

W

+

B

**WALLONIE //
BRUXELLES**

Revue trimestrielle
internationale éditée
par la Fédération
Wallonie-Bruxelles
et la Wallonie

122 **HIVER**
2013

DOSSIER

LA WALLONIE,
LABEL DE QUALITÉ

**PORTRAIT
D'ENTREPRISE**

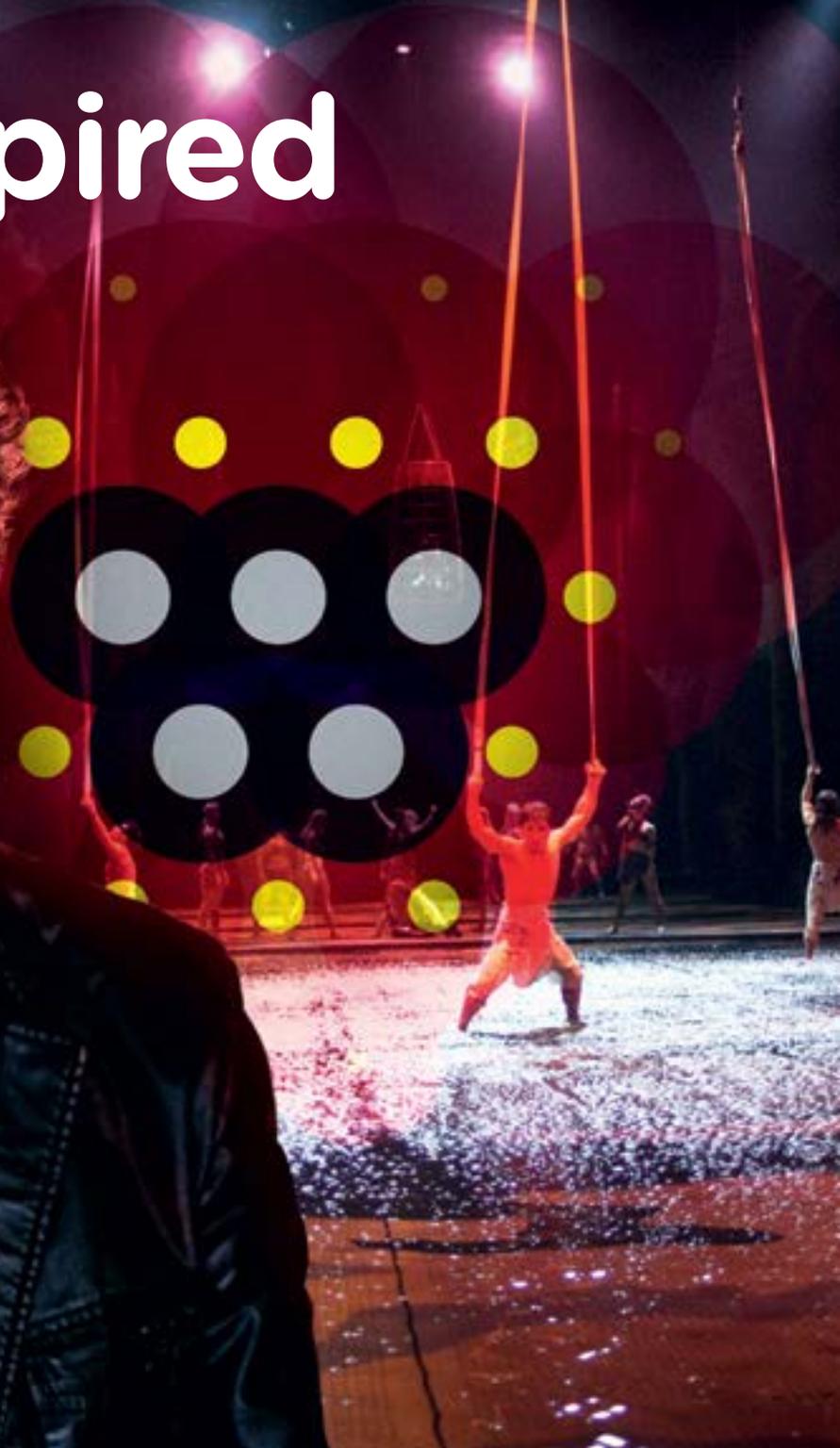
BEAL, SUCCESS STORY
WALLONNE À LA GRANDE
EXPORTATION

MODE

UNE NOUVELLE VAGUE
AU SEIN DE LA
FASHION WEEK



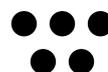
Feel inspired



The world is my stage, **#Wallonia** is my home

FRANCO DRAGONE

Franco Dragone dazzles the planet with his amazing shows. Along with thousands of other Walloon entrepreneurs, artists, actors, writers, designers and creators spreading their Belgian creativity and innovation capacity all over the world. Wallonia is in the World.



Wallonia.be

W

+

B

WALLONIE // BRUXELLES

Revue trimestrielle internationale éditée par la Fédération Wallonie-Bruxelles et la Wallonie

SOMMAIRE



Téléchargez
la revue sur
www.wbi.be/rwb/

SECRÉTAIRE DE RÉDACTION
Emmanuelle STEKKE

COLLABORATION
Marjorie BAJOT,
Marie-Catherine DUCHÊNE,
Christel LEENTJENS,
Marie PHILIPPOT,
Violaine DELHAYE
et Véronique BALTHASART

CONCEPTION
Cible Communication
www.cible.be

IMPRESSION
Claes printing sa
www.claes-printing.be

ÉDITEUR RESPONSABLE
Didier TELLIER
Place Saintelette 2
B-1080 Bruxelles

04 ÉDITO

06 DOSSIER
LA WALLONIE,
LABEL DE QUALITÉ

24 UN WALLON À L'ÉTRANGER

XAVIER DAMMAN : UN
ENTREPRENEUR WALLON À
SAN FRANCISCO // PR

26 PORTRAIT D'ENTREPRISE

BEAL, SUCCESS STORY
WALLONNE À LA GRANDE
EXPORTATION // JR

28 GASTRONOMIE
L'IMPÉRATIF, À
MAISIÈRES : DE MER
ET DE TERRE // J-M A

30 MODE
UNE NOUVELLE
VAGUE AU SEIN DE LA
FASHION WEEK // PP

32 INNOVATION

IDDI, ACTEUR DE RÉFÉ-
RENCE MONDIAL DANS
LA BIO-STATISTIQUE
CLINIQUE // HL

CLUEPOINTS TRAQUE
LES ERREURS DANS LES
BASES DE DONNÉES // HL

35 COOPÉRATION AU DÉVELOPPEMENT

2013-2016 : PLACE
AUX MAROCAINES
ENTREPRENEURES // AC

37 JEUNESSE

LA BIBLIOTHÈQUE
VIVANTE DU BIJ // LC

38 30^e ANNIVERSAIRE

LA PAIX PAR LA
VALORISATION DE LA
COMPLEXITÉ // ES

40 COIN BD

LES OMBRES DE TOUTE
LA MISÈRE DU MONDE
// DC

42 SURVOLS

WALLONIE + BRUXELLES

DESTINATION **QUALITÉ**, SOURCE D'**INSPIRATION**

Depuis quelques semaines, les médias internationaux ont découvert une nouvelle marque : "Wallonia.be".



Terre d'échanges, cosmopolite, très largement exportatrice, la Wallonie se positionne désormais comme une marque, dans une démarche inédite d'attractivité.

En lien avec Bruxelles et en réaffirmant l'appartenance de la Wallonie à la Belgique, ce nouveau "branding" invite à la découverte d'un territoire naturellement ouvert sur le monde.

Pour toute société ou organisation, être reconnue pour la qualité de ses produits et/ou de son travail est le meilleur gage de sa valeur.

La Wallonie a parfaitement compris les enjeux de cette "valorisation par la qualité", en mettant en place des mécanismes de labellisation dans

différents secteurs. Qu'il s'agisse du tourisme, de l'enseignement supérieur, de l'exportation, des nouvelles technologies ou des produits du terroir, la qualité wallonne est devenue au fil du temps une référence internationale.

La revue W+B ne pouvait manquer d'honorer cette reconnaissance en y consacrant son dossier.

Ce numéro hivernal part également sur les traces d'un jeune entrepreneur wallon aux USA (Xavier Damman) et invite à la découverte des femmes entrepreneures au Maroc. Mode, gastronomie et bande-dessinée sont aussi au programme de cette édition.

Lisez, découvrez, appréciez !



Feel inspired

LA WALLONIE, LABEL DE QUALITÉ À L'EXPORT

Pour tout type d'organisation, avoir son label de qualité est devenu incontournable. Que la Wallonie soit une destination qualité ne peut qu'attirer davantage de touristes, toujours plus enclins à déguster nos délicieux produits du terroir ou à investir dans un produit de luxe. Notre enseignement supérieur n'est pas en reste. Les étudiants étrangers ne s'y trompent pas, qui arrivent toujours plus nombreux des quatre coins de la planète. Nos entreprises exportatrices sont souvent certifiées et reconnues dans le monde entier pour leur savoir-faire et leur expertise. La qualité wallonne est un label qui s'exporte bien !

Le mot qualité remonte au XII^e siècle et vient du latin "qualitas". Dans le langage courant, le terme qualité n'a pas le même sens pour tout le monde. Pour certains, il s'agit d'un degré d'excellence; pour d'autres, de la conformité aux exigences.

On pourrait s'étonner de ce que ce concept ait pris aujourd'hui une telle importance, alors qu'il semble logique que la qualité aille de soi. C'est qu'au fil du temps, la notion de qualité a fortement évolué. Aujourd'hui, la qualité concerne tous les secteurs d'activités. Elle est à mettre en relation avec la gestion des ressources humaines, de l'environnement. *"Au fil des années, on a vu se dessiner diverses visions de la qualité, explique le Professeur Christian Delvosalle de la Faculté polytechnique de Mons dans "La qualité : des concepts à la pratique" (Pyramides, 5, 2002, 137-154). Tout d'abord celle d'une 'qualité' considérée comme un niveau de supériorité relative d'un produit. Cette supériorité est apparue progressivement comme un leurre si la 'qualité' du produit comprise comme la satisfaction des besoins réelle n'est pas d'abord présente. A quoi servirait, par exemple, l'appareil ménager le plus sophistiqué à ceux qui n'ont même pas l'électricité ?"*

Le Professeur Delvosalle cite le statisticien américain Armand Feigenbaum, spécialiste de la gestion de la qualité : *"La qualité est un jugement du client, et non pas une appréciation de bureau d'études, de producteur, de marketing ou de direction générale"*. Joseph Juran, spécialiste de la qualité globale, avait, quant à lui, précisé : *"La qualité d'un produit est son aptitude à l'usage pour lequel il est destiné"*.

"Dans cette approche, reprend le professeur montois, le bénéficiaire n'est pas seulement 'le client' au sens classique, mais toutes 'les parties prenantes' au fonctionnement de l'organisation. On comprend ainsi pourquoi les concepts de gestion de la qualité, de l'environnement et de la sécurité sont tellement connexes."

DE L'IMPORTANCE DE LA CERTIFICATION

La certification ISO 9001 a un intérêt particulier pour l'entreprise qui souhaite développer ses exportations. *"L'avantage de la norme ISO 9001 est sa (re)connaissance et son utilisation mondiales",* explique Christian Verdin, directeur général ff de l'Awex pour le Commerce extérieur. *"Elle sert de cadre pour les Systèmes de Management de la Qualité des organismes et entreprises dans de très nombreux pays. Les pays en tête de classement sont la Chine, le Japon, l'Italie, l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Australie, la France, la Suisse et les Etats-Unis. La norme ISO 9001 est une référence mondiale pour apporter l'assurance de l'aptitude à satisfaire aux exigences qualité et à renforcer la satisfaction des clients dans les relations clients - fournisseurs."*

Dès lors, le premier apport d'une certification ISO 9001 est la crédibilité de l'entreprise sur le marché mondial. *"Si l'entreprise est peu connue, voire inconnue, un certificat donne le billet d'entrée pour pénétrer les marchés étrangers. C'est un gage de conformité des produits et services aux exigences de conception et aux exigences du client."*

La mise en place d'un Système de Management de la Qualité permet de restreindre les dépenses, d'améliorer l'efficacité interne, les pratiques de gestion et de satisfaire la clientèle. *"C'est un engagement permanent de rechercher l'amélioration de la qualité du produit ou du service fournis et également la simplification et la maîtrise des risques dans le management de l'entreprise ou l'institution certifiées. Quand on traite avec une entreprise certifiée ISO 9001, le partenaire étranger peut être sûr du contrôle et de l'amélioration constante de la qualité. C'est une démarche supplémentaire avec la prise en compte, primordiale, des besoins du client."*

Dans un marché mondial toujours plus concurrentiel, cette crédibilité est un argument que peut utiliser l'entreprise exportatrice dans ses contacts directs à l'étranger. *"La certification se fait par des organismes extérieurs reconnus mondialement, eux-mêmes contrôlés",* souligne Christian Verdin. *"C'est aussi un élément de motivation supplémentaire pour les partenaires publics ou privés qui accompagnent l'entreprise dans sa démarche à l'exportation et épaulent ses efforts sur le terrain. Dans l'aide de l'Awex auprès des entreprises, il y a le souci de les voir se professionnaliser encore plus, offrir des produits et services de qualité. C'est clairement plus motivant pour nous. C'est d'ailleurs l'une des raisons pour laquelle l'Awex est certifiée ISO 9001 depuis une dizaine d'années. Bon nombre d'entreprises avaient déjà suivi cette démarche. L'Awex, sous l'impulsion de Philippe Suinen, son administrateur délégué, a décidé de faire de même pour montrer aux entreprises que nous nous mettions les mêmes contraintes et que nous recherchions la même amélioration permanente."*

UN EFFET EN CASCADE

Quant à WBI, elle est certifiée depuis janvier 2012. Comme l'explique Stéphane Sacco, responsable Qualité de WBI : *"L'impact d'une démarche de qualité est important sur une entreprise, une administration, mais aussi sur son environnement, sur la plus-value qu'une telle démarche peut avoir. Une démarche qualité n'a pas que des effets pour l'interne de l'entreprise. Pour nos clients, c'est une garantie de traitement égalitaire, l'assurance d'avoir une harmonisation des décisions, la manière dont le dossier sera traité, le fait qu'ils reçoivent leurs subsides, leurs subventions plus*

rapidement, ce qui leur permet de conclure de nouveaux contrats aussi plus rapidement. Cette démarche a un effet en cascade sur l'environnement de l'administration ou de l'entreprise. Cela a des effets sur nos clients (les universités, les centres de recherche, les pôles de compétitivité, les clusters, les artistes, les ONG, les associations...). Voilà pour la démarche qualité."

