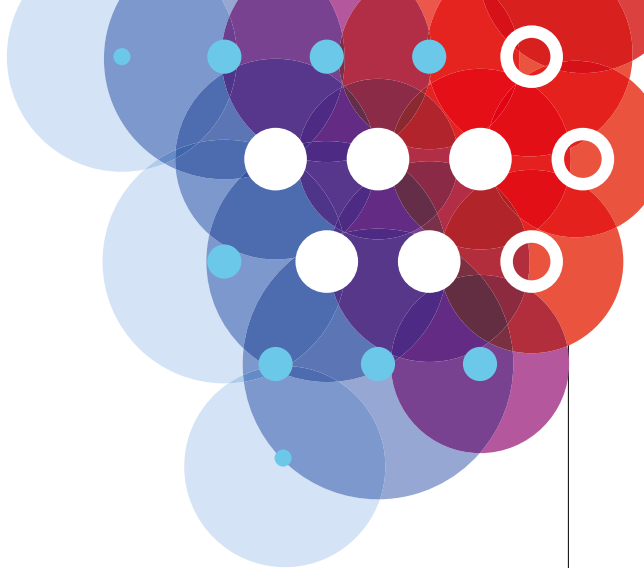
DEVENEZ AMBASSADEUR DE LA MARQUE
BECOME A BRAND AMBASSADOR

Feel inspired



W+B

WALLONIE + BRUXELLES
REVUE TRIMESTRIELLE
INTERNATIONALE ÉDITÉE
PAR LA FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES
ET LA WALLONIE



04 ÉDITO

ENTRE MUSIQUE ET NATURE,
DE WALLONIE-BRUXELLES
À L'INTERNATIONAL



06 DOSSIER

IGLOO : 40 ANS DE COMBAT
POUR LA MUSIQUE
par Charline Cauchie



14 PORTRAIT

TYPH BARROW,
EN TOUTE SIMPLICITÉ
par Emmanuelle Dejaiffe



16 CULTURE

MAROC ET WALLONIE-BRUXELLES,
DES LIENS SANS CESSÉ
RENOUVELÉS
par Isabelle Plumhans



20 ENTREPRISE

WNM, LA COUPE DU MONDE
DE L'AUDIO
par Jacqueline Remits



24 INNOVATION

« DUMBOT » ET « BOTIBOUW » :
LES CHAMPIONS D'EUROPE
MONTAIS
par Vincent Liévin



28 COOPÉRATION AU DÉVELOPPEMENT

BE MOR(E), SOIXANTE IDÉES
D'ENTREPRISE
par Jean-François Pollet



30 TOURISME

GÉOPARC FAMENNE-ARDENNE :
UNE RECONNAISSANCE
MONDIALE
par Jean-Marie Antoine



32 JEUNESSE

LE STAGE À L'ÉTRANGER ?
UNE EXPÉRIENCE
QUI MÈNE À L'EMPLOI
par Laurence Briquet



34 MODE/DESIGN

MAISON MARCY,
LE PYJAMA VISIONNAIRE
par Marie Honnay



36 SOCIÉTÉ

@HOME 18-24 : TOIT, SOUTIEN
ET AUTONOMIE
par Catherine Callico



38 SURVOLS



ENTRE MUSIQUE ET NATURE, DE WALLONIE-BRUXELLES À L'INTERNATIONAL



*Le Point de vue de la Roche à Tellin,
un des joyaux du Géopark Famenne-
Ardenne, reconnu par l'Unesco*
© Geopark Famenne-Ardenne



Et nous voici déjà en automne... Pour ce numéro de septembre, la Revue W+B vous a concocté un petit sujet sur une thématique peu abordée, les labels musicaux de Wallonie-Bruxelles. A l'occasion du 40^e anniversaire du label Igloo, un des fleurons du secteur, nous vous proposons de découvrir les rouages du milieu, et nous en profitons pour faire un petit tour d'horizon.

En outre, nous vous invitons à la rencontre de Typh Barrow, jeune chanteuse bruxelloise à la voix chaude et envoûtante, qui n'a pas fini de faire parler d'elle, et de la Maison Marcy, pour laquelle les pyjamas sont loin de ressembler aux pilous de nos grands-parents.

Nous tenions également à mettre en valeur nos champions d'Europe de robotique, l'équipe de l'UMons, les « 7 Mons'quetaires », ainsi que le Géopark Famenne-Ardenne, labellisé par l'UNESCO.

Bonne lecture ! ●

IGLOO : 40 ANS DE COMBAT POUR LA MUSIQUE



Igloo Records est le fruit d'une amitié joyeuse et d'une passion sans bornes pour la musique alternative. 40 ans après sa création, grâce à des artistes qui en portent fièrement les couleurs, le label est toujours bien là pour défendre les genres musicaux situés "en-dehors de l'industrie et du commerce", comme l'explique Daniel Sotiaux. Le fondateur d'Igloo a fait carrière dans la diplomatie, sans jamais perdre de vue son "bébé". Retraité depuis l'an dernier, il revient avec nous sur l'histoire et les enjeux des labels indépendants en Fédération Wallonie-Bruxelles.

PAR CHARLINE CAUCHIE

Daniel Leon (ingénieur du son)
et Eric Legnini pendant l'enregistrement
de 'Never let me go' de J. Pelzer
© Jacky Lepage



C'est quoi Igloo Records ?

La philosophie du label a toujours été de favoriser la diversité, de permettre aux expressions musicales plus marginales d'être entendues et soutenues dans un contexte musical menacé d'uniformisation. Si le jazz est devenu le domaine principal, Igloo est resté ouvert aux créations plus « inclassables ». Il s'est aussi diversifié en intégrant, fin des années 90, des projets issus de rencontres culturelles sous la bannière « Igloo Mondo ».

Comment Igloo choisit les artistes qu'il produit ?

C'est important de dire que c'est d'abord les artistes qui nous choisissent. Le jour où les artistes ne feront plus appel à nous pour produire leur album, on n'existera plus. Nous recevons des dizaines de propositions et nous en enregistrons plus ou moins une sur quatre. C'est le comité d'avis qui sélectionne. Il est composé de journalistes, de programmeurs qui ont des discussions approfondies sur l'originalité, la carrière de l'artiste, la proposition musicale. Puis, c'est l'équipe, quatre permanents à qui je rends ici hommage, qui travaille avec l'artiste : pré-production, puis production, promotion et suivi. Cette dernière tâche prend une importance grandissante car Igloo organise de plus en plus souvent

des événements de sortie pour valoriser l'album.

La légende veut que Igloo ait été fondé sur une sorte de hasard. Quelle est cette histoire ?

Légende, c'est un grand mot ! En 1978, je m'intéresse au support discographique. Mon ami Jean-Paul Ganty, un artiste que j'aimais beaucoup, cherche à sortir un album, mais aucune maison ne l'accepte. Tard dans la nuit, on s'est dit : "Arrêtons de nous plaindre et faisons-le". Le nom Igloo vient quant à lui d'un fanzine que l'on polycopiait avec des potes carolos. Par un jeu surréaliste, on l'avait appelé Igloo. La revue a disparu, mais j'ai repris ce nom par fidélité à quelque chose que j'avais beaucoup aimé !

On est alors dix ans après Mai 68.

Oui, nous, les baby-boomers additionnés à cette période post-68, cela donne un moment de création tous azimuts dans la musique, le théâtre, le cinéma, l'audiovisuel. A l'époque, on en a assez que la RTBF et les grandes institutions théâtrales accaparent la culture. Du coup, autour de cet 'establishment' va naître un courant de réappropriation des moyens de production : les radios libres, les télévisions communautaires, la jeune scène théâtrale (le Varia, les Tanneurs, etc.) apparaissent à cette période.

Igloo, c'est la même idée : se ré-appropriier la production de la musique.

Tout à fait. Le support disque à cette époque-là est accaparé par quelques grandes multinationales, même pas basées en Belgique. Il n'y avait quasi pas moyen de faire un disque en Communauté française. On n'était pas les premiers à lancer un label, et il y avait pas mal d'artistes qui s'auto-produisaient, mais cela avait ses limites... L'ASBL Igloo voulait créer l'interface entre les artistes et l'industrie de la musique, en faisant la distribution, la diffusion, les contacts avec la presse, etc.

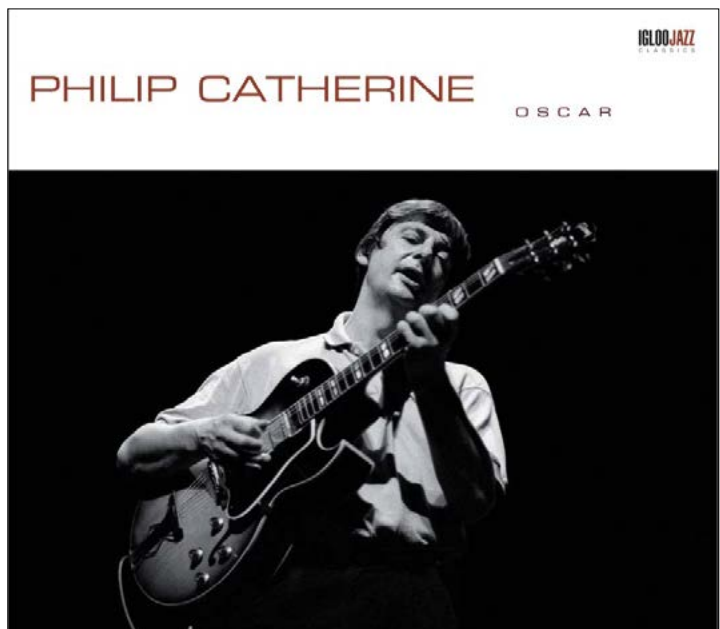
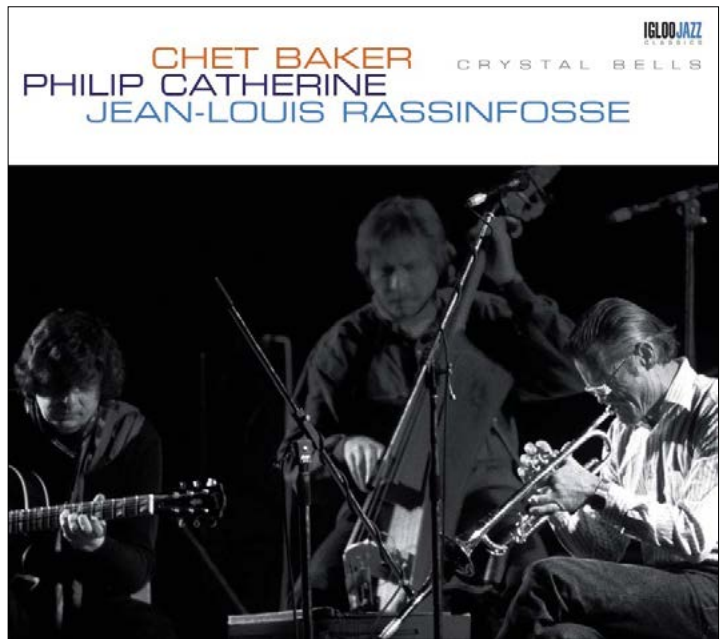
40 ans plus tard, l'accaparement dans le secteur musical est plus que jamais une réalité...

Il s'est déplacé de la production à la distribution et à la diffusion avec les plateformes de téléchargement et de streaming, Amazon, etc. Nous avons trouvé une alternative au niveau national. Aujourd'hui, il faudrait des alternatives à un échelon international. Ne diabolisons pas : de nos jours, on accède plus aisément à la musique. Je peux acheter un album produit en Australie, cela a ses avantages. Mais, en même temps, cela signifie la disparition des revenus des artistes qui ne peuvent plus vivre ni des droits d'auteur, ni de la vente des disques...

>>



Daniel Sotiaux,
fondateur du label Igloo



IGLOO RECORDS : QUATRE DÉCENNIES DE SUCCÈS

1978

Création du label dans l'effervescence culturelle de la fin des seventies. Dans un premier temps, le label produit de la poésie sonore, des musiques improvisées, etc. Igloo Records ne cessera de mettre en valeur les Objets Musicaux Non Identifiés comme la fanfare surréaliste Combo Belge à qui l'on doit le générique de l'émission *Strip-tease* ou, plus récemment, l'Ensemble Musique Nouvelles sous la direction de Stéphane Collin.

Années 80

Fusion avec le label LDH et premières productions de jazz : Chet Baker, Philip Catherine, Jacques Pelzer, Michel Herr, Steve Houben, Charles Loos, etc. Autant de noms qui forgent la réputation d'Igloo à l'international et lui permettent de développer son ambition première : devenir une plateforme pour les futurs talents. C'est ainsi que le label a mis en lumière la génération de Nathalie Lories, Eric Legnini, Ivan Paduart, Manuel Hermia ; puis Mélanie de Biasio, Greg Houben, Pascal Mohy, et bien d'autres.

Années 80 (encore)

La chanson française « made in Belgium » garde une place importante avec le label Franc'Amour qui produit Maurane, Pascal Charpentier, Claude Semal, William Dunker (Disque d'Or 2000), etc. et suivra ensuite les pas de Marc Lelangue ou Christiane Stefanski, la chanson pour enfant avec Christian Merveille, puis Jean-Louis Daulne et Balimurphy.

Années 2000

Igloo Records crée un label de musique du monde, IglooMondo, dédié aux collaborations multiculturelles. Notamment Pierre Van Dormael avec le joueur de Kora sénégalais Soriba Kouyaté, Määk's Spirit avec les Gnaouas Express ou encore Majid Bekkas avec Louis Sclavis et Minino Garay. Depuis sa création, de nombreux autres artistes l'ont enrichi : Wendo Kolosoy, père de la rumba congolaise, la bassiste ivoirienne Manou Gallo ou encore le Blues Touareg de Kel Assouf.

Années 2010

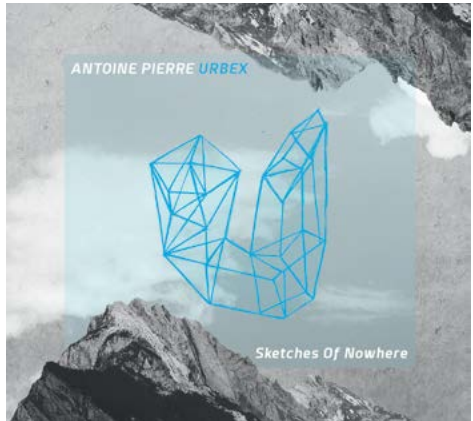
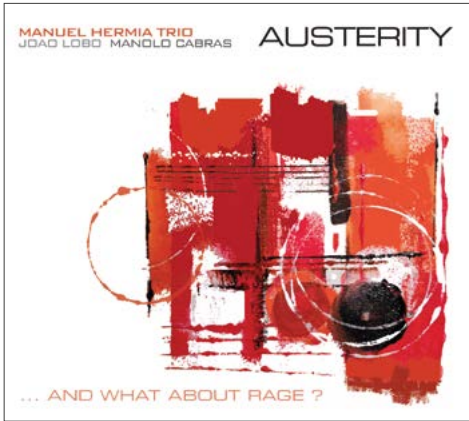
C'est la mise en valeur de la nouvelle vague du jazz parmi laquelle on compte Igor Gehenot, Antoine Pierre, Guillaume Vierset ou Jean-Paul Estiévenart, etc. Aujourd'hui, le label peut se prévaloir de plus de 200 enregistrements représentant trois décennies de jazz en Belgique.

2013

Igloo records ouvre ses portes aux artistes d'expression francophone en général avec le label «Factice» dédié à musique d'expression francophone plus actuelle : Sacha Toorop, Mochélan, Mathias Bressan, Karim Gharbi, etc.



Philip Catherine © Jacky Lepage





OÙ FÊTER LES 40 ANS D'IGLOO ?

Du 25/09 au 19/10/18 :
Exposition « IGLOO - 40 ANS »
à la galerie Putsch de l'ERG
à Bruxelles

Le 4/10/18 :
LG Jazz Collective
et Stéphane Mercier
au Rideau rouge à Lasne

Le 6/10/18 :
Martin Salemi
et Jean-Paul Estiévenart
au JAZZ9 à Mazy

Le 12/10/18 :
Jean-Paul Estiévenart,
Antoine Pierre Urbex
et Fabrizio Cassol
au PBA à Charleroi

Le 12/10/18 :
Sacha Toorop
et Mathias Bressan
au Théâtre 140 à Bruxelles

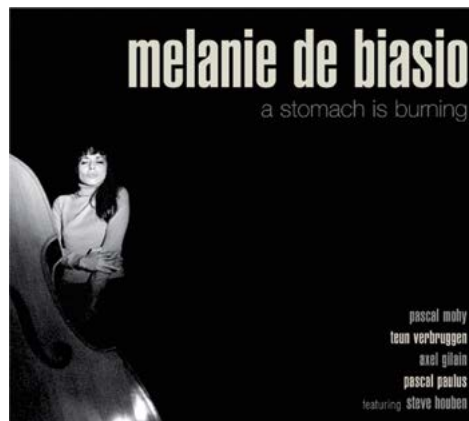
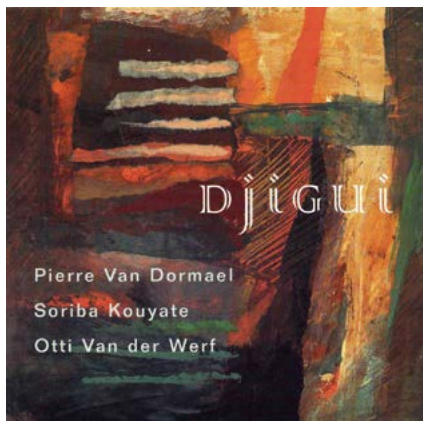
Le 20/10/18 :
Stéphane Mercier
et Julien Tassin
à l'An vert à Liège

Le 15/11/18 :
Lorenzo Di Maio,
Nathalie Loriers
et Jean-Paul Estiévenart
au CC La Louvière

Le 22/11/2018 :
Sacha Toorop
et Mathias Bressan
au Studio de l'Ermitage à Paris

Le 27/11/18 :
L'Orchestre du Lion
au Centre Wallonie-Bruxelles
à Paris

Le 29/11/18 :
Lorenzo Di Maio
et Eric Legnini
au Centre Wallonie-Bruxelles
à Paris





>> **Il reste les revenus liés aux prestations sur scène...**

Certes, il y a une démultiplication des opportunités, mais, bien souvent, les festivals utilisent l'essentiel de leur budget pour payer de grandes stars. Alors, pour les autres, il ne reste pas grand-chose. Pire, je ne les citerai pas, mais certains font même payer les artistes en leur disant « vous allez vous faire connaître, c'est de la promotion pour vous ». C'est le piège dans lequel l'artiste se retrouve souvent.

En tant que label, quels sont vos liens avec les festivals ? Votre métier évolue aussi, non ?

Nous ne sommes pas des tourneurs ou des bookeurs, même si on le fait au moment de la sortie de l'album. Cela nous amène à col-

laborer avec des festivals, comme récemment avec le Gaume Jazz Festival, pour confirmer une logique de partenariat. On les informe plus d'un an à l'avance des sorties de disques pour leur permettre de faire leur programmation en fonction. Et inversement ! On peut envisager des projets d'album sur base de concerts originaux ou exclusifs.

Comment envisagez-vous les 40 prochaines années d'Igloo ?

Il va falloir retrouver un modèle économique adapté à la disparition du support physique. Il faut réfléchir à cela avec les artistes sachant qu'à l'heure actuelle, on se heurte à des pouvoirs qui nous dépassent. Faire plier ne sera pas simple. Alors, ne nous contentons pas du rapport de force. Je vois

deux pistes. Le spectacle vivant, la scène, on en a parlé. Puis, il me semble qu'en 40 ans, on a perdu quelque chose qui était alors très présent : l'entraide globale. Il y avait de grandes solidarités entre les acteurs de la culture. Pour nous, c'était avec les Lundis d'Hortense, avec d'autres labels ou des centres culturels. On avait un but commun : faire émerger une culture à laquelle on croyait. Aujourd'hui, il y a plus d'individualisme. Si on ne recrée pas des solidarités à l'interne, au sein de la Communauté française et à l'international, on y arrivera pas. Il faut dépasser le chacun pour soi.

Avez-vous un exemple de solidarité ?