Mener une démarche qualité pousse aussi à innover. *"On se place dans une perspective d'amélioration continue, et c'est l'une des exigences pour être certifié. Quand on doit toujours améliorer les processus, les procédures, les manières de faire, cela nous pousse à être innovants. Les entreprises se situent dans la même dynamique. Elles veulent fournir des produits de qualité. Les exigences des clients évoluent et les poussent à les accompagner d'une démarche très créative, innovante. Certifier est une étape supplémentaire. Certaines entreprises ne sont pas certifiées, mais ont quand même une démarche qualité. Lorsqu'elle passe un contrat, une entreprise certifiée pourra exiger de travailler avec une autre entreprise certifiée. Elles ont les mêmes exigences, les mêmes manières de procéder, les mêmes contraintes aussi."*

Pas plus que le terme, la notion, la recherche et l'importance de la qualité ne datent pas d'hier. En 1664 déjà, Colbert faisait l'éloge de la qualité des produits français pour l'exportation. En 2013, nos produits wallons certifiés méritent qu'on en fasse tout autant.

Jacqueline Remits //

DOSSIER



CERTIFICATION ISO 9001 : L'EXCELLENCE POUR WBI ET L'AWEX

Un grand nombre d'intervenants en Wallonie ont mis en place un système de gestion de la qualité certifié suivant les exigences de la norme ISO 9001. WBI et l'Awex, par exemple, sont certifiées suivant la norme ISO 9001 par le Bureau Veritas Certification. Qu'est-ce que cette certification et à quoi sert-elle exactement ?

Comment être sûr que votre entreprise ou votre organisme respecte les normes d'environnement, de qualité et de sécurité ? Un organisme indépendant comme le Bureau Veritas Certification, accrédité par Belac, répond à ces besoins.

"Dans le monde entier, les entreprises nous demandent régulièrement d'évaluer une organisation, un processus ou un service suivant les normes nationales et internationales en vigueur, répond-on au Bureau Veritas Certification. Notre activité est centrée sur la certification des systèmes de gestion et des processus."

Quel en est le principe ? *"La certification doit être la garantie d'une meilleure performance de l'entreprise. Les entreprises et autres organismes publics et privés fournissent des produits et services chargés de répondre aux vœux et aux besoins des commanditaires, des acheteurs et des clients. Une concurrence nationale et internationale croissante, parallèlement à l'évolution sociale, conduit à des exigences et à des attentes de plus en plus strictes en matière de qualité."*

AMÉLIORER LES PRODUITS ET LA SATISFACTION DES CLIENTS

Qu'incarne exactement la notion de qualité ? *"A la lumière de ces développements, la notion de qualité incarne de plus en plus la 'réponse aux attentes et à la satisfaction du client', détaille Catherine Bioul, du département commercial chez Bureau Veritas Certification. "La poursuite de la qualité dans ce sens-ci exige des entreprises une mobilisation ciblée de leurs ressources et une maîtrise complète de leurs processus si elles veulent satisfaire leurs clients. Le but est d'améliorer les produits et la satisfaction des clients."*

Qu'est-ce que la certification ISO 9001 :2008 ? *"La version actuelle résulte d'une évolution dans la réflexion sur la qualité. L'approche à base de processus et la maîtrise des activités de l'entreprise sont placées sous le signe de l'amélioration continue et de la satisfaction du client. Il s'agit de présenter en interne et en externe la meilleure qualité possible."*

Quelle est la teneur de la norme ?

“Le schéma repose sur huit principes de gestion de la qualité, qui couvrent ensemble toutes les facettes de la gestion de l'entreprise. Les aspects évalués concernent : l'orientation client, le leadership, l'implication du personnel, l'approche de la gestion à base de processus et de systèmes, l'amélioration continue, la décision basée sur les faits et la prédilection pour les relations 'win-win' avec les fournisseurs. Ces éléments sont abordés dans quatre perspectives différentes : le management, la gestion des ressources, le processus et la gestion de l'amélioration.”

Quel est son champ d'application ?

“Le schéma présente un caractère générique. La norme est applicable à toute organisation, quelle que soit son activité, sa taille, son effectif, tant au plan national qu'international”, souligne Catherine Bioul.

Quel est le cycle de certification ?

“Le cycle de certification est un cycle fixe de trois ans, en deux phases : l'examen des documents et le contrôle de la mise en œuvre. Le tout suivi d'audits intermédiaires. Au terme du parcours, un nouveau cycle de trois ans peut commencer par un audit de re-certification.”

Quelles sont les autres formes de certification ? *“Outre la certification ISO 9001, nous proposons aussi la certification d'autres formes de gestion de la qualité, de l'environnement et de la sécurité telles qu'ISO 14001 :2004, ISO/TS 16949, OHSAS 18001 :2007, ISO 22000, ISO 27000 et Veri-Cert. Etant donné la grande similitude de ces normes par rapport à la norme ISO 9001, il est possible d'exécuter des formes intégrées de certification afin d'optimiser l'efficacité et les économies de coût.”*

Le Bureau Veritas Certification certifie WBI et l'Awex. *“Suivant la norme choisie, un audit a été réalisé afin de vérifier si le système de management est bien en règle avec les normes internationales. Cela s'est fort bien passé. Nous avons pu émettre un certificat de réputation internationale.”*

MOUVEMENT WALLON POUR LA QUALITÉ : FAIRE DE LA WALLONIE UNE TERRE D'EXCELLENCE

Conçu sous la forme d'un réseau d'organismes, le Mouvement Wallon pour la Qualité (MWQ) a été fondé en 1999, en vue de coordonner la promotion de la qualité auprès de l'ensemble des organisations socio-économiques wallonnes et contribuer ainsi au développement de la Wallonie.

Quelles en sont les missions ? *“Nos missions sont de promouvoir et de développer la prise en compte et la mise en œuvre du concept “Qualité” sous toutes ses formes et dans tous les secteurs d'activité en Wallonie”,* répond Dominique Loroy, directrice du Mouvement Wallon pour la Qualité. *“Nous travaillons pour une amélioration des processus. Notre objectif est de faire en sorte qu'un maximum d'organisations entre dans cette démarche interne et volontaire.”*

De quelle manière ? *“Notamment par la recherche de l'excellence, l'amélioration de la sécurité et du bien-être et le respect de l'environnement et de l'éthique. Nous créons, animons, dynamisons et fédérons un réseau d'acteurs actifs dans le domaine de la qualité. Nous nous positionnons par nos compétences et notre expertise comme l'interlocuteur privilégié des instances et autorités, tant privées que publiques, régionales, communautaires, fédérales et internationales, pour toutes les matières concernant le domaine de la qualité.”*

Quelles sont vos actions prioritaires ?

“Nous en avons identifié cinq : fournir aux décideurs les informations et orientations en matière de qualité ; développer, exploiter et communiquer les tendances en matière de qualité ; être un laboratoire de méthodes et d'outils créatifs, innovants et pratiques ; assurer la promotion et la mise en place d'outils et de recueils de bonnes pratiques ; enfin, évaluer la reconnaissance des outils.”



Dominique Loroy, directrice du MWQ

ENTREPRISES CERTIFIÉES ET SUCCÈS À L'EXPORT

Tous les deux ans, le Prix Wallon de la Qualité récompense les entreprises les plus qualitatives. L'édition 2013, dont la cérémonie de remise des prix s'est déroulée en novembre dernier, récompensait les démarches suivantes : Eveil à l'excellence, Implication dans l'excellence, En route vers l'excellence et Excellence.

Dans la foulée, le MWQ a mis au point un Baromètre de la Qualité. *“Nous avons passé des conventions de partenariats avec des organismes certificateurs accrédités par Belac. Deux fois par an, ils nous délivrent leurs bases de données. Nous les positionnons sur cet outil. L'objectif est de créer des réseaux entre entreprises.”*

L'association a également élaboré un nouveau concept, la Table d'Orientation Qualité. *“L'objectif d'informer, d'échanger des bonnes pratiques et d'orienter des organismes des domaines privés, publics et associatifs vers une démarche Qualité”,* détaille Dominique Loroy. *“Nous proposons un espace de rencontres et d'échanges consacré à la qualité sous toutes ses formes. Ce concept peut être considéré comme le centre fédérateur de la qualité.”*

La qualité favorise l'exportation de nos entreprises. On s'en doutait, le MWQ le prouve. *“En collaboration avec l'Awex, nous avons mené une étude pour voir s'il existait un lien entre les entreprises certifiées ISO 9001 et l'exportation. Effectivement, elles ont tout intérêt à être certifiées ISO 9001 et ISO 14001 pour développer leur succès à l'export.”*

Jacqueline Remits //

DOSSIER

L'Abbaye de Stavelot, labellisée
Wallonie Destination Qualité

DESTINATION QUALITÉ : LE TOURISME WALLON S'OFFRE UN LABEL

En matière de tourisme, la Wallonie joue plus que jamais la carte de la qualité. Un label permet aux acteurs touristiques de devenir les ambassadeurs d'un tourisme wallon de qualité.

La démarche a été lancée en juin 2012 par le ministre wallon du tourisme Paul Furlan. Elle est directement inspirée du Programme Qualité suisse qui, fort de ses 15 années d'expérience, est une véritable référence au niveau européen.

Ces dernières années, la notion du management de la qualité a considérablement évolué. Si la qualité matérielle et technique des produits touristiques est toujours une priorité, on accorde aussi maintenant beaucoup d'attention à la qualité du service proposé, et donc plus largement aux attentes des touristes.

C'est très clairement cette seconde démarche qui est à la base de ce programme "Wallonie, Destination Qualité" : susciter la prise de conscience de la qualité du service chez les opérateurs touristiques, quel que soit leur secteur, fidéliser et motiver les employés, percevoir le point de vue des clients et, au bout de la démarche, améliorer fortement la qualité des prestations.

Ce programme étant ancré dans une logique de destination, la collaboration entre tous les acteurs concernés est très importante. En plus d'être un bon outil aidant le management interne, il veut également encourager la création de réseaux et l'échange de bonnes pratiques entre les prestataires publics et privés d'une destination.

La démarche s'effectue sur base volontaire et propose un accompagnement pendant toute la durée du processus de labellisation, grâce notamment à l'aide de fonds européens. Elle s'adresse à tous les types d'entreprises touristiques, que ce soit les Maisons de Tourisme et les organismes touristiques, les différents acteurs du secteur de l'hébergement, les attractions touristiques et les musées, ou encore les restaurants, bistrot de terroir et les agences de voyage.

Le programme s'articule en trois niveaux : le développement de la qualité, en particulier celle du service ; la qualité de la gestion interne ; l'introduction d'un Système global de Management de la Qualité, reconnu au niveau international. Pour l'instant, plus de 250 prestataires touristiques se sont déjà engagés dans cette démarche d'amélioration continue afin d'améliorer et renforcer leur compétitivité. Une bonne centaine d'entre eux ont déjà atteint le premier niveau du label.

UN COACH QUALITÉ

Concrètement, le processus commence par la désignation en interne d'une personne qui deviendra responsable qualité, ou "Coach Qualité", dans l'entreprise. Les structures touristiques de moins de 5 personnes peuvent avoir recours à un Coach Qualité externe. Ces personnes reçoivent une formation donnée par des professeurs. Un expert du tourisme suisse a assuré les premières formations avant de céder le relais à des formateurs wallons, provenant du Centre de compétence Tourisme de Marche-en-Famenne et de deux centres régionaux de l'Institut Wallon de Formation en Alternance et des Indépendants et des Petites et Moyennes Entreprises.

Au sein de l'entreprise elle-même, on va ainsi mettre en place différents outils de travail : la (re)définition des chaînes de services, la gestion des réclamations, le profil de qualité déterminant les points forts et les

points faibles, et enfin le plan d'actions qui définit les priorités à mettre en œuvre. Cette démarche permet d'obtenir ce fameux label, qui est accordé pour trois ans et fait bien sûr l'objet d'évaluations régulières. Pour les premiers labellisés, le niveau 2 de la démarche devrait naturellement suivre, avec sans doute des "lauréats" déjà à partir de 2015.

On devine aisément l'intérêt et les enjeux de cette démarche volontaire. Il s'agit bien sûr de bénéficier du prestige de ce fameux label tout en profitant de campagnes de communication spécifiques destinées à valoriser ce nouveau concept. D'autre part, en interne, les effets positifs se marquent par de nombreux avantages, au niveau de la satisfaction des clients, de la motivation du personnel et des collaborateurs, du climat de travail et du professionnalisme de l'équipe. Et puis quand on sait que la non-qualité peut coûter très cher à une entreprise, le choix est finalement vite fait...

Jean-Marie Antoine //



Maison du Tourisme
Val de Sambre et Thudinie
© mtvaldesambre

GÎTES RURAUX, MAISON DU TOURISME...

La SPRL Paysages et Saveurs, qui gère deux gîtes ruraux et un restaurant dans la commune de Bouillon, fait partie de la première "promotion" de labellisés. Le patron des lieux, M. Thierry de Lannois, a suivi la formation de base avant de mettre en application les différents outils qui ont aidé à la mise en place d'un plan d'actions, qu'il s'agira de concrétiser à court et moyen terme. C'est ainsi qu'il a été décidé de mieux réagir aux conditions atmosphériques, en chauffant le gîte avant l'arrivée des clients par période de grands froids, ou de brancher le frigo et le congélateur à l'avance lors des fortes chaleurs estivales. Le tri des déchets est aussi fortement encouragé par la mise en place de petits containers individualisés. La vieille farde de documentation touristique en papier va céder définitivement la place à un

ordinateur formaté pour délivrer une information actualisée en permanence. De petites améliorations, mais qui justifient ce premier niveau de label.

La Maison du Tourisme Val de Sambre et Thudinie, à Thuin, est aussi labellisée depuis quelques mois. "Auparavant, nos démarches concernant la qualité étaient surtout sensibles", explique Christine Charue, la Coach Qualité maison. "Ce processus de labellisation a permis de formaliser les choses, avec des échéances claires et des objectifs définis, qui sont quantifiables et évaluables de manière précise. La qualité est en train de devenir une culture d'entreprise". Ici, une des priorités porte sur l'élaboration d'un questionnaire de satisfaction pour les visiteurs individuels (jusqu'à présent, cela ne s'adressait qu'aux groupes). L'autre chantier concerne la mise en place d'une procédure de traitement des réclamations, sachant que celles-ci concernent aussi les différents partenaires touristiques de la Maison du

Tourisme. "Cela nous permet de mieux nous concerter pour améliorer notre offre de destination. Il s'agit plus que jamais de faire cause commune pour renforcer la qualité de nos différents services".

"CE PROCESSUS
DE LABELLISATION
A PERMIS DE
FORMALISER
LES CHOSES"

Christine
CHARUE

// COACH QUALITÉ
DE LA MAISON DU TOURISME
VAL DE SAMBRE ET THUDINIE

DOSSIER



Le Jambon d'Ardenne,
certifié IGP © ApaQ-W



Le Fromage de Herve,
certifié AOP © ApaQ-W

IMPOSSIBLE DE TOUS LES CITER. LES PRODUITS DU TERROIR WALLON SONT À LA FOIS NOMBREUX ET TRÈS DIVERS. LEUR DÉNOMINATEUR COMMUN EST CELUI DE LA QUALITÉ.