Deux exemples. D'abord, le Belgian Jazz Meeting. C'est un show-



Jean-Paul Estiévenart © Mael G. Lagadec

case organisé par la Flandre et la Fédération Wallonie-Bruxelles, qui sélectionnent chacune six artistes et invitent des acheteurs internationaux à rencontrer le meilleur de notre scène. Ensuite, je peux citer la réunion du réseau des festivals de jazz européens qui s'est déroulée au Gaume Jazz Festival cette année. Conscients du problème, les festivals de jazz créent des échanges pour faire des économies d'échelle et toucher d'autres publics. ●



Igor Gehenot © Cees van de Ven

Quand IGLOO RECORDS se crée en 1978, il y a peu d'autres labels indépendants en Belgique.

Dans les années 1980, naîtront :

- **PLAY IT AGAIN SAM ! (PIAS)**, qui deviendra le plus gros des indépendants. Fondé par Kenny Gates et Michel Lambot, il a aujourd'hui des filiales en Allemagne, Espagne, Hollande, France et Angleterre.
- **CRAMMED DISCS** par le musicien Marc Hollander. Sa production éclectique mélange rock, musiques du monde et musique électronique.
- **SUB ROSA**, qui produit une vaste anthologie de musiques concrètes, bruitistes et électroniques. La maison publie également des archives de l'avant-garde (Marcel Duchamp, William Burroughs, etc.), des pièces de musiques électroniques anciennes (Henri Pousseur, Tod Dockstader) et certaines musiques traditionnelles.
- **LES DISQUES DU CRÉPUSCULE**, qui ont continué leurs activités jusqu'en 2006. Le riche catalogue du label montre ses liens avec le Royaume-Uni. La scène belge est représentée par The Names, Marine, Isolation Ward, etc.

Dans les années 1990, apparaîtront :

- **CARBON 7**, du jazz moderne à l'avant-garde, des musiques expérimentales à la world music. Plus de production depuis 2007.
- **CYPRES RECORDS**, qui se spécialise d'abord dans l'édition discographique de musique contemporaine, puis qui s'ouvrira à la musique ancienne ainsi qu'aux périodes classique, romantique et moderne. Le label Cypres édite aujourd'hui un répertoire de plus de 200 titres de grande qualité.
- **HOMERECORDS**, dont la particularité est la production d'une musique essentiellement acoustique. Il produit et souhaite désormais réaliser des vidéos pour la promotion de chaque artiste du label.

Et plus récemment, citons encore :

- **OUTHERE**, un groupe producteur et distributeur belge de musique classique qui intègre différents labels anciennement indépendants, dont certains sont spécialisés dans la musique ancienne. Outhere publie aussi du jazz.
- **MOGNO MUSIC**, fondé par le bassiste Henri Greindl et organisé en collections : roots, fusion, jazz et expérimental.
- **QUETZAL** (Patrick Bauwens) avec des disques de Charles Loos et Yvan Paduart.

TYPH BARROW, EN TOUTE SIMPLICITÉ

Alors qu'elle revient des Francofolies de Spa, que son dernier album *Raw* marche fort et qu'elle prépare bientôt ses concerts de l'automne, Typh Barrow consacre à W+B le temps d'une interview. On pourrait écouter la jeune artiste bruxelloise pendant des heures tant sa passion et ses convictions sont communicatives. Rencontre avec une musicienne sincère dont le défi est de vivre de et pour la musique.

PAR EMMANUELLE DEJAIFFE



© François Leboutte

Comment te définis-tu ?

Comme une vieille âme dans un corps de jeune adulte (rire). C'est difficile de se définir mais c'est ainsi que je le ressens. J'ai l'impression de ne pas avoir l'âge que j'ai. De façon plus terre-à-terre, je suis quelqu'un de très entier, de passionné et d' impatient !

La musique, c'est...

*Dans ma vie, la musique a toujours été une évidence. La soul des années 60/70, le blues, le jazz sont les musiques avec lesquelles j'ai grandi. J'ai très vite su que je voulais me diriger vers un mélange de soul et pop. Dans *Raw*, je ne me prive pas pour autant d'explorer mes influences hip hop, ragga, blues ou jazz. La musique, c'est aussi la scène qui reste toujours un moment fort, j'y laisse un petit bout de moi.*

Te vois-tu comme une artiste engagée ?

*Sans être une chanteuse engagée - d'autres le font mieux que moi - je parle de sujets qui me touchent et sur lesquels j'ai envie de m'exprimer. Par exemple, la chanson *Taboo* sur l'album évoque la question de l'homosexualité. Pour moi, la musique permet de transmettre des émotions, d'échapper au quotidien, de sortir du réel.*

Quel est ton parcours ?

J'ai commencé la musique à cinq, six ans avec un parcours assez classique : solfège, piano... Vers douze ans, j'ai commencé à écrire mes propres textes. Avec ma voix très androgyne, je n'arrivais pas à chanter les grandes chanteuses de l'époque et j'avais besoin de m'exprimer. Ces chansons étaient adaptées à ma tessiture. Dès quatorze, quinze ans, j'ai eu l'opportunité de jouer dans des piano bars. J'y ai fait mes armes et j'ai appris à apprivoiser un public. Cela a représenté une super école.

Et tes études ?

J'ai étudié au Conservatoire en section Jazz, qui m'a enseigné, entre autre, à dialoguer avec mes musiciens. Parallèlement, j'ai étudié le Droit avec une spécialisation en propriété intellectuelle. Enfin, au niveau professionnel, j'ai rapidement rencontré François Leboutte, mon producteur. Nous

travaillons en binôme depuis les débuts de cette aventure.

Quelle est ton actualité ?

*A la rentrée, je joue à l'Ancienne Belgique le 5 octobre. Le concert est sold out. Cela me touche énormément. C'est un rêve, comme l'était la sortie de *Raw*, en janvier dernier, notamment dans sa version vinyle ! Mon producteur m'en a fait la surprise. Une date est ouverte au Cirque Royal le 26 avril et je serai au Forum de Liège le 10 mai. Je commence aussi à travailler sur le prochain album. J'enchaîne un peu tout en même temps sans m'arrêter ! Mais c'est très bien, j'essaie de vivre le présent à fond.*





© François Leboutte

Et l'étranger ?

Doucement, cela commence à s'ouvrir. On a eu une date à Paris en mai. Une autre est prévue en septembre en Italie.

Le numérique permet-il que les frontières s'estompent ?

Oui. Tout à coup, l'artiste touche un public mondial en restant dans sa chambre derrière un écran d'ordinateur sans coût. Pour moi, cela s'est un peu passé ainsi. En postant les premières vidéos sur YouTube pour donner du contenu aux internautes, on n'imaginait pas la résonance que cela déclencherait à l'international. Des gens nous suivent partout, parfois depuis des zones inattendues, comme la

Géorgie par exemple. On reçoit des commandes de CD à l'international mais cela reste minime par rapport à ce qu'on vit ici.



Pochette de l'album 'RAW'
© François Leboutte

Un rêve, une envie professionnelle pour conclure l'entretien ?

J'en ai plein ! Il y a par exemple beaucoup d'artistes avec lesquels j'aimerais travailler sans citer de noms car j'en oublierais. L'un de mes rêves est aussi de jouer avec un Orchestre symphonique. ●

Le site officiel où retrouver l'agenda des concerts :
typhbarrow.net
Raw (Deluxe Editions) - 2018



Vernissage du projet 'Dialogue Gravé' à Agadir © Ahmed Boutgaba for Action

MAROC ET WALLONIE-BRUXELLES, DES LIENS SANS CESSER RENOUVELÉS

PAR ISABELLE PLUMHANS

La création est riche au Maroc. Elle se veut ouverte sur le monde et sur l'autre. Mais parfois, il y est difficile de se faire une place dans les réseaux officiels du pays. Les artistes créent alors dans des circuits alternatifs, élaborant leurs propres réseaux de production et diffusion. Réseaux qui passent parfois par la Belgique. Nous avons rencontré quelques-uns des artistes qui font lien avec notre pays.

HABIB, GÄETAN ET HAKIMA, LA CULTURE POUR TRANSMISSION

L'histoire de ces trois-là illustre les liens belgo-marocains. 1960, tremblement de terre à Agadir. Grâce à l'amitié belgo-marocaine, certains enfants de la ville sont accueillis par des familles belges. **Habib Harem** est de ceux-là. Il grandit dans sa famille d'accueil, étudie la gravure à Saint-Luc, travaille dans une imprimerie du Brabant Wallon, débute son travail d'artiste, enseigne à son tour son art et expose. Au cours d'un vernissage, il rencontre Chantal Hardy, qui part entamer un dialogue avec des artistes du Vietnam. Des résidences là-bas, entre artistes belges et vietnamiens, et des expositions, là et ici. Habib est de l'aventure, le projet est un succès. En 2017, ils remettent ça, au Maroc cette fois. Le fils d'Habib, **Gaëtan**, et sa femme

Hakima Moubsete, sont de l'aventure de « **Dialogue Gravé, une amitié belgo-marocaine** ». Amis d'enfance, les jeunes gens se sont retrouvés à Agadir, quand Gaëtan était au chevet de sa grand-mère biologique, malade. A l'époque, Gaëtan, réalisateur formé à l'In-sas, travaille à « 5 sur 5 », festival à La Louvière. Hakima collaborera



Habib Harem dans son atelier



Atelier Essaouira lors du projet 'Dialogue Gravé'



Atelier 'SOS Village' durant le projet 'Dialogue Gravé'

bientôt au festival international du documentaire d'Agadir. Ils créent une asbl.

Leur rêve ? Créer un « 5 sur 5 » au Maroc. « *J'ai adoré la façon dont ce festival permettait aux louviérois de se réappropriier la ville.* » Avant ce projet d'ampleur, leur asbl a accueilli « Dialogues gravés »: Gaëtan en était le directeur artistique et technique, Hakima la coordinatrice générale. Et le projet a été plus

loin que le simple dialogue entre artistes marocains et de Wallonie-Bruxelles, puisque des ateliers ont été organisés avec des enfants, des orphelins, des femmes, des personnes handicapées, dans une volonté d'échange réel. Le rêve désormais des deux jeunes gens? Créer ici une asbl wallonne ou bruxelloise qui permettrait de faire le pont de façon pérenne entre ici et là-bas, tout art confondu. Parce que l'histoire d'Habib, Gaëtan et

Hakima, c'est celle de personnes qui ont reçu la générosité en cadeau et qui veulent en faire profiter d'autres, en transmission artistique.

YOUNES BABA ALI, L'ART D'UNE VIE

Younes Baba Ali est né à Oujda, à la frontière algérienne. Il quitte le Maroc à 4 ans, avec sa mère, pour Nantes. Son grand-père, malade, les rejoint peu après. A l'époque, il s'installe chaque jour au chevet de ce grand-père qu'il admire, pour dessiner. Ce grand père pousse Younes à apprendre le dessin, avec la voisine de palier. La famille de Younes a l'esprit ouvert « *tout le monde parle berbère, français, espagnol. Mon grand-père, commerçant parti de rien, était énormément au contact des étrangers.* » Une ouverture qui permet à Younes de tracer sa route hors des chemins classiques, dans la culture. Dans un premier temps, il fait un CAP de dessinateur exécutant en communication graphique puis de technicien maquettiste. En parallèle, émancipé, le jeune homme habite seul un studio. C'est



L'œuvre commandée à Younes Baba Ali par le Kanal - Centre Pompidou, une revisite du vestiaire de l'ancien garage © Aude Tournaye



Younes Baba Ali a donné du mouvement et du son aux casiers de l'ancien vestiaire du garage, devenu le Kanal - Centre Pompidou © Aude Tournaye

la vie de bohème, les amis artistes. Une période faite de rencontres, « *pas toujours stable, mais super enrichissante. Beaucoup de fêtes, le contact avec la musique: c'était très stimulant.* ».

Peu à peu, il s'éloigne du graphisme trop restrictif et carré pour travailler le verre, la céramique, le bois, le métal, inscrivant la matière dans l'espace. Il se réfugie dans des ateliers de peinture « *les seuls endroits où il se sent bien* ». « *Ce qui est important, dans mon travail, c'est voir l'endroit où je suis utile.* »

Comment l'art peut servir. J'essaie de me positionner : quel est mon rôle en tant qu'artiste. Je me pose ces questions depuis 12-13 ans. Un artiste, c'est un kamikaze à sa façon ». L'évolution de son art passera par l'intégration concrète du son à sa production. « *J'ai joué avec des jazzmen, des rappeurs, des musiciens électro, un groupe de Kinshasa et je m'en suis inspiré* ». Le voyage est omniprésent aussi. Après être passé, pour ses études, son travail artistique ou un Erasmus, par Marseille, Strasbourg ou la Pologne – où il souffre du ra-

cisme omniprésent – il découvre Bruxelles. « *Une ville où il fait froid mais ouverte* ». Il décide de s'y installer pour travailler, tout en créant un lieu de création au Maroc. Concrètement, le trentenaire fut notamment commissaire à l'exposition « *Raw Poetry* » à Bozar, dans le cadre du festival Moussem. Puis, jolie consécration, le Kanal-Centre Pompidou lui a commandé une œuvre pour ses collections permanentes. L'installation? L'ancien vestiaire du garage, où il a donné mouvement et son aux casiers qui y sont restés. L'installation évoque les passages de vies successifs dans ce lieu. Faire avec le temps, la matière, les souvenirs, le



Younes Baba Ali © Carlos Casteleira



Dans cette installation, Younes Baba Ali évoque les anciens passages de vies successifs dans ce vestiaire de l'ancien garage Citroën
© Aude Tournaye

son. Au fond, faire avec l'être et le monde dans ce qu'ils ont de plus authentique et réel. Voilà la poésie concrète du travail de Younes Baba Ali.

MAJID BEKKAS, LA MUSIQUE COMME UN PONT

Majid Bekkas est né à Salé, à côté de Rabat, dans une famille musicienne. Dans les années 70, Nass Eljhiwane est un groupe mythique. « *Tous les musiciens étaient influencés par eux. C'était nos Beatles à nous* », nous confie Majid. A l'époque il forme lui-même un groupe, qui jouait aux mariages, dans les écoles. Autodidacte jouant d'instruments traditionnels à ses débuts, il débute ensuite le conservatoire : « *8 ans de solfège, 8 ans de guitare classique. Puis dans les années 80, j'ai commencé la soul. C'est venu après le jazz, dans mon parcours*, poursuit-il. *J'assistais beaucoup aux concerts de jazz à l'ambassade américaine de Rabat* ». En 96, Majid est

contacté par un festival de jazz européen, Jazz aux Oudayas (actuel Jazz au Chellah), pour coordonner la partie marocaine de la programmation. Une opportunité décisive et une rencontre avec le jazz européen; par la suite le musicien entamera de nombreuses collaborations avec les artistes d'Europe. Manu Herbia, Peter Broxman, Lewis Clovis sont de ceux-là. Son premier album, il l'édite chez **Igloo**, un label de Wallonie-Bruxelles. Un peu par hasard: « *Daniel Sotiaux, qui travaillait alors à WBI, a assisté à un de mes concerts au Maroc et a voulu m'acheter un album. Je n'en n'avais pas: ma musique n'était pas commerciale. Il m'a aidé à faire enregistrer le disque* ». Depuis, Majid organise des ateliers pour faire connaître le jazz européen et les musiques traditionnelles marocaines et faire dialoguer les deux. « *La musique, c'est le métissage. Le saxophone est belge, non ?* »

Ce qui l'intéresse dans ces liens entre Maroc et Europe, c'est se faire rencontrer tradition orale ma-

ghrèbine et écrite européenne. « *Au contact des européens, j'ai acquis la rigueur de la musique. Tu es devenu plus européen que les musiciens européens, m'a d'ailleurs dit un musicien allemand* », sourit-il. Celui qui affirme que la musique l'a choisi plus qu'il l'a choisie, pratique un art « *qui lui permet d'être citoyen du monde et de partager sa culture avec le plus grand nombre* ». Les liens pour Majid Bekkas sont essentiels. Et culturels. ●



Majid Bekkas © Majid Bekkas



WNM, LA COUPE DU MONDE DE L'AUDIO

PAR JACQUELINE REMITS

En captant le son des matchs lors du mondial du football en Russie, la société WNM a remporté sa coupe du monde pour la troisième fois. Active depuis plus de vingt ans dans l'audio, elle a équipé les douze stades russes de l'interphonie sans fil. Une nouvelle victoire pour l'entreprise liégeoise.

« L'objectif consistait à capter le plus de détails sonores possibles, d'avoir des sons de ballon, de sentir l'atmosphère d'un stade, les réactions des supporters, leurs cris, d'entendre les joueurs se parler dans le couloir d'avant-match. Des ingénieurs du son mixent l'ensemble », commence **Maxime Van Gorp**, directeur commercial de WNM. Chaque stade compte soixante micros. « Lors de la retransmission d'un événement sportif d'une telle envergure, c'est tout cela que nous essayons de saisir pour le transmettre ensuite aux différentes chaînes de télévision du monde entier. Celles-ci viennent alors rajouter leurs propres commentaires. Le but est de donner au téléspectateur confortablement assis dans son canapé, ou debout devant un grand écran au milieu d'autres supporters, le maximum d'émotions. »

UNE LONGUE AVENTURE

L'aventure commence longtemps avant la Coupe du monde. « Le tout avait déjà été testé en conditions réelles, l'an dernier, dans le stade de Saint-Petersbourg pour la Coupe des confédérations, qui constitue un peu la répétition générale pour les meilleures équipes du monde dans trois stades russes. » En février dernier, les équipes spécialisées de la société font le tour des douze stades, alors inachevés. « Il faisait un très grand froid, moins 30 degrés en général. Nous avons amené le matériel pour prendre au moins quelques mesures dans les différents stades. » En mai, une vingtaine de palettes, avec tout le matériel nécessaire (micros, interphones, casques audio, tables de mixage...), prennent la route de la Russie dans un camion semi-remorque. Fin mai, douze ingénieurs



© WNM

du son, un par stade à équiper et en charge de la gestion de ces systèmes au service des équipes de production TV, ainsi que des techniciens, se rendent sur place et prennent la direction des différents stades.

WNM fournit l'intégralité des solutions d'interphonie sans fil dans les douze stades russes, ainsi que douze ingénieurs du son en charge de la gestion de ces systèmes. La société liégeoise fournit également six autres ingénieurs du son char-

gés de délivrer le signal international aux chaînes TV du monde entier. « *Au total, nous avons envoyé huit équipements de matériel pour douze stades, car il reste toujours quatre stades qui ne produisent pas de match et huit qui travaillent.* »



© WNM

**EN CONTACT PARTOUT :
SOUS LES TRIBUNES,
DANS LES TUNNELS...**

Enfin, la Coupe du monde commence. Lors des matchs, différents techniciens, du caméraman à l'ingénieur du son, s'activent, tous connectés par un système qui leur permet de se parler entre eux et de communiquer avec la régie. « *Via ce système, le réalisateur est en contact avec les différentes équipes*, précise Maxime Van Gorp. *C'est grâce à ce système d'interphonie que toutes ces personnes que l'on voit avec un casque micro sur les oreilles peuvent se parler, que ce soit à*



© WNM

l'intérieur du stade entre les différents corps de métier, mais aussi à l'arrivée du bus, sous les tribunes, dans les tunnels, les vestiaires. Ce n'est pas possible avec de la téléphonie mobile classique. » Une fois un match achevé, une partie de l'équipe se

déplace alors avec le matériel, tandis qu'une autre reste dans le stade.

Si la France a remporté la Coupe du monde 2018 en Russie, cette troisième édition pour WNM est également une victoire pour l'entreprise, après les Coupes du

monde en Afrique du Sud en 2010 et au Brésil en 2014.

D'AUTRES ACTIVITÉS QUE LE SPORT

Fondée en 1995 par **Gaëtan Crenier**, ingénieur du son, et installée à Seraing, WNM est spécialisée dans les systèmes d'interphonie et de transmission analogique et numérique. La société propose différents services audiovisuels broadcast dédiés aux grands événements sportifs. Depuis 2008, elle est prestataire pour ces grands rendez-vous que sont les championnats d'Europe de football, l'Euro, et depuis 2010, les Coupes du monde. Elle y fournit l'ensemble des solutions d'interphonie sans fil dans les stades, pour le personnel, ainsi que pour les tâches liées à la production télévisée. WNM prend également en charge le son pour le signal international aux chaînes de TV du monde entier, c'est-à-dire celui reçu par le téléspecta-



© WNM

teur lors d'un match, mais aussi à de nombreuses productions audiovisuelles.