LES BONS PRODUITS DE BOUCHE DU TERROIR WALLON

Confiseries, viandes et charcuteries, volailles et dérivés, mais aussi fruits et légumes, bières, alcools, chocolats, fromages, pains et pâtisseries, ou encore escargots, escavèches ou foie gras : les produits de bouche du terroir wallon sont depuis longtemps déjà d'excellents ambassadeurs du bien vivre en Wallonie et à Bruxelles.

TROIS LABELS...

Certains d'entre eux se singularisent en fonction de différentes certifications européennes : l'AOP, Appellation d'Origine Contrôlée; l'IGP, Indication Géographique Protégée; et encore la STG, Spécialité Traditionnelle Garantie.

L'AOP est décernée à une denrée alimentaire produite, transformée et préparée dans une zone déterminée, en utilisant des techniques reconnues garantissant l'existence d'un lien entre le produit et son lieu d'origine. Deux produits de chez nous ont déjà mérité cette appellation. Le beurre d'Ardenne, élaboré à partir de lait de vache provenant de cette région, et dont le barattage et la maturation doivent obligatoirement s'effectuer dans l'aire géographique en question. Et le fromage de Herve, dont le lait est récolté uniquement sur la zone AOP du Pays de Herve.

L'IGP singularise un produit pour lequel il existe un lien géographique au moins à l'un des stades de la production, préparation ou transformation. Le Jambon d'Ardenne et le Pâté Gaumais ont reçu cette mention, respectivement en 1996 et 2001.

La STG concerne des produits composés d'ingrédients traditionnels, ou fabriqués selon une méthode traditionnelle. C'est le cas, par exemple, des gueuzes : lambic, krielk, framboise, faro.

... ET UNE MARQUE

Déposée par l'APAQ-W, l'Agence wallonne pour la promotion d'une agriculture de qualité, la nouvelle marque "Agriculture de Wallonie" peut être présente sur des produits de différentes qualités. L'objectif est d'offrir un complément d'information sur l'origine géographique du produit. Il s'agit de permettre au consommateur d'identifier rapidement et facilement des produits wallons issus de l'élevage, de l'agriculture et de l'horticulture.

Les produits concernés sont la viande bovine, porcine, ovine et de volaille, le lait et les produits laitiers, le pain et les produits de boulangerie, les fruits, jus de fruits, légumes, pommes de terre, œufs, les produits de l'apiculture, de l'aquaculture, de l'héliciculture et de l'horticulture non comestible.

Le vin Château Bon Baron,
de Lustin, présent
à Horeca Expo © Apaq-W

Seuls les produits non transformés ou légèrement transformés peuvent pour l'instant porter la marque.

Toutes ces initiatives et certifications vont dans le sens d'une valorisation des productions locales, qui sont aussi de plus en plus appréciées en dehors des frontières régionales. C'est ainsi qu'en novembre dernier, une dizaine de sociétés wallonnes ont participé à Horeca Expo, le salon professionnel belge de référence qui se tient traditionnellement à Gand. Elles étaient regroupées sur le stand de l'APAQ-W. La filière brassicole wallonne était représentée par La Brasserie de Bouillon et par l'Abbaye d'Aulne. Les somptueux vins du Château Bon Baron de la vallée mosane étaient aussi de la partie. Ces vins remportent régulièrement d'excellentes places aux concours belges et étrangers. Ces douceurs alcoolisées wallonnes étaient accompagnées de nombreux produits laitiers de la société Plaquette, de Houyet, qui vient récemment de remporter un prix récompensant l'aménagement durable du territoire pour sa nouvelle entreprise, implantée dans le Languedoc-Roussillon.

La variété de viandes dont regorge le terroir wallon était aussi présente à Horeca Expo, du Limousin Bio d'Ardenne au Porc Qualité Ardenne. Tout cela en compagnie des ravioles raffinées au foie gras de la Ferme des 7 Fontaines de Waterloo, et les incontournables

escargots Petits-Gris de Namur, de la Ferme du Vieux Tilleul à Bierwart. Au rayon sucré, c'est la société Gilfi, de Francorchamps, qui affolait les papilles avec ses glaces et savoureux sorbets aux parfums originaux... moutarde à l'ancienne, ricotta poivre-rose ou crème brûlée. On en salive encore.

INCOMPARABLE JAMBON D'ARDENNE

Le Jambon d'Ardenne est-il supérieur ou non à d'autres jambons ? Il est tout simplement original, avec ses caractéristiques propres et sa personnalité. Son terroir et les conditions traditionnelles dans lesquelles il est produit le rendent unique, et forcément incomparable. Ce sont les conditions écologiques et climatologiques de l'Ardenne qui confèrent au jambon son caractère bien particulier. Le salage, à sec ou en saumure, développe une flore spécifique qui continue à agir durant la maturation et le fumage. Le fumage, quant à lui, est effectué de manière exclusive avec de la sciure ou du bois de feuillus de caractère indigène, tels que le hêtre et le chêne. La lente maturation aura lieu dans des chambres fraîches et aérées.

En 1996, l'Union européenne a reconnu la typicité du Jambon d'Ardenne en lui accordant la dénomination d'Indication Géographique Protégée (IGP).

Par conséquent, l'appellation Jambon d'Ardenne ne peut être utilisée nulle part en Europe si ce jambon n'est pas originaire de la zone qui lui a donné son originalité et s'il n'a pas été produit dans le respect des conditions prescrites par le cahier des charges de production.

LE TEMPÉRAMENT DU FROMAGE DE HERVE

On le sent avant même de le voir. On l'appréhende pendant un certain temps. On se surprend ensuite à l'apprivoiser par les narines avant de se risquer à le laisser fondre sous le palais. Le fromage de Herve, c'est une personnalité affirmée, un caractère d'autant plus fort que le temps d'affinage s'est prolongé, afin de passer de la douceur à ce fameux piquant de solide réputation, à l'odeur très prononcée. Le Herve est un fromage obtenu à partir de lait de vache cru ou pasteurisé. Les gens du coin vous conseilleront de déguster votre Herve de la meilleure manière : avec un bon café et du sirop de Liège. Un sacré tempérament, ce fromage. Mais si le courant passe, alors pas de doute : voilà un mets que vous aurez définitivement... en odeur de sainteté.

Jean-Marie Antoine //

DOSSIER

L'UNIVERSITÉ DE LIÈGE OUVERTE SUR LE MONDE ET LES BOURSES D'EXCELLENCE WBI

Implantée au cœur de l'Europe, la Wallonie est le siège de plusieurs universités renommées. Pour rendre plus aisés les séjours d'étudiants étrangers dans ces universités, Wallonie-Bruxelles International a mis en place un programme de bourses d'excellence.

Si à l'UCL, près d'un cinquième des étudiants vient de l'étranger, et que l'ULB en accueille également, l'Université de Liège a fait de l'ouverture au monde l'une de ses priorités. Cette volonté s'exprime par différentes initiatives concrètes. Partenaire d'un réseau de plus de 700 universités, l'ULg favorise la mobilité par des programmes d'échanges pour étudiants et professeurs, des mises en place de filières de doubles diplômes et le renforcement de coopérations scientifiques internationales. Elle a également signé des accords de coopération stratégique et s'engage aussi auprès des pays émergents en soutenant des projets concrets et en organisant des voyages de sensibilisation.

Chaque année, le nombre d'étudiants choisissant l'ULg comme destination pour un programme de mobilité augmente. En 2012-2013, si 672 étudiants de l'ULg ont effectué un séjour à l'étranger, 850 étudiants étrangers ont été accueillis. A la 65^e place, l'ULg figure dans le top 100 européen des universités accueillant le plus d'étudiants d'échange.

L'Université de Liège dispose de plusieurs atouts pour attirer ces étudiants : un encadrement optimal pour une excellente formation, le tout dans une ville conviviale. Plus de 90 % des étudiants Erasmus sont satisfaits de leur séjour à Liège. Il faut dire que tout est mis en œuvre pour que leur séjour se passe au mieux. Avant leur arrivée, les étudiants d'institutions partenaires reçoivent un soutien pour constituer leur programme de cours et effectuer toutes les démarches nécessaires. De plus, un système de parrainage par un étudiant ULg leur est proposé. Organisé pour tous les étudiants arrivant de l'étranger, ce système rencontre un franc succès.

Ensuite, pour s'intégrer au mieux, ces étudiants profitent des activités d'accueil, de découverte de la ville, de rencontres d'anciens Erasmus et d'actuels étudiants ULg. Ils peuvent également recevoir une préparation linguistique spécifique et gratuite. Enfin, tout au long de leur séjour, ils bénéficient d'un encadrement rapproché et d'activités organisées à leur intention. Une cellule est entièrement dédiée à la mobilité des étudiants.



© Marianne Snakers

LABEL EUROPÉEN

On ne s'étonnera pas dès lors que l'ULg soit reconnue pour l'excellent encadrement de ses Erasmus, fruit d'une politique globale d'ouverture de l'Université à l'international. C'est ainsi que, distinguée par la Commission Européenne pour la qualité de l'information, de l'accueil et des services offerts aux étudiants internationaux, elle fait partie des institutions européennes détentrices du Label ECTS. La transparence de l'information institutionnelle en français et en anglais, la mise en pratique des recommandations européennes en matière de mobilité (système ECTS), la qualité des procédures d'accueil et de soutien proposé aux étudiants étrangers et à ses étudiants mobiles sont autant d'aspects reconnus au niveau européen.

Par ailleurs, elle est la seule université belge détentrice du label DS (Diploma Supplement). Pour ceux qui souhaitent, après leur séjour Erasmus, poursuivre leur cursus à l'ULg, celui-ci est le gage d'une meilleure internationalisation de leur diplôme. Cette "certification qualité" met l'ULg dans le club restreint des universités européennes aux pratiques exemplaires.

WBI - COMMISSION MIXTE AVEC LA POLOGNE : 3 PROJETS DE L'ULG RETENUS

Une nouvelle sous-commission scientifique, signée avec la Pologne pour 2013-2014, permet de développer des projets de recherche avec des institutions polonaises. Cinq projets ont été retenus, dont trois de l'ULg : avec l'Université de Varsovie, avec l'Université de Gdansk et avec l'Université polytechnique de Varsovie. Ce résultat concret démontre les liens étroits et de qualité entretenus depuis de nombreuses années entre l'Université de Liège et des équipes de recherche en Pologne.



© Michel Houet ULg

PARTENARIATS AVEC L'AUSTRALIE, LA NOUVELLE-ZÉLANDE

L'ULg élargit aussi ses partenariats avec l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Des accords avec des universités de premier plan ont été signés. Les contrats prévoient la mobilité de doctorants, certains avec des échanges d'étudiants. En 2013, plusieurs chercheurs australiens et néo-zélandais sont venus à Liège. Des accords ont ainsi été signés avec la Curtin University de Perth, le Commonwealth Scientific and Industrial Research Organization (CSIRO), réseau de recherche appliquée n°1 en Australie, à Perth, l'Université du Queensland, l'Université de Sydney, ainsi qu'avec les universités de Canterbury et de Lincoln à Christchurch en Nouvelle-Zélande.

ARABE ACADEMIE AVEC L'AWEX

L'ULg développe également des partenariats avec l'Asie et propose des cours de langues et de civilisation chinoise et japonaise. Quant à l'Arabe Académie, il s'agit du fruit d'un partenariat entre la Cité internationale Wallonie-Bruxelles, l'ULg et l'Awex. Lancée en janvier 2013, elle a pour objectif de permettre d'accéder à un seuil minimal, moyen ou avancé de la langue arabe standard, et ce, en quelques semaines.

DOSSIER

L'UNIVERSITÉ DE LIÈGE, C'EST

- 22.000 étudiants, dont 22 % d'étudiants étrangers provenant de 122 pays;
- plus de 200 masters, dont 37 % uniques en Fédération Wallonie-Bruxelles; 65 masters complémentaires;
- un équipement remarquable à la pointe de la technologie;
- un parc scientifique et 76 spin-offs en activité;

Une université internationale au cœur de l'Europe :

- proposant 1.500 possibilités d'étudier à l'étranger dans plus de 700 institutions internationales partenaires;
- 65^e dans le classement européen des universités accueillant le plus d'échanges;
- seule université belge doublement récompensée par la Commission Européenne (Labels ECTS et DS).

© Michel Houet ULg

Ce n'est pas tout. En 2013, l'ULg a organisé une Année de l'Allemagne, créant une occasion d'encourager la mobilité avec des villes allemandes et d'offrir davantage de visibilité aux "co-diplômations" avec les universités allemandes, voire d'en créer de nouvelles. Les publics visés étaient larges : étudiants belges et allemands, chercheurs et enseignants universitaires, entreprises, notamment dans le secteur logistique. Pour le Recteur Bernard Rentier, ce projet a permis de *"focaliser l'attention d'un partenaire majeur de notre pays, sur notre région et notre Université et, réciproquement, de susciter l'intérêt de notre communauté universitaire pour les multiples ressources de l'Allemagne, ainsi que pour sa culture. Tout au long de l'année, nous nous sommes attachés à développer ou renforcer nos relations avec des partenaires allemands dans les secteurs de l'enseignement, de la recherche, de la culture ou encore de l'économie"*.

DES PROGRAMMES PLUS ATTRACTIFS

Le renforcement des cours en langues étrangères et de cursus dispensés en anglais, bilingues ou multilingues, renforcent l'attractivité des programmes à l'international. Ainsi, le nouveau master en communication multilingue propose un module "Français langue étrangère". Combiné à une autre langue, il est destiné aux étudiants ayant une bonne maîtrise du français, sans que ce soit leur langue maternelle. Par ailleurs, les masters en sciences informatiques et en ingénieur civil en informatique full English sont propices à accueillir davantage d'étudiants étrangers.

Depuis la rentrée précédente, la cellule "Diversité culturelle" a mis en place un système d'accueil personnalisé, grâce à l'appui d'un parrain ou d'une marraine. Organisé depuis de nombreuses années pour les étudiants Erasmus, ce système permet une meilleure intégration de ces étudiants venus de plus loin.

A ce jour, plus de 1000 nouveaux étudiants internationaux rejoignent l'ULg chaque année. *"Favoriser l'intégration de ces étudiants dans notre institution et dans la ville est l'une de nos priorités"*, conclut le Recteur.

PROGRAMME DE BOURSES D'EXCELLENCE WBI

Appelé WBI.World dans le sens vers l'étranger et IN.WBI dans le cas d'accueil d'étudiants étrangers, ce programme rencontre un vif intérêt. IN.WBI, particulièrement, permet à des étudiants étrangers de bénéficier d'une bourse d'étude pour une formation doctorale et post-doctorale dans le réseau universitaire de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Les domaines privilégiés sont ceux des pôles de compétitivité du Plan Marshall 2.Vert : transport et logistique, génie mécanique, sciences du vivant, agro-industrie, aéronautique et spatial, et technologies environnementales.