Si l'entreprise est spécialisée dans la prise de son TV pour des captations sonores sur des événements sportifs, ce n'est pas là son seul cœur de métier. Elle se consacre également à l'installation de studios radios et TV pour différentes chaînes un peu partout dans le monde. « *Nous travaillons beaucoup pour la télévision, souligne Maxime Van Gorp. Nous réfléchissons à l'architecture du studio en matière d'audio. Nous réalisons de la vente d'équipement en Belgique, en France, un peu partout en Europe, au Moyen-Orient... La part de notre chiffre d'affaires à l'exportation est d'au moins 50 %.* » WNM crée aussi des événements particuliers pour des entreprises privées, des organismes et des services publics. Ainsi, elle s'occupe, notamment, de la partie audio des Magritte du Cinéma.

La société, qui emploie aujourd'hui une dizaine de personnes, fait régulièrement appel à son réseau d'indépendants spécialistes du son, selon l'ampleur de l'événement. « *Pour la Coupe du monde, qui demande beaucoup de ressources pendant de nombreuses semaines, nous avons évidemment fait appel à l'ensemble de notre réseau.* »

SUR LES STARTING-BLOCKS POUR LA COUPE DU MONDE AU QATAR

Pour cette entreprise impliquée dans les grands rendez-vous sportifs comme les Jeux olympiques, l'Euro, la Coupe du monde, une année paire est synonyme de plus de travail, de notoriété et de revenus. « *Nous avons pour habitude de dire qu'il y a les années paires avec plus d'événements sportifs et les années impaires, en général un peu plus calmes. Quand ce n'est pas une année de Coupe du monde, nous faisons la même chose, mais à plus petite échelle. Ainsi, nous étions présents lors de l'Euro. En août, des ingénieurs du son sont*

partis en Indonésie pour les Asian Games, les jeux olympiques asiatiques, pour fixer l'ambiance de certaines compétitions. Du foot, il y en a partout en Europe, du basket aussi. Cela se joue beaucoup sur la réputation. La qualité du travail est là, les clients nous font confiance. Nous espérons être encore dans les rails pour la Coupe du monde au Qatar en 2022 », conclut le directeur commercial de WNM. ●



© WNM



© WNM

« DUMBOT » ET « BOTIBOUW » : LES CHAMPIONS D'EUROPE MONTOIS

Pour la première fois, la Belgique règne sur l'Europe de la robotique grâce au concours des étudiants de la Polytech (UMons).

PAR VINCENT LIÉVIN



En mai dernier, **l'Université de Mons** a arboré fièrement les couleurs du drapeau européen. Sept étudiants se sont drapés de bleu, la tête dans les étoiles, après avoir gagné le concours international « Eurobot ». Sabre en bandoulière, les « 7 Mons'quetaires » ont embrassé leurs créations « **Dumbot** » et « **Botibouw** », après avoir vaincu 35 équipes. La Belgique est championne d'Europe de robotique pour la première fois depuis la création du concours en 1998 !



Les 7 Mons'quetaires © UMons

UN DOUBLE TITRE

Les « 7 Mons'quetaires » ont ajouté un second titre à leur tableau après que la Polytech de Mons a remporté en mars dernier, à l'Université de Namur, le titre national (les 24 et 25 mars). Robotix's, la finale de la Coupe de Belgique de robotique, s'y déroulait dans le cadre du Printemps des Sciences. Pourtant, lorsqu'ils ont posé le pied les 12 et 13 mai derniers à La Roche-sur-Yon, les Montois avaient encore tout à prouver à ce niveau comme l'explique **Soufiane El Fani** (Responsable communication et sponsoring / Mécanicien) : « *Nous venons de gagner le titre en Belgique et nous avons beaucoup travaillé pour être prêts pour ce concours européen. Sur place, c'était évidemment stressant et excitant comme lorsqu'on participe à une compétition sportive.* »

UNE TRADITION MONTOISE DE QUALITÉ ET DE RIGUEUR

Devant les Belges de Wallonie-Bruxelles se dressent des pays des quatre coins de l'Europe... et du monde, comme les équipes marocaines, tunisiennes, algériennes ou encore canadiennes. Face à tous ces pays, les Montois proposent une équipe très sou-

dée et mixte. En effet, parmi les « 7 Mons'quetaires », on compte deux femmes passionnées par ce métier d'ingénieur. Voici le détail de l'équipe d'étudiants ingénieurs civils mécaniciens de master 1 de la FPMs : **Flavio Palmeri** (Chef d'équipe / programmation), **François Bovart** (Adjoint au chef et responsable planning / programmation), **Soufiane El Fani** (Responsable communication et sponsoring / Mécanicien), **Maxime Maton** (Secrétaire / Mécanicien), **Daphné Bureau** (Responsable logistique / Mécanicienne), **Adeline Lefevre** (Intermédiaire avec les organisateurs du concours / Électronicienne) et **David Kasavuli** (Trésorier / Électronicien). « *La création de l'équipe a été très intéressante. De semaines en semaines, nous avons de plus en plus d'affinités. Nous améliorions la coordination entre les différents corps de métier qui la composaient: programmation, responsable planning, électromécaniciens, mécaniciens, informatique...* », se souvient Soufiane El Fani. Pour lui, un autre aspect a joué un rôle central dans leur victoire : « *Cela fait 15 ans que les étudiants en polytech de Mons participent au concours et cela permet de profiter d'une expérience importante des professeurs et des anciens élèves pour préparer au mieux les épreuves.* »

WALLONIE!





Les 7 Mons'quetaires et les robots qui les ont menés à la victoire © UMons

CHAQUE ANNÉE, À MONS, LA POLYTECH (LE SERVICE DE GÉNIE MÉCANIQUE) DONNE LA POSSIBILITÉ AUX ÉTUDIANTS QUI VEULENT S'INVESTIR DE PRENDRE PART À LA COUPE DE ROBOTIQUE.

En effet, chaque année, à Mons, la Polytech (le service de Génie Mécanique) donne la possibilité aux étudiants qui veulent s'investir de prendre part à la coupe de robotique. Les étudiants ont donc pu bénéficier de la réputation et de l'expérience de leurs aînés. Pour rappel, au niveau belge, l'année précédente, en 2017, l'équipe « Space MONSters » avait gagné la finale face à l'UCL et en 2016, l'équipe « VaMons a la playa » avait aussi remporté le titre national. « *Tout ceci témoigne d'une dynamique positive et collaborative réelle au sein de la Faculté Polytechnique, au cœur du plan ENG'UP : créer et se créer* », insistait le Doyen de la Faculté Polytechnique, **Pierre Dehombreux**, sur le site de l'Université de Mons lors de la réception des champions d'Europe. En effet, au travers de ce **Plan ENG'UP**, l'université souhaite que chaque étudiant s'interroge sur sa future vie professionnelle et



adopte le parcours de formation le mieux adapté à sa personnalité. Une vision assumée par la Faculté Polytechnique de l'UMONS (Polytech Mons) qui forme des ingénieurs polytechniciens depuis 1837! Elle délivre le diplôme de Master Ingénieur civil dans cinq spécialités : Chimie-Science des Matériaux, Électricité, Informatique et Gestion, Mécanique, Mines et Géologie ainsi qu'un diplôme de Master Ingénieur civil Architecte.

C'EST QUOI LA ROBOTIQUE

L'auteur de science-fiction Isaac Asimov, voici 75 ans, créa les lois de la robotique. Il y précisait notamment qu'un robot ne peut porter atteinte à un être humain, ni permettre, en restant passif, qu'un être humain soit exposé au danger... Des lois inhérentes au concours de La Roche-sur-Yon. Là-bas, les robots des montois devaient construire de nouvelles villes avec pour objectif la préservation de l'environnement sur la thématique « Robot Cities ». « *Nos robots*

avaient quatre tâches prévues que nous avons répétées avant notre arrivée. » ajoute Soufiane El Fani. Elles étaient les suivantes : ranger des cubes de couleur (représenter la construction de logements), mettre des balles dans un réservoir (symboliser le recyclage de l'eau), avec un dispositif mécanique, faire exploser un ballon (une abeille qui butine) et allumer un interrupteur (l'alimentation énergétique). Concrètement, les étudiants montois avaient programmé leurs robots pour réaliser ces actions bien définies qui devaient se dérouler sur une table de 2 x 3 m. « *La précision et la fiabilité sont des éléments essentiels qui nous ont permis de gagner* », ajoute Soufiane El Fani. Nul doute que les prochains étudiants montois de Master 1 qui participeront à la compétition voudront atteindre le même résultat... ●

Plus d'infos sur :
[www.facebook.com/
Les7Monsquetaires2018/](https://www.facebook.com/Les7Monsquetaires2018/)

« NOS ROBOTS AVAIENT QUATRE TÂCHES PRÉVUES QUE NOUS AVIONS RÉPÉTÉES AVANT NOTRE ARRIVÉE : RANGER DES CUBES DE COULEUR (REPRÉSENTER LA CONSTRUCTION DE LOGEMENTS), METTRE DES BALLES DANS UN RÉSERVOIR (SYMBOLISER LE RECYCLAGE DE L'EAU), AVEC UN DISPOSITIF MÉCANIQUE, FAIRE EXPLOSER UN BALLON (UNE ABEILLE QUI BUTINE) ET ALLUMER UN INTERRUPTEUR (L'ALIMENTATION ÉNERGÉTIQUE). »

Les 7 Mons'quetaires, champions d'Europe de robotique, entourés de l'équipe de l'UMons © UMONS



BE MOR(E), SOIXANTE IDÉES D'ENTREPRISE POUR RAPPROCHER WALLONIE- BRUXELLES ET LE MAROC

Fin juin dernier, soixante candidats entrepreneurs marocains et belges défendaient à Molenbeek leur projet, devant un jury d'experts réuni à l'initiative de l'APEFE et de Wallonie-Bruxelles International. Leur point commun ? La volonté de mettre à profit les relations privilégiées entre Wallonie-Bruxelles et le Maroc en développant une activité originale et viable.

PAR JEAN-FRANÇOIS POLLET

Des idées plein la tête et des étoiles dans les yeux, les porteurs de projet ont « pitché » devant un jury de professionnels belges et marocains, en une minute seulement, leurs projets entrepreneuriaux. Les vingt meilleurs projets ont ensuite été enrichis, peaufinés et améliorés par des équipes mixtes constituées séance tenante, durant tout le week-end. L'événement, à la fois compétitif, structurant et convivial, s'est déroulé du 22 au 24 juin, dans les locaux de **Molengeek**, incubateur d'entreprises et espace de coworking et formation, niché dans la commune de Molenbeek.

Une des originalités de cet hackathon est qu'il ait rassemblé une dizaine de jeunes entrepreneurs marocains, dont une majorité de jeunes femmes, sélectionnés dans le cadre du programme **Min Ajliki 2.0** en partenariat avec l'organisation « **Start Up Maroc** ». Min Ajliki



© Apefe

2.0, exécuté par l'**APEFE**¹ sous financement de la coopération belge, promeut, avec ses huit partenaires publics et privés locaux, l'entrepreneuriat féminin.

« *Min Ajliki signifie en arabe dialectal marocain "pour toi femme"* » précise **Luc Ameye**, responsable géographique à l'APEFE. *Il s'agit d'une initiative en grande partie portée par le Maroc qui la finance à 60 %. Nous apportons un complément, d'un peu moins d'un million d'euros par an.* »

Le programme est également soutenu par Wallonie-Bruxelles International, et plus particulièrement la Fédération Wallonie-Bruxelles, qui, dans le cadre de son programme bilatéral de coopération, a inscrit l'organisation annuelle de deux « boot camps », un en Belgique et un au Maroc.

PROMOTION DE LA FEMME

Min Ajliki 2.0 vise la promotion de la femme marocaine par l'affirmation de ses compétences et de sa capacité à créer et développer son entreprise. « *Nous nous adressons à toutes les femmes marocaines*, précise **Benoit Stiévenart**,

Administrateur du Programme au Maroc, *tant aux femmes non scolarisées qu'aux diplômées, tant à celles vivant en milieu rural ou montagneux qu'urbain, tant aux détentrices d'idées innovatrices que de femmes entreprenant dans les secteurs formel et informel. En cinq ans, le programme a notamment sensibilisé 60.000 femmes, formé 4.000 d'entre elles et favorisé la création de 500 entreprises.* »

Le récent partenariat avec Molengeek, qui a abrité le week-end **Be Mor(e)**,

représente un pas supplémentaire dans la promotion de l'auto-emploi. « *Be Mor(e)*², l'événement que nous organisons ensemble, reprend Luc Ameye, veut soutenir les initiatives d'entrepreneurs des deux rives de la Méditerranée soucieux de valoriser leurs relations et leurs connaissances mutuelles. » Be Mor(e) est organisé à l'image d'un startup weekend qui se donne trois jours pour ficeler un projet d'entreprise pertinent et pérenne.



Lors du Be Mor(e) de juin dernier, après la sélection des 20 meilleurs projets, les participants ont confronté et approfondi leurs idées. Avec l'aide de coaches et de mentors professionnels, ils ont ébauché un business plan, imaginé une campagne de communication et envisagé les premiers débouchés commerciaux. « *Il est impressionnant de voir l'évolution des projets en l'espace d'un week-end seulement*, souligne Benoit Stiévenart. *Les candidats apprennent à correctement formuler une idée et à en développer tous les aspects. La pression est forte, car ils viennent défendre leur projet, notamment devant des représentants de grosses sociétés comme Samsung, ce qui n'est pas anodin.* »



© Apefe

FORTE PRESSION

Le dimanche 24 juin après-midi, le jury a finalement retenu trois projets particulièrement novateurs : l'inattendu **Geekoscope**, une application qui transforme un smartphone en microscope à l'aide de quelques accessoires imprimés en 3D, l'écologique **Diamond Wall**, un enduit bio, produit à bon marché au Maroc et qui repousse l'humidité des bâtiments et enfin l'économique **Fenix** qui recycle les déchets plastiques en montures de lunettes. « *Une fois les produits définis*, reprend Luc Ameye, *il reste à envisager leur fabrication et leur distribution. Pour ce faire, les promoteurs bénéficieront maintenant d'un accompagnement de 18 mois ici à Molengeek ou au Maroc, dans un des 10 incubateurs de Min Ajliki 2.0. Cette initiative permet à l'APEFE de rencontrer deux de ses priorités : développer les relations avec le Maroc et encourager l'entrepreneuriat des jeunes et des femmes.* » D'ici la fin de l'année, Be Mor(e) réalisera le volet Sud de son programme avec l'organisation d'un startup weekend à Oujda, la grande ville de l'Oriental marocain. Ces rendez-vous bisannuels se répéteront ensuite au moins jusqu'en 2022. ●



© Apefe



© Apefe

(1) Association pour la Promotion de l'Education et de la Formation à l'Etranger
 (2) Be de Belgium, Mor de Morocco et More signifiant Plus en anglais

GÉOPARK FAMENNE-ARDENNE : UNE RECONNAISSANCE MONDIALE

C'est une grande première dans notre pays: le « Géopark mondial UNESCO Famenne-Ardenne » est né au mois d'avril. Petite visite en terres karstiques.

PAR JEAN-MARIE ANTOINE

C'est un vaste territoire de 911 km² s'étendant sur 8 communes : Beauraing, Durbuy, Hotton, Marche-en-Famenne, Nassogne, Rochefort, Tellin et Wellin. Il est rythmé par trois vallées, façonnées par le cours de la Lesse, de la Lomme et de l'Ourthe. Trois entités géologiques distinctes marquent le paysage : la Famenne septentrionale, grande dépression schisteuse, l'Ardenne méridionale, vaste plateau composé surtout de roches gréseuses et, principalement, la Calestienne cen-

trale, ressaut topographique calcaire extrêmement riche en phénomènes karstiques.

C'est précisément son extraordinaire potentiel géologique, unique en son genre à l'échelle européenne et déjà largement valorisé à des fins touristiques et scientifiques, qui a retenu l'attention des experts de l'**UNESCO**, l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture. On pense bien sûr aux fameuses grottes de Han-sur-Lesse, mais aussi à celles tout

aussi remarquables de Rochefort et de Hotton.

Le **Géopark** se présente aussi comme un vaste espace naturel, fait de bocages et de prairies, de vallons et de forêts profondes. Ajoutez les châteaux, les musées, les villages de caractère ou encore la gastronomie locale, et vous comprendrez que les quelque 67.000 habitants du Géopark sont légitimement fiers de ce patrimoine naturel et culturel qui bénéficie maintenant d'une belle reconnaissance internationale.



Durbuy © Geopark Famenne-Ardenne



La carrière de Resteigne, sur le territoire du Geopark Famenne-Ardenne © Geopark Famenne-Ardenne



Les carrières de Wellin © Geopark Famenne-Ardenne



Les Grottes de Han © Domaine des Grottes de Han



La Résurgence d'Eprave
© Geopark Famenne-Ardenne



Le Moulin de Lomprez
© Geopark Famenne-Ardenne



Rochefort
© Geopark Famenne-Ardenne



Le Gouffre de Belvaux
© Geopark Famenne-Ardenne



Le Château de Lavaux © Geopark Famenne-Ardenne

UNE LABELLISATION POUR UNE IMAGE FORTE

La demande de labellisation auprès de l'UNESCO a été engagée en juin 2014. De dépôts de dossiers en visites d'experts, la procédure de reconnaissance a donc duré près de quatre ans. C'est aussi la période pour laquelle est décerné ce prestigieux label. Des visites de contrôle auront donc lieu en 2022 pour évaluer les opérations de promotion et de valorisation, que ce soit aux niveaux touristique, scientifique ou pédagogique. Mise en place pour la circonstance, l'**asbl Géopark Famenne-Ardenne** s'active donc à créer une marque, mettre en place des outils et développer des projets pour imprimer une image forte à cette destination. Il s'agit aussi d'organiser des

synergies et des partenariats entre les acteurs économiques et touristiques locaux. L'objectif est également de créer au sein de la population un sentiment d'appartenance, afin que les habitants deviennent les ambassadeurs de leur région. Il s'agit encore d'établir des liens étroits et de collaborations avec d'autres Géoparks, de manière déjà à partager les expériences et les bonnes pratiques.

Dans un souci de cohérence et de pérennisation des actions qui seront entreprises, le Ministre wallon du Tourisme, René Collin, vient de signer une convention cadre avec l'asbl Géopark Famenne-Ardenne. Fixée jusqu'en 2023, cette convention prévoit une subvention annuelle de 150.000 € à partir de l'an prochain et 75.000 € pour cette

année 2018. Ce soutien s'ajoute aux subsides versés par les communes membres de l'ASBL.

A terme, l'objectif est d'augmenter la fréquentation touristique de 15%, en misant notamment sur l'intérêt des grands marchés internationaux, comme la Chine ou le Japon, pour ce nouveau venu au sein de la grande famille des 140 Géoparks répartis dans 38 pays à travers le monde.

On devine bien sûr les retombées positives au niveau de l'emploi et du commerce. Et l'on se réjouit du rôle de catalyseur joué par cette prestigieuse reconnaissance au niveau du développement scientifique. Parce que notre Terre a encore beaucoup de choses à nous apprendre. ●



© BIJ

LE STAGE À L'ÉTRANGER ? UNE EXPÉRIENCE QUI MÈNE À L'EMPLOI

PAR LAURENCE BRIQUET

Eurodyssée est un programme de l'Assemblée des Régions d'Europe qui permet aux jeunes de 18 à 35 ans des Régions participant au programme d'effectuer un stage professionnel en Europe. Une expérience unique, aux dires de ceux qui ont déjà tenté l'aventure...

Trouver un emploi n'est pas chose aisée. Du coup, on essaie de mettre toutes les chances de son côté pour que ça marche et, on le sait, lors d'un recrutement, les employeurs sont sensibles à l'expérience mais aussi aux stages à l'étranger. « Ils reconnaissent clairement sa plus-value, non seulement en savoir-faire et création de réseaux internationaux, mais aussi en acquisition de

capacité d'autonomie, d'adaptation à l'environnement, de communication... », explique **Laurence Hermand**, directrice du Bureau International Jeunesse, à Bruxelles. Effectuer un stage à l'étranger, c'est notamment possible grâce à **Eurodyssée**, un programme créé par l'Assemblée des Régions d'Europe et qui permet aux jeunes diplômés de 18 à 35 ans (variable en fonction des régions) d'effectuer un stage professionnel en Europe. C'est le **Bureau International Jeunesse** qui gère ce programme pour la Wallonie tandis qu'Actiris International s'occupe des jeunes Bruxellois désireux de tenter l'aventure.