A qui s'adressent ces bourses ? *"Aux ressortissants étrangers de tous pays, titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur de niveau master II, ou de formation équivalente, et/ou de docteur, délivré par une institution étrangère reconnue et jugé équivalent au niveau de master II ou docteur par les autorités compétentes"*, répond Laurie Delcourte, gestionnaire des bourses d'excellence chez WBI. *"Ce diplôme doit permettre d'entamer exclusivement un programme doctoral ou post-doctoral dans une université de Wallonie ou de Bruxelles. La sélection des candidatures s'opère en étroite concertation avec les partenaires universitaires, le FRS - FNRS et la DG06 (Service Public Wallon)."*

Les bourses sont octroyées pour un an minimum (renouvelables au maximum trois fois), ou pour une durée de un à trois mois. Le montant mensuel de la bourse est de 1.200 euros.

www.studyinbelgium.be

Jacqueline Remits //

FRANÇOIS ENGLERT, LE PRESTIGE D'UN PRIX NOBEL DE PHYSIQUE

Il a entamé son parcours académique au sein de l'Université Libre de Bruxelles (ULB) en 1956 et il y est toujours aujourd'hui professeur émérite de physique théorique. Mais surtout, début octobre, le Belge François Englert s'est vu remettre, avec le Britannique Peter Higgs, le Prix Nobel de physique pour ses travaux relatifs au boson de Brout-Englert-Higgs, appelé aussi boson scalaire.

L'existence du boson a fait l'objet de nombreuses recherches par des physiciens du monde entier, pour qui cette particule représente la clé de voûte de la structure fondamentale de la matière et contribue à expliquer la création de l'Univers.

Né en 1932, spécialisé en théorie des cordes, inflation cosmique et physique des particules, François Englert est un habitué des distinctions scientifiques. Citons entre autres, le prestigieux prix Franqui (1982), le prix de la société européenne de physique (1997), le prix Wolf (2004), le prix Sakurao (2007), le prix Prince des Asturies de la recherche scientifique (2013)....

Mais le Nobel de physique est incontestablement la plus prestigieuse des distinctions. Elle lui permet de devenir le premier belge à en être honoré. Il s'inscrit ainsi dans une lignée prestigieuse d'éminents scientifiques wallons ou bruxellois, tels qu'Ilya Prigogine, Christian De Duve, Albert Claude et Jules Bordet.

Mais cette reconnaissance dans le domaine de la "reine des sciences" rejaille aussi, comme le reconnaît le physicien, sur toutes les personnes et les institutions qui l'ont aidé à parvenir à cette découverte, dont l'ULB et l'UCL et, d'une manière plus large, sur le monde universitaire wallon dans son ensemble.

Pierre Reuter //



QUALITÉ ET RECHERCHE AUJOURD'HUI INTRINSÈQUEMENT LIÉES

La qualité en recherche appliquée est un facteur de réussite pour le transfert des résultats vers le monde industriel.

Qui dit qualité pense immédiatement fiabilité. Que l'on évoque une expérimentation, un produit ou un service, le cheminement - ou la traçabilité d'une démarche pour aboutir à un résultat - doit aujourd'hui être identifiable.

Dans un laboratoire d'expérimentation qui évolue dans des secteurs de pointe comme le biomédical ou le pharmaceutique, mais également dans des domaines d'activités qui pourraient être considérés comme moins sensibles, les "bonnes pratiques" imposent d'enregistrer les séquences d'actions ou de manipulations directement liées aux produits ou aux différentes phases de fabrication.

Soucieux depuis de très nombreuses années déjà d'accompagner dans ces démarches "qualité" les centres de recherche des universités ou des hautes écoles, ainsi que les divers acteurs de l'innovation, la Wallonie a développé, appuyée par des programmes européens, des politiques incitatives proposant à la fois des outils de certification, mais aussi de diffusion du management de la qualité.

Outre le travail remarquable du "Mouvement Wallon pour la Qualité", on épinglera - une initiative parmi tant d'autres au niveau de la formation - le master complémentaire en Gestion Totale de la Qualité, dispensé à l'U-Mons. Ce diplôme universitaire est un des rares, sur l'espace Wallonie-Bruxelles, à couvrir tout le domaine de la Gestion de la Qualité. Une formation proposée en deux ans et lancée en pionnier dès 1989 par la Faculté Polytechnique de Mons.

Des politiques incitatives indispensables aujourd'hui pour permettre aux acteurs de l'innovation, qu'ils évoluent dans la recherche fondamentale ou appliquée, de s'intégrer au sein de programmes de Recherche & Développement publics ou privés, qu'ils soient d'origines régionale, nationale ou internationale.

DOSSIER

MIRVAL

Outre en matière de recherche, la valorisation des processus de fabrication et l'intégration dans des programmes de Recherche & Développement, il est clairement acquis que les bonnes pratiques mettant en œuvre des outils de gestion adéquats en matière de qualité contribuent à une démarche d'amélioration continue.

Un autre aspect non négligeable d'une démarche "qualité" bien comprise est l'interface qui devra, à un moment ou à un autre, se nouer avec et au bénéfice du monde entrepreneurial.

Avec l'appui des Fonds structurels "2007-2013", le projet MIRVAL, qui associe les trois Académies universitaires et les hautes écoles, a notamment permis, à l'échelle de la Wallonie, de mettre en réseau, et donc de mobiliser expertises et résultats de recherche des centres de valorisation à destination des PME.

Hugo Leblud //

FYTOFEND : L'INNOVATION AU DÉPART DU PROCESS

Fondée en 2009 au départ de l'Unité de Recherche en Biologie Cellulaire et Moléculaire Végétale de l'Université de Namur (Académie Louvain), Fytofend fabrique et commercialise une substance active dont la fonction, après pulvérisation, est de stimuler la défense des plantes.

Ce produit innovant, mis au point après une longue décennie de recherche par les équipes du Pr Van Cutsem, par ailleurs actionnaire majoritaire de Fytofend, aide la plante à lutter, par exemple, contre le mildiou de la vigne ou de la pomme de terre, la tavelure du pommier ou la pourriture grise de la pomme de terre.

Substance doublement brevetée (le produit en lui-même mais également sa formulation), le produit est en attente d'homologation pour le marché européen, mais déjà commercialisé, en milliers de litres, sur d'autres conti-

"Nos processus de fabrication sont continuellement optimisés et les multiples contrôles de qualité que nous opérons tout au long du processus de fabrication reposent sur des technologies de pointe" précise **Raffaël Buonatesta**, administrateur délégué de Fytofend.

Des équipements de contrôle "qualité" disponibles au sein des laboratoires namurois qui ont vu naître la spin off, hébergée aux Isnes, sur le parc Créalys à Gembloux.

"Des spectromètres de masse ou des chromatographes de très haute précision indispensables pour vérifier, en amont, la qualité de nos matières premières mais aussi en aval, avant de livrer aux clients la substance active", souligne-t-on chez Fytofend.

C'est peu dire que la qualité, à tous les stades, est au cœur des préoccupations des cinq personnes occupées aujourd'hui dans les labos de la TPE namuroise.

HL //

LA QUALITÉ PASSE AVANT TOUT PAR L'EXCELLENCE TECHNIQUE !

UNE COLLECTION DE PRIX

Pour Pierre Collin, des éléments concrets montrent la progression de la qualité : *“Depuis notre lancement, on voit dans les différents projets une augmentation de la qualité des images, en cinéma par exemple. Nous bénéficions également des apports du taxe shelter, qui permet au secteur de progresser et offre des développements nouveaux aux entreprises.”*

Cette qualité se traduit notamment, pour les sociétés wallonnes membres de TWIST, par plusieurs prix en Belgique et au niveau international, en 2011 et 2012. Voici quelques exemples :

- Studio L'Equipe a travaillé sur 6 films récompensés aux Magritte (*Les Géants, Le Gamin au vélo, Les Emotifs anonymes, Dimanches, Quartier lointain et Rundskop*) et sur *Le Nom des gens*, qui a reçu 2 Césars.
- Digital Graphics a vu deux longs métrages récompensés aux Magritte : *Les Emotifs anonymes* et *Quartier lointain*. Mais aussi deux courts métrages au festival Média 10-10 : *Dissonance* (prix de la presse) et *La Garde barrière* (Meilleur court métrage d'animation).
- Flying cam était présent sur le film *Les Aventures d'Adèle Blanc Sec* de Luc Besson, qui a reçu le César du meilleur décor.
- Sonicville a collaboré au film *Rundskop* de Michael R.Roskam, qui a reçu 4 Magritte en 2012. Ce film a aussi été nommé pour l'Oscar du meilleur film étranger.
- Mikros Image a travaillé sur *Logorama*, qui a remporté le César du meilleur film de court métrage. Sans oublier, de nombreuses récompenses pour ses campagnes publicitaires.

Dans un monde artistique et technique en perpétuelle évolution, de nombreuses entreprises francophones développent des spécificités de haute qualité dans les domaines du son, de l'image (comme le cinéma, par exemple) et du texte.

Reconnues au niveau européen ou mondial, ces sociétés de chez nous peuvent compter sur l'accompagnement du cluster TWIST (Technologies Wallonnes de l'Image, du Son et du texte). Il s'agit d'un organisme, financé par la Région Wallonne, qui favorise le développement de ces entreprises spécifiques.

Loin des certifications “standard” du monde de l'entreprise, la qualité y est inscrite en lettres grasses. Pierre Collin, executive manager de Twist, ne cache pas que les normes sont très élevées dans ce cluster : *“La qualité, c'est une compétence qui s'acquiert constamment. Nous travaillons sur des critères d'excellence sans nécessairement s'investir dans les normes ISO. Le cluster Twist est d'ailleurs labellisé au niveau européen “cluster de Bronze”, comme le cluster infopôle TIC. Nous appliquons une très sérieuse sélection à l'entrée du cluster lorsque nous recevons les entreprises. Notre cluster est spécialisé dans tout ce qui touche aux médias. Si nous sommes toujours au top, c'est parce que nous recherchons l'excellence. Cela ne veut toutefois pas dire que nous sommes élitistes. Nous encadrons aussi des entreprises qui n'ont pas encore la capacité d'être dans notre cluster mais qui pourraient, à force de travail, d'affinement des compétences et d'évolution, le rejoindre.”*

Parmi toutes ces sociétés, Mikros Image Liège, filiale du groupe Mikros Image basé à Paris, connaît un certain succès : *“Voici 5 ans que l'entreprise existe en Belgique et la qualité ne passe pas chez nous par une certification ISO”* explique sans détour Bernard Devillers, responsable Développement et Formation de Mikros Image Liège : *“Le milieu artistique souffrirait d'une perte d'énergie s'il devait investir dans une norme ISO. Notre marque de fabrique est vraiment la qualité et l'excellence technique et artistique. Le personnel est sensibilisé à l'importance d'un travail technique irréprochable. Nous avons évidemment aussi des méthodologies et des processus éprouvés pour les programmes utilisés pour les actes techniques ou technologiques. Mais pour nous, la qualité artistique est avant tout celle des êtres humains qui commandent les machines.”*

Pour Bernard Devillers, en dehors du bouche-à-oreille, certains signes ne trompent pas : *“Notre premier label est notre réputation. Lorsque nous voyons les réalisateurs revenir pour un nouveau projet, cela nous conforte dans notre sérieux et dans le travail de qualité que nous offrons.”*

www.twist-cluster.com

Vincent Lievin //

DOSSIER

WALLONIE : 461 MILLIONS D'EUROS INVESTIS DANS 236 PROJETS TECHNOLOGIQUES

La Wallonie investit durablement dans l'innovation, pour soutenir son développement économique et développer une expertise de pointe, notamment dans six domaines d'activités.

C'est une lapalissade, mais qui mérite d'être toujours répétée : sans innovation, pas de croissance, pas de développement économique durable. Le manque d'innovation constitue un danger pour la survie des entreprises et pour l'emploi. Il importe donc, en permanence, d'investir dans la recherche et le développement. En la matière, c'est le politique qui donne aux entreprises tout l'appui nécessaire à cet esprit d'innovation. Non seulement par l'accès à des aides financières, mais aussi – et même tout autant – en définissant le cadre et les instruments qui permettront aux multiples acteurs de l'innovation technologique (entreprises, universités, chercheurs, centres de recherche publics et privés, etc.) de collaborer de la manière la plus fructueuse qui soit. Cette politique doit également établir des axes prioritaires

et des objectifs stratégiques qui à la fois répondent aux besoins des entreprises et "ancrent" le développement durable dans des bassins d'emploi.

Le Gouvernement wallon a parfaitement compris l'impérieuse nécessité d'ainsi stimuler l'innovation et la croissance. Il l'a traduit par les divers dispositifs repris dans le "Plan Marshall", puis dans sa seconde version, le "Plan Marshall 2.Vert". L'Agence wallonne pour l'exportation (Awex) est aussi un acteur public essentiel, en mettant à la disposition des entreprises les moyens nécessaires à la fois pour faire valoir leur savoir-faire technologique sur les marchés étrangers, mais aussi en permettant aux acteurs wallons de la recherche et du développement de développer des partenariats porteurs aux quatre coins du monde.

Les Plans Marshall fixent 6 pôles de compétitivité qui forment un élément structurant de la politique de recherche et du tissu économique. Ces pôles sont les sciences du vivant (Biowin), l'aéronautique et le spatial

Bobines de tôle
prêtes à être livrées
© Anne Ransquin

(Skywin), les technologies environnementales (Greenwin), l'agro-industrie (Wagralim), le génie mécanique (Mecattech), et le transport-logistique (Logistics in Wallonia). Huit appels à projets ont déjà été lancés dans le cadre de ces pôles de compétitivité, qui ont vu quelque 461 millions d'euros de financement public mis au service de 236 projets, mobilisant 1.125 acteurs dans des partenariats alliant entreprises, universités, centre de recherches, centres de formation, etc. Cette politique volontariste séduit les investisseurs étrangers. Ces derniers ont ainsi déjà introduit plus d'une centaine de dossiers suite au Plan Marshall 2.Vert.

Il importe de souligner que cette stratégie wallonne d'appui à l'innovation est bien plus qu'une politique d'aide financière. Cette dernière, seule, ne suffirait en effet pas à ancrer la Wallonie dans un développement socioéconomique durable. Tout aussi importants sont les dispositifs concrets mis au service des acteurs de cet essor pour travailler en réseau, entre autres via les "partenariats d'innovation technologique" (PIT) et la coordination apportée par l'Agence de Stimulation Technologique (AST), ou encore les infrastructures (44 parcs d'activité économique ont ainsi été équipés), la mise en ligne d'un "Portail Entreprises" destiné à la simplification administrative, diverses mesures de soutien à l'esprit d'entreprendre, un appui financier à plus de 300 spin-off, etc.