EXPÉRIENCE CROATE

« J'ai été sélectionné pour effectuer un stage en tant que photographe dans un parc national, en Croatie. C'était vraiment ce qui me fait plaisir : la photo et la biologie », explique **Richard**, qui est parti en Croatie pour un stage de photographe biologiste. « Le programme consistait en un mois de cours de langue intensif et deux



© BIJ



Richard, parti en Croatie pour un stage de photographe biologiste



Adrien Cambron a fait un stage aux Açores pour améliorer l'image de la société Azores Lovers Ltd qui vend des objets 'différents' aux touristes © Azores Lovers Ltd et Adrien Cambron

mois de stage en entreprise, de boulot en tant que tel. Mon travail a consisté à prendre des photos de paysages actuels qui avaient déjà été photographiés il y a 100 ans pour pouvoir faire une comparaison. On m'a également appelé pour couvrir différents projets, comme des événements et aussi, grâce à mon diplôme de biologie, pour une exposition sur les changements climatiques et pour étudier les grands dauphins autour de l'île (...). J'ai très vite noué des contacts avec des locaux qui sont restés des amis et je continue à travailler avec eux sur un projet en cours. Globalement, je suis ravi », ajoute-t-il.

L'idée étant, pour le jeune qui part, de mettre en pratique ses connaissances acquises durant sa formation et de rechercher de nouveaux savoirs pour développer de nouvelles compétences.

FORMATION LINGUISTIQUE

Pour participer à Eurodyssée, il faut être francophone résidant en Wallonie ou dans la région de Bruxelles-Capitale, être demandeur d'emploi ou en stage d'attente et avoir terminé une formation en rapport avec le secteur d'activité proposé. Il faut également être motivé pour apprendre la langue du pays d'accueil. Les régions participantes sont nombreuses. Elles sont situées en Croatie, au Portugal, en France, en Espagne,

à Chypre ou encore en Italie, en Roumanie, en Suisse ou en Géorgie. Le stage dure entre 3 et 7 mois. « Le programme offre des bourses très intéressantes pour couvrir l'hébergement, la nourriture et les transports locaux. Toutes les Régions offrent un cours de langue professionnel, ainsi qu'un programme de découverte touristique », ajoute Laurence Hermand. Notons enfin qu'une enquête sur les retombées des projets sur l'emploi après un stage Eurodyssée a été menée en 2016. Elle a montré que 40% des stagiaires ont trou-

vé un emploi à durée indéterminée dans les mois qui ont suivi le stage, 38% ont bénéficié d'un contrat à durée déterminée et 13% sont devenus indépendants. L'an passé, 33 jeunes Wallons ont effectué un stage à l'étranger, dans le cadre d'Eurodyssée. ●

Si le programme vous intéresse, n'hésitez pas à consulter les nombreuses offres de stage Eurodyssée sur www.lebij.be.



© BU

MAISON MARCY, LE PYJAMA VISIONNAIRE

Il a le sens du décalage. De faux-airs de dandy. Beaucoup d'humour. Et, surtout, une vision. Fondateur de la marque Donaldson, véritable success story à la belge, Marcy Szwaburt a créé, après avoir mis un terme à son premier projet, un label centré sur le pyjama mixte, intemporel et coupé dans les plus belles matières.

PAR MARIE HONNAY

En 2012, trente ans après avoir lancé la marque Donaldson (dont l'aventure a, elle aussi, démarré avec un pyjama), **Marcy Szwaburt** décide de raconter une nouvelle histoire. Il dessine alors un pyjama. Ou, pour être tout à fait précis, un vêtement de jour et de nuit en popeline, satin de coton, coton Oxford ou coton velours, coupé à la perfection, décoré de finitions délicates (comme des boutons en nacre, par exemple) et brodé d'un double M. « *La particularité de nos pyjamas, c'est qu'ils sont conçus comme des chemises d'homme classiques. Ce qui guide mon travail, c'est ma passion pour les belles matières et mon envie*

de raconter une nouvelle histoire deux fois par an », explique ce roi du multitâches, à la fois créateur, distributeur et responsable marketing d'une marque qui lui colle à la peau.

UN PRODUIT FAIT POUR DURER

Les pyjamas et les peignoirs **Maison Marcy** ne sont pas de ceux qui sont périmés après une saison. A l'image du coton, sa matière fétiche, ils se patinent avec le temps. « *Cette notion de mono produit ne me fait pas peur, au contraire. Lorsque j'ai officiellement lancé la*



© Maison Marcy

marque en 2014, deux ans après avoir dessiné mon premier pyjama, je ne savais pas si le produit allait rencontrer l'aval du public, ni celui des magasins. Tout ce que je savais, c'est que l'offre dans ce créneau était quasiment inexistante. Je ne suis pas styliste, j'aime le rappeler. Je cultive juste une passion pour les belles choses, pour tout ce qui est durable. Et par chance, les consommateurs sont aujourd'hui à la recherche de ce type de propositions. » Croire en son produit, tendre vers l'excellence, faire preuve de rigueur et parfois d'acharnement. Telle pourrait être la recette du succès selon Marcy Szwaburt.



© Maison Marcy



LA PASSION DE LA QUALITÉ

« La force de Maison Marcy, c'est ma passion pour la qualité et mon côté jusqu'aboutiste. Je sais que pour mes fabricants, produire un de mes pyjamas s'apparente à un vrai casse-tête technique. Au-delà du produit en tant que tel, je supervise chaque détail. J'accorde aussi une grande importance aux accessoires, qui contribuent à façonner mon histoire. Pour l'hiver 2019, je prépare d'ailleurs une ligne de pantoufles. A mes yeux, ces slippers sont bien plus qu'un simple accessoire. C'est le complément évident de mes pyjamas, un moyen d'assoir encore davantage l'identité de la marque. A termes, pour les mêmes raisons, je souhaite ouvrir une boutique Maison Marcy. Là encore, puisqu'elle fera partie intégrante de mon histoire, je sais en tous points à quoi elle va ressembler. Je souhaite qu'elle soit une sorte d'atelier où l'on pourra,

par exemple, faire personnaliser ses achats. »

DANS LES GRANDES ENSEIGNES INTERNATIONALES

En capitalisant sur ce grand classique qu'est le pyjama, qu'il a sublimé, twisté et agrémenté de touches ludiques et décalées, cet homme « aussi modeste que fier » (selon ses propres termes) a rapidement su séduire les acheteurs des plus grandes enseignes internationales: Le Printemps, le Bon Marché ou encore Merci à Paris, Barney's à New York, Luisaviaroma à Florence, Isetan à Tokyo... Aujourd'hui, 95% de sa production est destinée à l'exportation. « Dès le début de ma collaboration avec le Bon Marché en 2014, j'ai partagé avec eux ma vision du pyjama. Une pièce mode qui ne se cache plus et qu'on porte pour sortir. Au même moment, le magasin menait une

réflexion semblable dans le cadre de la rénovation de son rayon lingerie. J'arrivais donc au bon moment, à un moment où les gens ont commencé à travailler davantage chez eux. Leur bureau, c'est désormais leur canapé. L'occasion de travailler en pyjama avec leur ordinateur sur les genoux. » Marcy Szwarburt, lui, ne passe que peu de temps sur son canapé, trop occupé qu'il est à relever de futurs défis: le développement de son site d'e-commerce, ainsi que de nouveaux produits. Mais dans le cas de Marcy Szwarburt, peut-on encore parler de simple produit? Avec Maison Marcy, le Belge écrit plutôt de petits et grands chapitres de sa belle story professionnelle. La deuxième de sa carrière. Loin d'être blasé, quand il les évoque, il a les yeux qui brillent. Comme quoi, on ne se refait pas. ●

www.maisonmarcy.com

@HOME 18-24 : TOIT, SOUTIEN ET AUTONOMIE

Depuis 2012, la structure d'accueil @Home 18-24, qui relève de l'entreprise d'économie sociale Les Petits Riens, héberge et accompagne des jeunes hommes de 18 à 24 ans dans les démarches administratives, la recherche de formation et d'emploi ou les soins de santé. Le but ultime : les mener vers l'autonomie.

PAR CATHERINE CALLICO

C'est dans une jolie maison de l'Avenue du Parc à Forest que se côtoient la petite équipe du projet @Home 18-24 - soit deux éducateurs de nuit et la directrice, Maité Stiévenart - et les résidents. Le projet a été créé pour pallier un manque lié au service d'Aide à la Jeunesse : celui de l'accueil des jeunes, une fois les 18 ans atteints. Un accompagnement spécifique leur est proposé : administratif, éducatif, etc, afin de développer leurs aptitudes à l'autono-

mie. Notamment via la constitution d'un réseau amical, social, professionnel, qui constitue une base de ressources en cas de besoin.

Parmi les profils concernés, des gens issus de famille en difficulté financière, qui sont dans des logements sociaux et partagent parfois une chambre à quatre. D'autres se heurtent à des conflits parentaux violents, tant physiquement que psychologiquement. « Certains sont mis à la porte par leurs parents, déscolarisés et/ou se retrouvent sans liens familiaux et surendettés, principalement en raison de factures liées à la téléphonie ou d'amendes stib non payées ». De même, beau-

coup sortent de centres d'Aide à la Jeunesse et ne savent pas où aller, mis à part dans des centres d'accueil pour sans-abris. Une alternative peu structurante, en particulier dans cette tranche d'âge qui voit le jeune bâtir son futur.