C'est cette politique d'ensemble qui participe à ce que des noms tels que TechSpace Aero ou Sonaca – pour ne parler ici que du domaine bien connu de l'aéronautique – viennent souvent faire la une de l'actualité par leur capacité d'innovation et leur positionnement sur les marchés internationaux. Qui sont aussi autant de "vitrines" attractives de la Wallonie. Pour et par une politique d'excellence.

Marc Vandermeir //



Travail de la tôle
© Anne Ransquin

ARCEO : la sidérurgie se construit un nouvel avenir

"Le plan Marshall a été fondamental dans notre démarche" explique d'emblée Jacques Pelerin, administrateur-délégué d'Arceo, entreprise de Recherche & Développement spécialisée dans le revêtement de tôles d'acier par plasma sous vide. Arceo est une filiale, à Liège, du groupe ArcelorMittal. Cette société prouve, par ses innovations, que même une industrie aussi traditionnelle que la sidérurgie, confrontée aux difficultés que l'on sait, peut se construire un nouvel avenir par des produits très innovants, aptes à ouvrir de nouveaux marchés dans le monde entier, aussi bien au sein du groupe qu'en-dehors (entre autres dans les domaines de l'énergie, de la résistance d'une tôle déjà peinte au salissement, etc). Tout ceci grâce à la technologie des nano-matériaux.

Si le plan Marshall a été fondamental, *"c'est parce que, comme notre technologie représente une sorte de rupture dans le domaine de l'acier, tout en étant utilisée dans d'autres secteurs aux activités très différentes mais où le coating (le recouvrement du produit, ndlr) est au cœur des recherches, nous avons ainsi pu très vite constituer avec GGC (ex-Glaverbel), via le plan, une plateforme technologique au niveau wallon"*, précise M. Pelerin. *"Elle réunit les sociétés spécialisées concernées, mais aussi notamment les universités, avec des objectifs à la fois de développement et de produits commun via le 'projet Mirage'. Ce partage de savoir-faire nous permet d'aller beaucoup plus vite dans la recherche technologique et sur les marchés."*

M. VDM //

DOSSIER

ENTRE VINTAGE ET RENOUVEAU : LE CAS DELVAUX

Rencontre avec Christina Zeller, la nouvelle fée image du maroquinier bruxellois

C'est la plus ancienne maroquinerie de luxe au monde. Et déjà ça, c'est toute une histoire. Une histoire qui - à l'ère du storytelling et autres tentatives de capitalisation sur un embryon de tradition - n'a rien de formaté ou d'artificiel. Delvaux, c'est une date : 1829, année de création de cette maison que certains Français comparent parfois à Hermès. Pourtant, jusqu'il y a peu, sur les portants des boutiques chics de Paris ou de Tokyo, une maison comme Delvaux figurait assez étrangement aux abonnés absents. Personne ne s'en étonnait vraiment. En 2011, la maison belge réalisait en effet 95% de son chiffre d'affaires sur le marché local uniquement. Deux ans plus tard, ce chiffre a été multiplié par 5. Depuis peu, Delvaux squatte en effet les department stores les plus désirables de la planète : les Galeries Lafayette à Paris, Dover Street Market à Londres ou encore Barneys à New York. En 2014, la marque prévoit aussi, dans le sillage d'une première à Séoul, l'ouverture de boutiques en nom propre à Paris, Tokyo et Hong Kong. Entre 2011 et 2013, il y a évidemment eu la crise. Une crise qui a contribué - d'une certaine façon - à recrédibiliser le marché du (vrai) luxe. Et donc de rendre à nouveau très populaires des maisons comme Delvaux. Mais ce n'est évidemment pas le principal moteur de cette renaissance sur le plan international. Le chef d'orchestre de ce renouveau, c'est Christina Zeller, la nouvelle fée image de Delvaux.

1986

Les sacs Delvaux
au fil des ans

© Dominique Lefebvre - WBI

UNE RENCONTRE DE CHOC

Fin 2011, au moment où tous les observateurs s'attendaient à l'engagement d'un nouveau directeur artistique pour remplacer Véronique Branquinho suite au rachat de l'entreprise bruxelloise par le groupe asiatique Fung Brands Limited, elle est arrivée, tel un raz-de-marée. **Christina Zeller** (ex-Givenchy), en charge de l'image produits et protagoniste du revival de la marque, n'a rien du profil type de la directrice de création tel qu'on aurait pu le concevoir dans une maison de tradition comme Delvaux. Mais sa clairvoyance a payé. *"Lorsqu'on se retrouve plongée dans une maison telle que celle-ci, pas besoin de jouer dans la même cour que les marques de luxe internationales"*, nous a expliqué Christina Zeller. *"D'autant que nous ne nous profilons absolument pas comme tels. Notre force, c'est d'avoir trouvé un parfait équilibre entre le savoir-faire de nos artisans, une stratégie marketing claire et précise et, bien évidemment, l'exclusivité de notre offre produits."* Une offre entièrement basée sur les 3.000 sacs référencés dans les archives maison et que l'équipe artistique en place se contente de twister au fil des saisons. De quoi rassurer des consommateurs en quête de plus de transparence et d'éthique dans le produit. En témoignent le buzz autour du Brillant - le sac emblématique de la marque créé en 1958 - revisité en 2008 sous l'appellation Ceci n'est pas un Delvaux, en version XXL et assoupli pour mieux coller aux attentes des jeunes consommatrices, mais aussi le récent lifting du Marronnier, un sac de 1977 ressorti l'an dernier sous le nom de Madame.

EXCELLENCE ET ANTI-IT

Chez Delvaux, on ne capitalise plus sur la signature d'un designer, mais bien sur l'excellence du produit. *"Lorsque je suis arrivée chez Delvaux, j'ai été totalement conquise par le travail d'ingénierat réalisé sur chaque modèle de sacs. Sans parler de leur assemblage minutieux en atelier..."*, précise **Christina Zeller** tout en ajoutant que le risque de communiquer sur le côté classique d'une marque, c'est de finir par la rendre ennuyeuse. Côté image, elle a donc aussi voulu miser sur l'habillage des boutiques et des corners, qu'elle a tout récemment confié à Martine Feipel et Jean Bechameil, un duo de plasticiens luxembourgeois peu habitué aux spotlights de la mode. Souvent taxées de "trop modestes" ou de "trop peu ambitieuses", les marques de luxe bruxelloises et wallonnes savent que cette décennie leur est favorable. Elles ont donc tout intérêt - à l'image de Delvaux, qui fait désormais graver une couronne au dessus de son nom et qui a affiché son logo "en blanc sur blanc" (point trop n'en faut...) sur la devanture de la boutique de la galerie de la Reine à Bruxelles, - à capitaliser sur leur image... de marque. Dans le plus noble sens du terme.

www.delvaux.com

Marie Honnay //



© Delvaux



© Dominique Lefebvre - WBI



© Delvaux

PORTRAIT

XAVIER DAMMAN : UN ENTREPRENEUR WALLON À SAN FRANCISCO

“Seul celui qui croit vraiment en ses rêves peut les réaliser”. Cette citation empruntée à Hergé, le dessinateur de Tintin, pourrait parfaitement définir le parcours de Xavier Damman, ce jeune ingénieur en informatique wallon, fondateur de Storify, une start-up spécialisée dans le story-telling.

Originaire de Nivelles, jeune ingénieur en informatique, Xavier Damman a quitté le pays en 2009, à l'âge de 25 ans, pour s'installer dans la Silicon Valley et y développer, avec succès, son entreprise. Histoire d'une véritable aventure humaine.

Tout commence en 2008. Fraîchement diplômé, Xavier Damman crée Publitweet, l'ancêtre de Storify. Il s'agit d'un service qui permet de fondre les messages Twitter en un récit susceptible d'être utilisé sur d'autres sites web. Ce service est principalement utilisé par les médias qui sont intéressés par la publication, en temps réel, en provenance du réseau social Twitter. Le succès est au rendez-vous. Des journaux comme “Le Soir”, “Le Monde” ou encore “Libération” sont parmi les utilisateurs.

“Rapidement s'est imposée l'idée de déménager à San Francisco pour permettre un meilleur développement de l'entreprise” explique Xavier Damman.



© Tony Deifel

NAISSANCE DE STORIFY

“J'ai pu y rencontrer des entrepreneurs expérimentés” poursuit notre interlocuteur “et notamment un certain Burt Herman. Avec lui, et à la demande de différents médias, nous avons décidé d'élargir la plate-forme de façon à pouvoir publier, sur un sujet donné, tout ce qui est posté et jugé intéressant sur les réseaux sociaux, Twitter bien sûr mais aussi Youtube, Facebook, Tumblr, Flick'r... Nous sommes parvenus à rassembler 3,5 millions de dollars en lançant plusieurs augmentations de capital de façon à pouvoir proposer aux journalistes et aux blogueurs des informations filtrées créant des histoires, histoires qui pourront être lues, comprises et publiées sur les sites des médias. D'où le nom de la plate-forme : Storify”.

Ce changement permet évidemment d'élargir le cercle des utilisateurs. Il est dorénavant possible pour ceux-ci d'écrire un article grâce au contenu des réseaux sociaux et de partager cet article avec des amis ou de le publier sur un blog ou un site internet.

Mais ce réseau d'information du XXI^e siècle ne risque-t-il pas à terme de devenir le fossoyeur de la “presse papier” ? Une remarque que balaie immédiatement le jeune entrepreneur “**Au contraire ! Nous donnons aux journalistes encore plus de ressources d'information, encore plus d'outils. Avant, ils devaient se limiter aux agences de presse. Maintenant, ils peuvent avoir accès à de l'information émanant de millions de gens. On a en quelque sorte 500 millions de reporters. On est dans le domaine des médias du futur. C'est assez phénoménal, non ? Et on a plus que jamais besoin des journalistes pour filtrer ces informations, leur donner du contexte. Ce système permet en fait d'amplifier la voix des gens qui utilisent les réseaux sociaux.**”

L'AVENTURE CONTINUE

Avec près d'un million d'utilisateurs, le succès de Storify attire les regards. Ceux de Livefyre notamment, société active dans le même secteur mais bien plus grande, puisqu'elle est le cinquième plus important réseau au niveau américain. Il y a quelques mois, Storify

est rachetée par Livefyre. L'ensemble de l'équipe est intégrée dans celle de son acquéreur.

Le début d'un nouveau chapitre à écrire pour cette véritable success story. Pour Xavier Damman *"On n'était pas obligé de vendre mais c'était une véritable opportunité. Livefyre évolue dans le même milieu mais ils ont une approche beaucoup plus "entreprise" que nous."*

Notre entrepreneur poursuit donc son aventure aux Etats-Unis, dans une région, la Silicon Valley, qui est considérée comme le berceau des nouvelles technologies, un pôle d'excellence, un moteur économique, un modèle économique. Même si, aujourd'hui, certaines remarques fusent, accusant les géants du Net de s'enfermer dans une bulle. Les cadres de la Silicon Valley sont vus d'un oeil de plus en plus critique par les médias américains. Xavier Damman ne partage manifestement pas cette impression *"Ici tout le monde est entrepreneur, très accessible et prêt à vous aider. Ceux qui ont réussi savent qu'ils le doivent à leur talent mais aussi à l'aide des autres et ils ont à cœur de renvoyer l'ascenseur. C'est une mentalité beau-*

coup moins égoïste et distante de celle que nous connaissons en Belgique." Est-ce à dire qu'il est nécessaire de s'expatrier outre-atlantique pour réussir ? *"Peut-être. J'encourage en tous cas les jeunes à développer leur talent un peu partout dans le monde. Regardez nos Diables Rouges ! Ils n'ont jamais été aussi forts que depuis qu'ils exercent leur talent à l'étranger !"*

QUID DE L'AVENIR ?

"Tout d'abord, éviter de se reposer sur ses lauriers ! A court terme, l'objectif est de faire en sorte que Storify se porte bien chez ses nouveaux parents. Ensuite, pourquoi pas une introduction en Bourse ? On verra mais c'est totalement possible. Enfin, on développera d'autres choses. Comment changer le monde en développant de nouvelles technologies ? Je dois encore y réfléchir."

Pierre Reuter //



PORTRAIT



La famille Thiry-Wahlen,
fondatrice de Beal
© Beal

BEAL, SUCCESS STORY WALLONNE À LA GRANDE EXPORTATION

Beal International est une PME namuroise à l'origine de produits innovants pour la construction, distribués dans le monde entier. Son produit phare, le Mortex[®], est source d'inspiration pour des designers et architectes réputés.

Le hasard fait bien les choses. Cette assertion se vérifie dans la belle histoire de la société Beal. L'entreprise est née d'un constat de terrain et d'une intuition pertinente. Au début des années 1970, **Jean-Bernard Thiry**, designer de formation, entame son activité professionnelle dans le secteur du bâtiment. Peu à peu, il prend conscience de l'importante question de l'humidité et des problèmes de restauration des bâtiments. Dès 1974, avec sa femme **Véronique Wahlen**, également designer, il se met au travail pour trouver des réponses. Au départ, Beal est grossiste en produits spécialisés pour la construction et l'étanchéité. *"Nous avons commencé par importer des chaux italiennes pour la restauration de bâtiments anciens et les revendre à des entrepreneurs"*, commence **Véronique Wahlen**.

En 1980, Beal passe à la fabrication et développe sa propre gamme d'une soixantaine de produits. *"Nous voulions apporter une réponse aux divers types d'humidité et problèmes spécifiques rencontrés dans le bâtiment. Ces produits interviennent à différentes étapes, de la construction à la restauration des façades en passant par les finitions intérieures. Parmi eux, des mortiers spécialisés pour l'étan-*

chéité, la gamme Mortex[®]. Certains, comme le Mortex[®] Etanche, étaient à l'origine purement fonctionnels et principalement utilisés pour le cuvelage de cave, l'hydrofugation, ou encore la réalisation de piscines enterrées et recouvertes, dans ce cas, d'un liner ou d'un carrelage."

PISCINES DE RÊVE ET AMÉNAGEMENTS TRENDY

"Comme nous avons toujours une âme de designer, nous avons coloré les mortiers", reprend **Véronique Wahlen**. Voici une dizaine d'années, l'entreprise développe et lance le Mortex[®] Color, une déclinaison de la technologie du mortier étanche se finissant d'une manière lisse et colorée. Ce mortier connaît un véritable succès dès son apparition. Il devient tendance pour la réalisation de piscines teintées dans la masse, assorties à l'ambiance du jardin. Il apporte une finition décorative mêlée à une très haute technicité : étanchéité, résistance et souplesse. Les applications de cet enduit coloré sont diverses : douches, hammams, murs, plafonds, sols, margelles, terrasses, plans de travail...

"Nous avons réalisé un nuancier disponible en 64 coloris, mais le Mortex[®] peut être décliné en une infinité de teintes sur-mesure." Beal donne en effet la possibilité de personnaliser son projet grâce à des

pigments hors nuancier pour créer une teinte unique. Son aspect sobre et brut lui donne un côté tendance. C'est alors la mode des lofts et des bétons cirés et lissés. Ce produit a retenu l'attention de designers et d'architectes fameux, dont Philippe Starck, qui l'a utilisé plus d'une fois pour des aménagements trendy.

On le retrouve également dans des projets hôteliers à Anvers, Courtrai et Namur, plusieurs projets de Lionel Jadot, le magasin National Geographic à Madrid...

TENDANCE VINTAGE

Le vintage est tendance et les concepteurs de Beal ont perçu ce retour aux années 1960. C'était alors la mode des sols en granito, ce mélange de béton et de granulats de marbre. Originaire de Vénétie, il était utilisé pour couvrir les sols des maisons. C'est l'une des techniques les plus anciennes utilisées en Italie. A la mode dans les années 1920, puis au sortir de la seconde guerre mondiale et jusque dans les années 1960, ce procédé crée une ambiance minérale. *"Aujourd'hui, avec la mode des lofts, le granito s'intègre parfaitement dans les transformations d'espaces industriels en lieux de vie, les constructions d'espaces épurés où le sol est à lui seul une œuvre d'art. Il est possible d'intégrer d'autres granulats que le marbre dans cette nouvelle génération d'enduits : miroir brisé, verre poncé, gros galets, paillettes... Cette technique permet de donner un look unique aux sols, murs et mobiliers et d'aller au cœur de la matière."* Lancé fin 2011, le Bealstone®, un enduit minéral destiné aux sols, aux murs et au mobilier, intérieur comme extérieur, constitue une alternative contemporaine aux bétons de style granito.

FORMATIONS À LA CARTE

Parce qu'un produit de qualité n'est rien sans une application rigoureuse, l'entreprise namuroise organise des formations à destination des professionnels. La majeure partie de ces formations sont organisées au sein de l'entreprise à Fernelmont. Y participent

des professionnels venus des quatre coins de la Belgique, mais pas seulement. Il n'est pas rare d'y rencontrer des spécialistes qui traversent la frontière pour en savoir davantage sur ces produits innovants.

Pour les professionnels qui le souhaitent, la société propose également du coaching sur chantier. Ce cours pratique permet aux spécialistes d'appliquer les produits tout en étant sûrs d'obtenir un travail optimal dès la première utilisation. C'est la solution idéale pour former directement le personnel d'un entrepreneur. *"C'est l'architecte, le décorateur et l'aplicateur qui donnent la plus-value à nos produits. Certains diversifient leurs compétences. Notre centre de formation est important dans cette évolution. Deux fois par semaine, nous recevons des clients entrepreneurs, et le samedi les néophytes."*

AU VIETNAM ET AU JAPON

Installée à Fernelmont depuis 1997, Beal développe sa zone de chalandise naturelle en Wallonie et à Bruxelles. Elle distribue également ses produits dans le nord du pays. Mais elle va beaucoup plus loin. Voici une quinzaine d'années, aidées par l'Awex, Beal s'est fait connaître lors de foires et salons à l'étranger. Depuis plusieurs années, elle exporte dans de nombreux pays de l'Union européenne (France, Espagne, Luxembourg, Pays-Bas, Italie, Royaume-Uni, Autriche), mais également vers la Suisse, les pays du Maghreb, le Vietnam et le Japon. Des contacts sont entamés aux Etats-Unis et en Europe de l'Est. Comme l'explique **Véronique Wahlen** : *"Lorsque vous êtes une PME familiale et que vous proposez des produits 'Made in Belgium', les gens vous font confiance. Nos produits ont notamment été utilisés dans le métro de Tokyo et pour la transformation de conteneurs métalliques servant d'abris de secours en Afrique."* En 2012, 31% du chiffre d'affaires a été réalisé à l'exportation.

En 2012, Beal a développé un chiffre d'affaires de 4 millions d'euros, soit une progression de 30 % par rapport à 2011. La société emploie 18 personnes, plus les fondateurs et l'un de leurs fils en train de prendre la relève. *"Nos deux autres enfants viendront certainement travailler dans l'entreprise aussi. Nous voulons que notre société reste familiale."*

Jacqueline Remits //



Mortex LAK
© Atelier 27

GASTRONOMIE

L'IMPÉRATIF, À MAISIÈRES : DE MER ET DE TERRE

Salué l'an dernier par une étoile au guide Michelin, **Benoît Neusy** s'est forgé une identité culinaire qui ne doit rien à personne. Sa spécialité ? Le poisson, qu'il conjugue volontiers avec les produits de la terre.

"C'est une cuisine de produits, une cuisine qui a une âme, avec la constante recherche de sublimes accords gustatifs où se rejoignent terre et mer. C'est une cuisine très personnelle, qui s'est forgée au fil du temps, au gré de mes découvertes et de mes audaces".



"Tout arrive sur arêtes, rien n'est en filet, explique le chef, cela permet de vérifier l'état de fraîcheur du poisson".

Benoît Neusy, le patron du restaurant l'Impératif, parle de son métier avec beaucoup de passion. Nous sommes à Maisières, rue Grande, à quelques kilomètres de Mons, au bord de la chaussée qui file en droite ligne vers Soignies. La vieille ferme a été superbement rénovée, avec un décor contemporain au style épuré, où la brique et la pierre font bon ménage. En tout une cinquantaine de couverts, non compris la petite terrasse qui offre quelques places au grand air à la belle saison.

Benoît Neusy a découvert et appris le métier à l'école hôtelière de Saint-Ghislain. Il s'est ensuite très rapidement mis à son compte, comme traiteur-poissonnier tout d'abord, puis comme restaurateur, et sans être jamais passé par la traditionnelle case "stage dans les grandes maisons". *"C'est pour cela que j'ai l'habitude de dire que ma cuisine m'appartient, car je n'ai pas subi l'influence de l'un ou l'autre chef de renom, insiste encore le patron. Cela m'a sans doute pris plus de temps pour atteindre un certain niveau, mais j'en éprouve une certaine fierté"*. Neuf ans après son ouverture, le restaurant a été salué l'an dernier par une étoile au Guide Michelin. La concrétisation d'un rêve, d'un espoir, qui n'avaient jamais pour autant tournés à l'obsession.

La carte annonce clairement la couleur : ici, le poisson est constamment à l'honneur. Pas dans une version basique façon sole meunière ou plateau de fruits de mer, mais bien en explorant l'infinie richesse des produits pêchés en mer du Nord ou en Méditerranée. Les arrivages viennent donc de Boulogne et de Rungis, alors qu'un petit négociant fait aussi la route de sa Bretagne natale une fois par semaine jusqu'à Maisières.

Voici donc le cabillaud danois, le turbot sauvage, le rouget petit bateau, le saint-pierre ou le bar de ligne. Mais la carte met également en valeur les poissons plus populaires comme la sardine ou le maquereau.

La cuisine de Benoît Neusy est aussi, et surtout, une cuisine de produits, qui se nourrit des saisons, des voyages, de rencontres et des tendances de l'instant, comme ces incursions récentes dans le vaste univers de la cuisine japonaise. Mais si le jambon peut venir de la péninsule ibérique et l'huile d'un beau coin d'Asie, cela n'empêche pas bien sûr de valoriser avant tout les produits locaux. C'est ainsi qu'est née cette intense collaboration avec un fermier voisin qui fournissait au départ les asperges, les chicons et les fraises, avant d'être "mobilisé" pour cultiver une cinquantaine de légumes différents que l'on retrouve sublimés, au gré des saisons, dans les assiettes du restaurant. Les fromages sont sélectionnés dans les caves de l'artisan affineur Jacquy Cange, qui exerce son art dans la localité voisine de Beloeil.

Le chef de l'Impératif propose aussi une cuisine moderne, sans être ostentatoire, qui ose (et réussit) des associations improbables, originales. Où la Saint-Jacques fait, par exemple, cause commune avec le boudin noir et la purée de potimarron. Où la langue d'agneau côtoie volontiers les coquillages, où le bœuf et le ris de veau sont associés au homard, et la carbonara au calamar.

Petit coup d'œil sur la carte pour constater que la coquille Saint-Jacques s'offre un véritable festival : en crumble de cheddar avec fondue de chicon pleine terre; juste raidie au lardo di colonata; au beurre de ferme avec mousseline de panais et truffe blanche ou noire; en marbré de foie gras et anguille fumé. La langoustine se décline aussi en jolies variations : en croustillant et gorge de porc confite et légumes croquants; en tartare, herbe fraîches, huile de cameline et écume de soja blanc; en raviole encore, avec

jus de crustacés, crème de café et kumquat confit.

L'alliance des plaisirs de la mer et des délices de la terre sublime bien sûr aussi les menus, servis en quatre services, 2 entrées, plat et dessert (65 € et une sélection de vins à 35 €) ou en 6 services, 4 entrées, plat et dessert (80 € plus les vins à 45 €). Les midis de la semaine, un lunch à 40 € propose un choix de plats et d'entrées selon les produits de saison.

Au rayon des desserts, le pâtissier maison avoue un faible pour le chocolat blanc, s'amuse parfois à revisiter la tarte Tatin façon feuilleté et fait aussi apprécier son sablé breton au chocolat et abricot, beurre au caramel salé.

Les vins sont bien sûr l'affaire du sommelier, qui dispose ici de toutes les libertés pour trouver les accords parfaits, avec de belles incursions dans le Nouveau Monde, mais aussi en Italie et en Espagne.

Dans l'assiette comme dans le verre, l'heure est donc aux belles découvertes.

Jean-Marie Antoine //

L'Impératif,
Rue Grande, 208
B-7020 Maisières.
Tél. +32 (0)65/35 52 55



UNE NOUVELLE VAGUE AU SEIN DE LA FASHION WEEK

On en parle déjà depuis plusieurs saisons, la mode belge est en plein renouveau, faisant place à une génération de créateurs qui a de l'énergie à revendre. Ils ont tous entre 25 et 35 ans, vivant principalement à Bruxelles et en Wallonie. Imaginatifs et pragmatiques en même temps, ces stylistes d'un troisième type se permettent la fantaisie, tout en ayant la tête sur les épaules. Analyse d'un phénomène non négligeable durant la Fashion Week parisienne.

Alice Knackfuss, KRJST, Filles A Papa, Calogero Di Natale, Marc-Philippe Coudeyre... Tant de noms de jeunes stylistes déjà connus par certains en Belgique et qui commencent doucement -mais sûrement- à s'imposer à l'étranger. Leurs points communs ? Une approche ludique de la mode et aucune envie de se prendre au sérieux, même si l'esprit d'entreprise ne leur fait pas peur. Soutenus par Wallonie-Bruxelles Design/Mode, qui leur permet de bénéficier d'un showroom commercial à Paris, des services d'un coach attitré et d'une agence de relations

publiques parisienne, ces créateurs ont trouvé leur voie et leur clientèle.

Succès flagrant lors des ventes du mois d'octobre, Filles A Papa double son listing de boutiques, aussi bien vendues à Londres et à Tokyo qu'en Russie et en France. Carol et Sarah Piron -deux sœurs liégeoises inséparables- ont pourtant mis du temps à s'imposer. C'est avec patience et détermination qu'elles ont fait leur chemin, rassemblant de plus en plus de fans autour de leur marque sportswear, accessible et décalée.

RIEN COMME TOUT LE MONDE

Ce qui frappe le plus en observant cette nouvelle génération de stylistes, c'est leur désir de cohérence totale, de l'image au produit en passant par la distribution. Développer un style propre et convaincre les autres de sa spécificité est bien le challenge principal pour ces créateurs, mais c'est aussi la sincérité et l'envie de se distinguer qui expliquent leur progression. La réussite de ces jeunes designers à l'international passe en effet par une volonté de sortir des sentiers battus : on ne fait rien comme tout le monde, on cultive son jardin et on suit son instinct.

Icône de mode à Paris et véritable visionnaire en matière de mode, **Diane Pernet** explique ce mouvement fort de la manière suivante *“Ces créateurs sont à la fois réalistes et inspirants. Ils utilisent la mode pour véhiculer un message positif et spontané. Le propre de la mode belge est toujours de s'inscrire dans une certaine réalité. Les designers belges n'ont jamais voulu faire des vêtements pour un défilé et ne jamais les produire. Tout ce que vous voyez sur le podium se retrouvera en boutique. Regardez Jean-Paul Lespagnard, dont je suis vraiment fan. Il a ouvert la voie pour tous ces jeunes créateurs, mélangeant habilement formes sportswear et références culturelles diverses. C'est cette énergie dynamique que l'on recherche dans la mode aujourd'hui.”*

En effet, l'époque de la mode intello et de la démonstration abstraite est bel et bien révolue, laissant place à un propos plus ouvert et démocratique. Avec la place prépondérante d'Internet et des réseaux sociaux dans notre existence, la mode n'est plus un terrain élitiste réservé à une poignée d'initiés. Elle concerne et rassemble des milliers de personnes, séduites par l'univers des stylistes et attirées par leurs images.

UN DÉSIR DE MODE

En octobre dernier, les créateurs promotionnés par Wallonie-Bruxelles Design/Mode apprennent qu'ils ont été choisis par Béra Ercolini, rédactrice-en-chef du Elle Belgique, pour défiler auprès de marques plus établies durant les Brussels Fashion Days, un festival bruxellois de 3 jours dédié à la mode belge et mettant en avant ses nouveaux talents. Le vendredi soir, 1.000 personnes se présentent à l'événement, prouvant que la mode interpelle bien le grand public. Ayant fait appel aux services de Guillaume Joveneau, scénographe spécialisé dans les défilés de mode, le show est un vrai spectacle, ponctué de cris et d'applaudissements. Si l'attente d'un renouveau est palpable, c'est aussi la traduction d'un désir de mode qui se fait sentir à Bruxelles. Pour **Guillaume Joveneau**, les jeunes créateurs belges ont plusieurs avantages les rendant compétitifs à l'étranger *“D'abord, il y a une très grande qualité dans les collections, que ce soit au niveau des formes ou des matières. Ensuite, chaque styliste a son propre univers, ce qui est fondamental pour se faire une place. Je suis très heureux de voir cette nouvelle génération fleurir, il était temps. Aujourd'hui, la mode se veut généreuse, et c'est formidable que le grand public en ait envie.”*

Philippe Pourhashemi //



Calogero Di Natale - Printemps Été 2014 © Calogero Di Natale



Défilé KRJST aux Brussels Fashion Days © KRJST



Alice Knackfuss © Servan Ilyne

INNOVATION

IDDI, ACTEUR DE RÉFÉRENCE MONDIALE DANS LA BIO-STATISTIQUE CLINIQUE

Le fondateur de la société, basée à Ottignies-Louvain-la-Neuve, retenu parmi les cent personnes les plus inspirantes dans le monde de la santé.



© IDDI

Magnifiquement installée dans une ancienne maison de maître au milieu d'un parc arboré au cœur du Brabant Wallon, la société IDDI (International Drug Development Institute), fondée à Bruxelles en 1991, est active dans un secteur très pointu : le traitement statistique des données d'études cliniques.