UN PROJET PÉDAGOGIQUE

Pour être admis au sein d'@Home 18-24 après une période d'essai de deux semaines, au bout de laquelle ils peuvent être réorientés vers d'autres pistes, les intéressés sont soumis à certaines conditions : « ils doivent avoir des papiers d'identité qui leur permettent de résider



Maité Stiévenart, directrice du projet @Home 18-24



L'immeuble qui accueille les bénéficiaires du projet @Home 18-24



© Les Petits Riens



sur le territoire, accepter le projet pédagogique et le règlement », souligne **Maité Stiévenart**. « A savoir, poursuivre leurs études, formations, emplois ou la recherche d'un emploi, mais aussi se lever à 7h et participer aux tâches ménagères tout au long de la journée : préparer les repas, faire la vaisselle, nettoyer les lieux... Ce qui leur permettra de mieux intégrer un logement par la suite ». Un bilan quotidien de chacun est effectué, ce qui aide le jeune à visualiser son évolution, ce qu'il a acquis ou non.

La contribution individuelle est de 17 euros par jour, qui couvrent notamment le logement, le lavoir, les charges et trois repas quotidiens. « Ce qui induit une cogestion bud-

gétaire à partir des revenus émanant le plus souvent du Cpas ou du chômage », poursuit la directrice. La durée de séjour est illimitée: « chacun décide selon son rythme, ses problématiques. La durée moyenne d'hébergement est de 4 mois et la plus longue période a été d'un an et demi. Après 5 mois, la plupart des résidents se sentent étouffés par la vie communautaire et désirent retrouver une indépendance ». Ce qui a amené l'équipe d'@Home 18-24 à penser à une formule complémentaire, encore au stade de projet: développer dans les environs, un système d'hébergement semi-autonome dans 1 ou 2 maisons renfermant 6 studios.

Un suivi post-hébergement est également proposé, assuré par

l'équipe d'« **Un Toit à Soi** » (UTAS), en collaboration étroite avec les travailleurs sociaux des maisons d'accueil. Ceux-ci suivent les jeunes qui s'installent en appartements privés ou leur offrent une guidance dans des appartements de transit, lorsque la personne n'a jamais eu de logement propre de sa vie. Là encore, s'en suit une obligation de gestion budgétaire, en lien avec une agence immobilière sociale.

Par ailleurs, d'ici fin 2019, « nous devrions ouvrir une troisième maison d'accueil en plus de celle-ci et de celle d'Ixelles attenante aux Petits Riens, à l'attention des hommes ou femmes seules avec enfant(s) », se réjouit Maité Stiévenart. ●

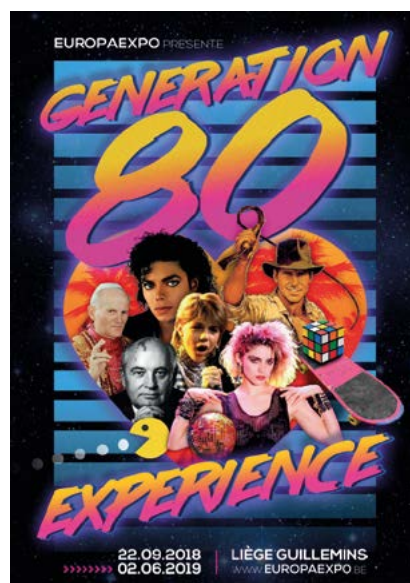


SURVOLS

GÉNÉRATION 80 EXPERIENCE

Après « J'aurai 20 ans en 2030 », Europa Expo présente la nouvelle exposition qui va prendre place à la Gare des Guillemins de Liège : « Génération 80 Experience ». Du 22 septembre 2018 au 2 juin 2019, le spectateur pourra se plonger dans l'ambiance des années 80. Tout au long de ce nouveau rendez-vous, le visiteur retrouvera le temps de cette jeunesse enthousiaste qui recrée le monde, mettant à mal les codes du langage et de la bienséance. Cette jeunesse qui sent souffler le vent d'une liberté nouvelle, celle éclose en 1968. L'expérience entrainera le spectateur à travers différentes thématiques qui ont émaillé cette décennie : politique et grands événements sociaux, humour, musique, design et mode, bande dessinée, cinéma, sport, télé. Cette exposition permettra aux plus grands de se replonger dans leurs souvenirs, et aux plus jeunes de comprendre comment cette société-là a influencé celle d'aujourd'hui.

www.europaexpo.be



LA LOUVIÈRE, DESTINATION D'EXCELLENCE POUR LE TOURISME CULTUREL EN 2018

La ville de La Louvière a été labellisée EDEN 2018 (European Destination of Excellence), et rejoint ainsi un réseau de plus de 140 destinations européennes d'excellence. Eden est un concours organisé par la Commission européenne qui vise à primer les destinations touristiques européennes autour d'un thème précis. En 2018, c'est le tourisme culturel qui est mis à l'honneur. Cinquième ville de Wallonie, La Louvière possède un potentiel touristique et culturel remarquable. Ont été mis en avant dans le dossier de participation les musées du centre-ville (le Centre de la Gravure, le Centre Keramis, le MILL...), le site minier du Bois-du-Luc, le Canal du Centre historique et ses ascenseurs, l'opéra urbain *Décrocher la lune*, le nouveau théâtre, le folklore, etc. Mais aussi et surtout la dynamique positive de La Louvière dans le sens de la culture, et les synergies créatrices qui émergent entre les différents acteurs du tourisme culturel : la Ville elle-même, le Centre culturel, la Maison du Tourisme du Parc des Canaux et Châteaux, ainsi que les autres partenaires et les citoyens louviérois.



Salle des marbres du MILL © Bernard Van Roy

UN LIÉGEOIS RÉCOMPENSÉ AU MTV VIDEO MUSIC AWARDS

Benoît Debie, originaire de Herstal, vient de décrocher le prix de la meilleure photographie lors de la dernière cérémonie des MTV Video Music Awards, pour le clip *Apeshit* de Beyonce et Jay-Z, tourné en 2 nuits au Louvres. Benoît Debie a commencé comme assistant pour Manu Bonmariage ou les Frères Dardenne. Le réalisateur Gaspar Noé lui a ensuite confié la direction photo de son film *Irréversible*, en 2002. Sa carrière s'étend alors vers les Etats-Unis, où il est le directeur photo du film *Spring Breakers*, avec Vanessa Hudgens et Selena Gomez. Puis c'est l'acteur et réalisateur Ryan Gosling qui fait appel à lui pour son 1^{er} film, *Lost River*. Le voici aujourd'hui récompensé pour le clip du couple phare du R'n'B, Beyonce et Jay-Z !



Benoît Debie © imdb.com

LE CHOCOLATIER LEGAST PRIMÉ AUX INTERNATIONAL CHOCOLATE AWARDS

Le chocolatier Thibaut Legast, de Braine-le-Comte, a dernièrement été récompensé pour son travail aux International Chocolate Awards. Depuis 2 générations, la boutique Legast est l'adresse chocolatée connue de tous à Braine-le-Comte.



© Legast Chocolaterie

De la fève à la tablette, toutes les étapes de fabrication sont entre les mains de ces artisans. Les tablettes de chocolat sont élaborées à partir de fèves de cacao et de sucre de canne bio. Les méthodes artisanales de travail sont garanties afin de conserver les arômes. Le meilleur cacao des petites plantations d'Amérique Latine est sélectionné. Votre palais voyage du Venezuela au Pérou en passant par la Colombie et l'Equateur. La gamme proposée pour plaire aux gourmands propose des pralines artisanales, des tablettes au cacao d'Amérique Latine, des mendiants, des éclats de chocolats, des pâtes à tartiner et pâtes de fruits, orangettes, macarons, confitures et même du thé et des chocolats sans sucre. La qualité et la finesse des productions de la chocolaterie Legast ne manqueront pas de vous surprendre à chaque visite !

EXPOSITION SUR LES « PLUS BEAUX VILLAGES DE WALLONIE » À L'ESPACE WALLONIE DE BRUXELLES

Du 17 novembre 2018 au 13 janvier 2019, venez découvrir la richesse des « Plus beaux villages de Wallonie » exposée en plein cœur de Bruxelles, à deux pas de la Grand-Place. Une exposition vivante et pleine de goût, grâce aux nombreuses saveurs locales à expérimenter. Profitez-en pour visiter la Boutique de Wallonie et repartir avec de nombreuses idées cadeaux sympas en toute saison (paniers garnis et produits divers).

www.walloniebelgiquetourisme.be - rubrique En pratique / informations touristiques / Espace Wallonie.



Chassepierre, un des 'Plus beaux villages de Wallonie' © Commune de Florenville

SONACA AIRCRAFT SE PRÉPARE À LA LIVRAISON DES PREMIERS SONACA 200

Seulement trois ans après avoir introduit la demande de certification, l'avionneur belge Sonaca Aircraft a décroché le Certificat de Type pour le Sonaca 200. Située à Temploux, Sonaca Aircraft - filiale du groupe aéronautique Sonaca - a tout mis en œuvre ces dernières années pour développer, certifier et commercialiser un nouvel avion bi-place "le Sonaca 200". Les performances aérodynamiques, la maniabilité et la fiabilité font de l'avion l'appareil idéal pour la formation des pilotes. Grâce à la certification de Type, Sonaca Aircraft est désormais autorisée à faire voler le Sonaca 200, sous certificat de navigabilité européenne, tant en Europe que dans le reste du monde. C'est une étape stratégique du projet qui a été franchie en juin dernier, mais aussi un moment symbolique pour le monde aéronautique belge qui n'avait plus produit d'avion certifié depuis plusieurs dizaines d'années ! Deux versions sont disponibles à la vente : le Sonaca 200 Trainer pour la version analogique et le Sonaca 200 Trainer Pro pour la version Glass Cockpit. Sonaca Aircraft travaille actuellement au développement de deux nouvelles versions de l'appareil : UPRT Training (Formation à la Prévention et Récupération de la perte de contrôle en vol) et IFR (Instrument Flight Rules). Les premiers exemplaires du Sonaca 200 seront livrés dans les semaines qui viennent. ●



© Sonaca Aircraft

Feel inspired



La Wallonie, un monde de possibilités

UN SENS DE L'ACCUEIL ET DE
L'**OUVERTURE** aux cultures

UNE QUALITÉ 
DE VIE
exceptionnelle

DES UNIVERSITÉS
ET HAUTES ÉCOLES
de haut niveau

Une terre de
CRÉATIVITÉ
RECONNUE

6 PÔLES DE COMPÉTITIVITÉ
dans des secteurs-clés

DES DIPLÔMÉS
QUALIFIÉS
en grand nombre 

Une recherche centrée sur l'
INNOVATION


Wallonia.be