Son fondateur, **Marc Buyse**, polytechnicien sorti de l'ULB, également titulaire d'un doctorat de l'Université d'Harvard en bio-statistique, vient d'être retenu par la revue américaine *Pharma Voice* dans la liste des "cent personnes les plus inspirantes dans le monde de la santé".

La soixantaine accomplie, le fondateur d'IDDI, qui enseigne également à l'Université d'Hasselt, a déménagé voici deux ans dans la Silicon Valley (Californie), tout en conservant un contact quasi quotidien avec les sociétés brabançonnaises (IDDI et CluePoints) et leurs filiales américaines (Côtes Est et Ouest), dans lesquelles Marc Buyse détient des positions majoritaires.

Considérées dans les métiers de la santé comme une CRO (Clinical Research Organisation), les équipes d'IDDI sont déployées dans tous les secteurs liés à l'étude statistique clinique, tant en amont qu'en aval.

Ce que l'on appelle outre-Atlantique l'"e-Clinical and Biostatistical Services", soit de la consultance stratégique pour la mise au point (le design) de programmes d'essais cliniques, jusqu'à la conception et la gestion de l'échantillon statistique, en passant par la collecte et l'analyse de ces données.

SMART

En Europe mais majoritairement aux Etats-Unis, IDDI a déjà pris en charge la validation d'une quinzaine de nouveaux médicaments, dont les deux tiers dans le domaine de l'oncologie, sa spécialité, sans oublier l'ophtalmologie.

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe IDDI (Belgique et Etats-Unis à Boston et Houston) connaît une constante croissance pour atteindre l'an dernier quelque 8 millions EUR, dont 95% à l'export, pour plus de la moitié aux USA.

Avec l'appui du pôle de compétitivité Biowin, dédié à la santé, IDDI, GSK Vaccines et deux instituts de l'ULB et de l'UCL ont bénéficié d'une enveloppe d'1,3 million EUR pour développer le logiciel SMART : *"Un moteur statistique doté d'algorithmes susceptibles de détecter et de localiser des anomalies dans l'analyse des bases de données d'essais cliniques"*, précise **Damien Tremolet**, CEO d'IDDI.

C'est aujourd'hui la spin-off CluePoints qui est en charge du développement commercial de ce moteur statistique via une licence exclusive détenue sur SMART pour la recherche clinique (voir par ailleurs).

ACQUISITION AUX USA

"D'autres domaines d'exploitation, au départ du moteur statistique Smart, sont en cours d'exploration, pour des applications dans des domaines comme la santé publique, voire le secteur bancaire" précise **Damien Tremolet**.

Si IDDI vise encore à accroître sa clientèle bio-pharmaceutique pour l'ensemble des services qu'elle maîtrise déjà, la société est engagée dans plusieurs programmes de R&D, dont le projet belgo-hollandais "BRAVO" (1,5 million EUR), portant sur la validation bio-statistique de certains marqueurs liés à la lutte contre la maladie d'Alzheimer.

Enfin, Damien Tremolet ne cache pas que la croissance externe d'IDDI se fera par acquisition aux Etats-Unis via des cibles d'ores et déjà identifiées dans des domaines prometteurs, comme par exemple le développement clinique et la pharmacovigilance.

Hugo Leblud //

INNOVATION

CLUEPOINTS TRAQUE LES ERREURS DANS LES BASES DE DONNÉES

François Torche, CEO de CluePoints
© Jérôme Van Belle – WBI

Une technologie de contrôle exclusive qui permet aux entreprises (bio)-pharmaceutiques de gagner, en temps et en qualité, dans le processus de validation d'une nouvelle thérapie.

Avec déjà une quinzaine d'équivalents temps plein et une société éponyme implantée sur la Côte Est des Etats-Unis, la start-up CluePoints, déployée au sein de l'Axis Parc de Mont-Saint-Guibert depuis un peu plus d'un an, détient une expertise unique au monde !

En effet, grâce à un logiciel statistique baptisé "SMART", développé par la société néo-louvaniste IDDI, CluePoints commercialise pour les entreprises (bio)-pharmaceutiques une solution qui lui permet de vérifier, à grande échelle et sous un angle qualitatif (rapport d'analyse détaillé), les tests menés dans une multitude d'hôpitaux pour une recherche clinique destinée à valider une nouvelle thérapie.

Des essais cliniques longs, très coûteux et nécessairement répartis sur plusieurs pays et/ou continents, pour lesquels on sait que les dépenses de monitoring (contrôle des données recueillies) représentent près de 30% des masses financières, très conséquentes, à engager dans ces procédures de validation.

A son stade de développement actuel, CluePoints offre déjà ce service à une douzaine d'entreprises pharmaceutiques, dont plus de la moitié d'origine américaine.

Ce département "monitoring" occupe dès aujourd'hui cinq personnes à temps plein sur l'Axis Parc.

"Parce que la société CluePoints a été créée dans une perspective commerciale, nous achevons la mise au point d'une plate-forme numérique, interface qui offrira directement le contrôle des algorithmes de Smart à nos clients via des accès très sécurisés", explique François Torche, CEO et co-fondateurs, avec les propriétaires du logiciel statistique SMART, de CluePoints en Brabant Wallon et dans le Massachusetts à Boston.

LE DÉPLOIEMENT S'ORGANISE AUX ETATS-UNIS

Une première version de la nouvelle plate-forme électronique sera disponible dans le courant du premier trimestre 2014, la prospection du marché, tant en Europe qu'aux Etats-Unis (plus de 60% du marché), étant d'ores et déjà engagée.

C'est dans ce double cadre que des opérateurs financiers comme Nivelinvest, aux côtés de Novallia (groupe Sowalfin) et de banques privées, ont été sollicités par CluePoints.

"Un million et demi d'euros sont mobilisés pour rendre au plus vite opérationnelle notre interface, mais aussi pour organiser au mieux le déploiement commercial de la société, tant aux Etats-Unis qu'en Europe", précise encore François Torche.

Cet ingénieur commercial, actif depuis quinze ans dans le secteur pharmaceutique, compte bien capitaliser sur une récente recommandation de la FDA (Food and Drug Administration) et de son pendant européen (EMA).

En effet, ces deux organismes, passages obligés pour mettre de nouvelles thérapies sur le marché, viennent de suggérer à l'industrie pharmaceutique de limiter au maximum les coûteux déplacements de contrôle dans les centres hospitaliers pour utiliser, en lieu et place, des outils informatiques spécifiquement dédiés au monitoring.

CluePoints est aujourd'hui la seule société dans le monde à mettre sur le marché ce type de moteur statistique, par ailleurs protégé par un brevet déposé aux Etats-Unis.

COOPÉRATION AU DÉVELOPPEMENT

La femme entrepreneure joue un rôle fondamental dans la croissance et le développement socioéconomique du Maroc. Et le gouvernement l'a bien compris. Il collabore avec WBI, via son agence d'exécution l'APEFE, et lance un programme dynamisant l'entrepreneuriat féminin marocain.

De plus en plus présentes dans la vie économique de leur pays, les Marocaines sont nombreuses à vouloir s'investir dans le marché de l'emploi et développer leur propre activité. Pour dynamiser davantage cet entrain, l'APEFE, l'Association pour la Promotion de l'Education et de la Formation à l'Etranger, partenaire de Wallonie-Bruxelles International (WBI), contribue à la mise en place d'un nouveau programme : "Min Ajliki" (littéralement "Pour toi, au féminin", en arabe). Voilà plus de dix ans que l'APEFE collabore avec le gouvernement marocain dans le secteur de la formation et de l'insertion professionnelles. L'association a par exemple mis en place des stratégies de réinsertion socioprofessionnelle pour les détenus. Désormais, elle se donne quatre ans pour soutenir et stimuler l'auto-emploi pour la population féminine au Maroc.

PME FÉMININES MAJORITAIREMENT JEUNES

Actuellement, on dénombre près de 12.000 femmes entrepreneures marocaines dirigeant des sociétés, essentiellement des PME et PMI (petites et moyennes entreprises et industries). Elles concernent principalement le secteur des services (37%), le commerce (31%) et l'industrie (21%), du textile principalement. La majorité de ces entreprises "féminines" existent depuis moins de 10 ans, dont un tiers depuis moins de 5 ans et la moitié de leurs salariés sont des femmes. Bien souvent, ce statut d'entrepreneure provient d'une situation de fait. L'entreprise est revenue à la femme suite à un héritage, par intégration dans l'entreprise parentale suite aux études, par collaboration avec un frère ou le mari, etc. Mais de plus en plus de Marocaines veulent aujourd'hui développer, seules, leur propre activité. La nouvelle Moudawana (code du statut personnel marocain révisé en 2004) a notamment contribué à cet élan, en mettant en avant la parité et en incitant à l'intégration de la femme dans le développement, en tant que levier de croissance et

**2013-2016
PLACE AUX
MAROCAINES
ENTREPRENEURES**

COOPÉRATION AU DÉVELOPPEMENT

de création de valeur. Car le Droit des femmes marocaines passe aussi par leur autonomie financière. Mais bien souvent, ces femmes se heurtent à de nombreux problèmes d'ordres administratifs, managériaux, de recrutement et d'accès au financement.

3 MISSIONS : FORMATION, ACCOMPAGNEMENT ET SENSIBILISATION

Il s'agit donc de soutenir leurs démarches de cheffes d'entreprises et d'aller à la rencontre de leurs problèmes. A travers la formation, l'accompagnement et la sensibilisation, "Min Ajliki" s'attelle à améliorer la condition des femmes au Maroc. Avec l'aide de l'APEFE, ce programme économique dédié au genre prévoit de renforcer les capacités de quatre structures marocaines liées au développement de l'entrepreneuriat féminin. La première est le Département de la Formation Professionnelle (DFP), dont la mission est d'élaborer la politique du gouvernement en matière de formation professionnelle. La seconde est l'Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAP-PEC), l'entité gouvernementale ayant notamment pour mission d'apporter l'appui nécessaire aux porteurs de projets d'entreprise, en l'occurrence féminins. La troisième est l'Association des Femmes Entrepreneures du Maroc (AFEM), créée pour offrir aux femmes cheffes d'entreprises un cadre leur permettant de contribuer à l'essor de l'économie nationale, par une plus grande implication dans le débat économique et social. Enfin, l'ONG de microfinance AL AMANA, leader du microcrédit au Maroc. Cette dernière offre des services financiers aux petites structures n'accédant pas aux systèmes financiers classiques.

INVESTISSEMENT BELGE ASSURÉ

Depuis juillet 2013, l'APEFE coordonne ces 4 acteurs et s'engage à financer 719.350 € en 2013 et 1.523.200 € pour les trois années suivantes, ce qui représente 40% du financement du projet, les 60 % restant étant assurés par des partenaires marocains qui considèrent désormais ce projet comme un des chantiers majeurs du Royaume chérifien. Par ailleurs, ce projet mobilise et implique un faisceau d'acteurs belges : la coopération fédérale (DGD), la Coopération Technique Belge (CTB), l'Agence Wallonne à l'Exportation et aux investissements étrangers (AWEX), l'Association belge et internationale des femmes cheffes d'entreprises (AFCE), le cabinet wallon "Educa", ACTIRIS, la Haute Ecole de Commerce (HEC) de Liège, la Solvay Business School (ULB), l'ICHEC Brussels Management School, l'Institut Wallon de la Formation en Alternance et des indépendants et Petites et Moyennes Entreprises (IFAPME), AFFA - Crédal Entreprendre asbl, l'Union des Classes Moyennes (UCM) ou encore l'ONG Solidarité Socialiste.

POUR TOUTES LES ENTREPRENEURES, ACTIVES OU EN DEVENIR

"Min Ajliki" cible principalement les femmes entrepreneures potentielles ou déjà actives : des femmes cheffes d'entreprises désirant passer d'une structure informelle à une structure formelle ; des femmes souhaitant créer leur entreprise, tant en zone urbaine qu'à la campagne et des femmes manquant de moyens pour monter leur entreprise, malgré toute leur motivation et leur bonne volonté. A préciser que le programme opère dans trois régions du pays : le Grand Casablanca, Meknès Tafilalt et Tanger-Tétouan. A terme, "Min Ajliki" ambitionne de sensibiliser 15.000 femmes. Pour 2.016, 2.700 femmes devraient être formées et certifiées, prêtes à se lancer dans leur aventure entrepreneuriale. 1.650 femmes seront accompagnées dans la phase de "pré-création" de leur entreprise. Et si l'on tient compte de tout l'entourage de ces femmes d'ambition (leurs familles, amis, voisins, etc.), ce programme devrait toucher pas moins de 81.000 Marocains !

Aurélie Comps //



JEUNESSE



La bibliothèque vivante du BIJ
Place de la Monnaie à Bruxelles le 29 mai 2013,
durant la Semaine européenne de la jeunesse. © BIJ

LA BIBLIOTHÈQUE VIVANTE DU BIJ

Quelque cinq mille jeunes de Wallonie ou de Bruxelles reçoivent chaque année l'aide du Bureau International Jeunesse pour réaliser leurs projets à l'étranger. Pour valoriser ces initiatives et les présenter de manière concrète, l'équipe du BIJ a monté une bibliothèque vivante pour que "ses" jeunes de 13 à 35 ans se racontent. "C'est mon histoire : empruntez-moi et écoutez le récit de mon projet à l'étranger" était le fil rouge de la journée.

Quatre-vingts jeunes étaient là, avec leurs projets devenus des livres, dits à voix haute. Une vraie bibliothèque a été construite Place de la Monnaie et des banquettes posées devant des photos géantes de rayonnages garnis. Pas besoin d'ouvrages en papier : des livres de chair et d'os se relayaient dans les rayons. Chaque emprunt était limité à quinze minutes. Interdiction d'emporter le jeune à la maison. Par contre, il était possible de lui poser des questions.

On a pu écouter dans la collection "Jeunesse en Action" Maxence, accueilli durant six mois en Angleterre dans un hôpital psychiatrique. Le volontaire a partagé son rôle d'ac-

compagnant des patients, avec d'autres jeunes, un Allemand, un Suisse, une Autrichienne... "C'est une expérience géniale que je conseille à tous ceux qui en ont la possibilité. Cela t'apprend beaucoup de choses, une nouvelle langue, une autre culture, c'est un enrichissement personnel et cela change ta vie quand tu reviens car tu as une autre vision des choses."

Hafsa a fait, elle, un "Tremplin langues-solidarité" chez Oxfam à Londres. Cataloguée "collection Tremplins Jeunes", elle explique : "En vendant les produits de l'ONG, j'ai amélioré mon anglais et découvert le monde associatif. Le BIJ nous aide à construire notre projet. J'ai eu la chance de découvrir la mentalité anglo-saxonne, plus ouverte que la francophone. J'encourage vivement les jeunes à participer à ce programme."

Stéphanie a choisi une voie artistique, répertoriée en "collection Artichok". Artiste multimédia et compositeur d'électro-acoustique, elle est régulièrement

soutenue par la Fédération Wallonie-Bruxelles. "J'ai présenté au BIJ le projet "Eoliens sonores" dans le cadre du Festival Objets-son, qui a eu lieu en Tunisie fin novembre 2012. L'idée était de poser des harpes éoliennes (cordes tendues dans le vent, qui les fait vibrer et produit une musique) sur des toits. En Tunisie, on a décidé de poser une harpe éolienne électrique sur le toit : le micro était alimenté par deux panneaux solaires alimentant une antenne wifi qui retransmettait dans la salle d'expo le son du vent, diffusé par des haut-parleurs à côté desquels se trouvait une petite télé reliée à une webcam posée sur le toit. C'était génial de partir là. J'ai pu élargir mes contacts internationaux, j'ai participé à Crea Numeric, une conférence de la francophonie, et j'ai eu plusieurs retombées de ce voyage."

La bibliothèque vivante a enchanté le public. "Grand était l'enthousiasme des jeunes à participer à la bibliothèque vivante comme témoins", analyse Véronique Balthasart, chargée de la communication. "Ils ont aussi beaucoup discuté entre eux et échangé sur leurs expériences respectives."

Ephémère, la bibliothèque vivante se prolonge dans des vidéos chargées dans des tablettes. Une "témothèque" a été créée, "vidéothèque de projets soutenus par le BIJ. Le concept plus léger est facilement transportable."

Si Maxence, Hafsa et Stéphanie ont été de merveilleux témoins de leurs expériences aimablement partagées, on n'a qu'une envie : qu'eux ou d'autres retournent sur le terrain et en ramènent d'autres livres vivants.

Lucie Cauwe //

Pour tout savoir sur le BIJ :
www.lebij.be - 02/219 09 06
bij@cfwb.be

30^e ANNIVERSAIRE

LA PAIX PAR LA VALORISATION DE LA COMPLEXITÉ

Dans le cadre des 30 ans de relations internationales de Wallonie-Bruxelles, un atelier de travail portant sur la résolution des conflits par la valorisation de la complexité s'est déroulé, à l'initiative de Wallonie-Bruxelles International, le 15 octobre 2013.

Philippe Suinen, Administrateur Général de WBI, a introduit la matinée en pointant les défis à relever pour le futur de notre monde, défis qui passent par la solidarité internationale, le dialogue, le respect de l'autre et de sa langue. Une "boîte à outils" de bonnes pratiques pour un partenariat porteur de valeurs universelles peut, note Philippe Suinen, opérer comme un élément utile au maintien de la paix.

L'objectif de cet atelier de travail était d'échanger les expériences de différents pays dans la résolution de conflits. Ainsi, plusieurs ambassadeurs et professeurs issus de différents pays étaient présents, afin de partager leurs réflexions respectives quant à la gestion de la paix. Chaque pays choisi représente une manière différente de gérer le conflit et d'obtenir la paix :



- La Bolivie et la richesse de son système éducatif, qui permet l'inclusion de toutes les communautés indiennes dans la société
- Le Costa Rica et son absence d'armée, qui lui confère une légitimité et un rôle de premier plan sur la scène internationale
- Le Burundi, marqué par des années de guerre civile, et les Accords d'Arusha, qui ont mené à la paix (encore fragile cependant)
- La Nouvelle-Zélande et l'inclusion progressive de la culture maorie dans la société
- La Macédoine et son souhait d'intégrer les structures internationales (UE et OTAN) suite à son indépendance de l'Ex-Yougoslavie



Ces quelques exemples sont extrêmement complémentaires et permettent d'avoir un aperçu global de la façon de gérer les conflits dans le monde.

Chaque ambassadeur a présenté son pays, les conditions historiques et politiques de l'existence de leurs minorités, la pratique d'inclusion de celles-ci. Des professeurs d'université sont également intervenus. Notamment deux professeurs issus de la Chaire Unesco en éducation à la paix et en résolution pacifique des conflits (CERFOPAX) du Burundi, qui ont fourni un témoignage argumenté de la nécessaire persévérance des négociations de paix. Le Dr. Pascal Montois, Administrateur de Programme pour l'APEFE, fort de ses 14 ans d'expérience en Bolivie a, quant à lui, présenté l'importance et l'originalité du système éducatif bolivien.

Chacun de ces témoignages manifeste une volonté d'effectuer des choix démocratiques et la primauté du droit, de la bonne gouvernance, de la reconnaissance des identités multiples, du respect des droits de l'Homme, de la reconnaissance des genres dans tout processus de gestion de conflit.

Ce séminaire fut en outre ponctué par les interventions d'un journaliste en charge de la politique internationale au sein de la RTBF, Nicolas Willems, qui a proposé une petite synthèse à l'issue de chacune des présentations. Il a insisté sur la richesse de cette réflexion sur la paix et sur la valorisation de la complexité, ainsi que sur la complémentarité des différents intervenants.

En conclusion, Philippe Suinen a rappelé l'utilité et la force des réseaux dans ce type de processus. Il a également appelé au renouvellement de ce type d'événement hors des frontières de Wallonie-Bruxelles, afin de créer un groupe de travail international sur le sujet, qui pourrait travailler sur plusieurs années et mener à bien des réflexions qui aideraient d'autres pays en difficulté à affronter le conflit, à le résoudre et à parvenir à une situation de paix.

Emmanuelle Stekke //



© Jérôme Van Belle – WBI



© Jérôme Van Belle – WBI

30
ans

de Relations Internationales
Wallonie-Bruxelles

COIN BD

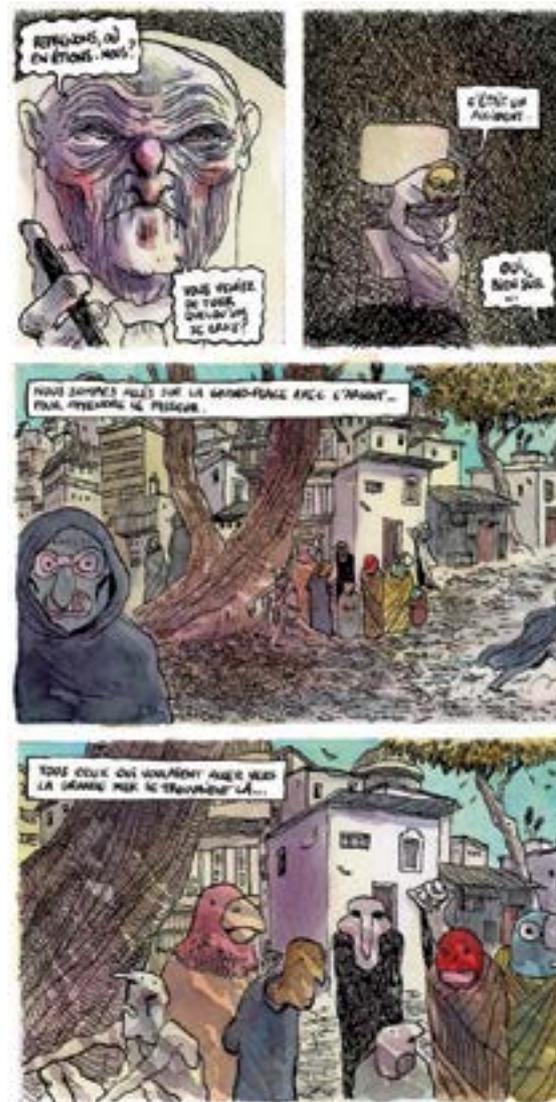
LES OMBRES DE TOUTE LA MISÈRE DU MONDE

Les Ombres est un conte de fées noir comme le sang séché après un coup de machette et beau comme la fuite éperdue vers le pays du bonheur. Les personnages vont traverser une forêt terrifiante aux couleurs d'un cauchemar de Walt Disney. Ils survivront à l'ogre mondialiste dont les usines exploitent des enfants pour fabriquer des jouets destinés à l'Autre Monde, celui du bien-être de la consommation. S'ils ne tiennent pas le rythme, ils se feront dévorer. Ceux qui en ont la force se sauvent sur les chemins de l'ailleurs, du meilleur, de l'exil. Dans cette quête du sens de la vie, les héros anonymes et masqués de Zabus et Hippolyte échoueront au pied de la forteresse Europe. *Les Ombres* est un cri contre la monstruosité de ces vies volées.

Le comédien namurois Vincent Zabus est un enchanteur d'histoires, un bavard lumineux. Il a ciselé l'absurde roman graphique des Petites gens ou les chroniques poétiques d'un Madroit sentimental. Son compère, Hippolyte, sèche ses aquarelles au soleil de l'île de la Réunion. Virtuose de la carte à gratter, il a rêvé d'un coup de pinceau *Le Maître de Ballantraë*, un voyage graphique adapté de l'oeuvre de Stevenson, le capitaine Crochet de la littérature. Ensemble, Zabus et

Hippolyte griffent aujourd'hui le conte cruel des *Ombres*. A la lecture de ce chef-d'oeuvre clandestin défilent dans nos têtes les images d'actualité des génocidaires du Rwanda, des guerriers sanguinaires du Mali, des naufragés de Lampedusa ou des petits frères et des petites soeurs de Leonarda.

Les Ombres a vu le jour sous la forme d'une pièce de théâtre à vif en 2008. Aucune maison de bande dessinée établie sur la place n'en voulait. Il faudra l'audace de Phébus, un petit éditeur parisien non conformiste, et un coup de pouce du service des lettres de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour que le livre naisse enfin. Dès cet instant, le saut des planches vers les cases s'est fait naturellement. "J'avais l'idée de cet album de bande dessinée avant de penser à la pièce", raconte Zabus. "J'ai réinventé l'histoire en travaillant avec Hippolyte. Le début est très différent. C'est lui qui a eu l'idée de départ de l'album avec ces maisons et ces gens qui disparaissent dans des trous au Grand Pays et il a aussi pensé aux masques qui recouvrent en permanence les visages des personnages pour les universaliser... Ce livre est véritablement une oeuvre commune."



84

A la BD reportage, les auteurs ont préféré le ton du conte. Les personnages se dissimulent derrière des âmes perdues. "Il ne fallait pas que la couleur de la peau, des cheveux ou les noms connotent le sujet", explique Zabus. "On voulait que tout le monde puisse s'y voir. Cela correspondait aussi très bien au ton de la fable, par lequel nous voulions rendre la violence du monde plus intelligible." "Cela permet en même temps de parler au plus grand nombre, de sortir du témoignage direct, de parler de l'être humain en général, sans qu'il soit forcément kosovar, malien ou rwandais", ajoute Hippolyte.



© Phébus 2013



Au bout de leur exil, les réfugiés, d'où qu'ils viennent, s'égarant dans un sombre labyrinthe administratif où les toilettes et les portes parlent. *"Les portes permettent de dire des saloperies"* précise Zabus. *En fait, c'est très réaliste : une porte fermée, ça raconte quelque chose sur l'inhumanité de la société. Les toilettes parlent aussi et leur propos est tout autant révélateur. Elles rappellent qu'elles offrent le confort physique mais pas le confort psychologique, car il ne faut pas donner aux réfugiés l'envie de rester..."*

Face au fonctionnaire chargé de remplir son dossier, le personnage principal des *Ombres*, le Grand Frère, hésite entre mentir et dire la vérité sur son odyssée. *"Le fonctionnaire fait son boulot"*, souligne Hippolyte. *"Il ne juge pas. Il relativise. C'est un vrai miroir de la société. Avec lui, on ne sait pas à qui on parle et on ne sait pas où on va..."* *"Ces exilés vivent une situation dramatique"*, rappelle Zabus. *"Alors s'il faut mentir ou se battre, pourquoi pas ? L'exil est un déchirement qui transforme les hommes, les ruine psychologiquement en les dépossédant de leur histoire."*

Parmi les personnages clés, il y a aussi la Silencieuse. *"Elle a subi un viol, dit Zabus. Son corps s'est envolé et elle ne dit plus rien. Une comédienne m'avait rapporté cette histoire. La Silencieuse ne dit rien dans l'album mais l'émotion qu'elle dégage n'en est que plus forte."* Fanfaron est une autre figure importante de la saga. Il sera bavard et farceur jusqu'à la mort. *"En fait, on s'aperçoit qu'il parle sans cesse pour remplir le vide. Je me sens très proche de lui. C'est un bon vivant touchant, qui ne rêve que d'une chose, d'être aimé."*

Quant à la paire centrale du Grand Frère et de la Petite Soeur, elle a été inspirée à Zabus par le dessin animé du *Tombeau des Lucioles* d'Isao Takahata des studios Ghibli. *"J'ai voulu reproduire ce duo d'une justesse incroyable qui m'avait donné le grand frisson. Je les ai transposés du drame de la Seconde Guerre mondiale à celui du chemin de l'exil. Ils sont à l'image de l'incohérence de la vie!"* *"C'est curieux. Nous n'en avons pas parlé ensemble, mais l'idée des masques qui cachent les visages des personnages m'est aussi venue d'un dessin animé des studios Ghibli"*, complète Hippolyte : *"Le voyage de Chihiro" en l'occurrence. Ces masques, je les avais dans mon inconscient et je les ai ensuite rencontrés pour de vrai au Musée des arts premiers du quai Branly, à Paris..."*

Il n'y a ni bons ni méchants dans *Les Ombres*, juste des êtres humains poussés à la dérive par la machine kafkaïenne du monde d'aujourd'hui. Ce livre utopiste cherche à décaler notre regard pour réfléchir autrement au vivre ensemble. La symbolique des couleurs d'Hippolyte concourt à cette réflexion avec une justesse rarement atteinte dans la bande dessinée : *"La couleur disparaît à la fin de l'album pour précipiter le lecteur dans un univers en noir et blanc. C'est une manière de signifier la disparition de toute forme d'humanité. C'est aussi le sens des bulles de couleur qui s'échappent de la bouche de Petite Soeur avant de mourir. Ces couleurs exacerbées marquent poétiquement la dureté du monde."*

Daniel Couvreur //

Les Ombres
Zabus et Hippolyte
Phébus, 184 pages, 24 euros

SURVOLS

LE CINÉMA BELGE À L'HONNEUR À PARIS

La 11^{ème} édition de Paris Cinéma (28 juin – 9 juillet 2013) a mis largement le cinéma belge à l'honneur, avec une programmation exceptionnelle intitulée "Made in Belgique", soutenue par Wallonie-Bruxelles International, la Délégation et le Centre Wallonie-Bruxelles à Paris. À côté de la compétition officielle, le Festival a projeté 125 films belges, dont 75 longs métrages, dans plusieurs salles de cinéma de la capitale, en présence de nombreuses personnalités. Le Festival a notamment présenté un hommage à Natacha Régnier, l'intégrale de Joachim Lafosse, une rétrospective autour de l'humour belge dans le cinéma, sans oublier un panorama du court métrage, mêlant films des écoles INSAS, IAD, et des séances consacrées à Jaco Van Dormael, Olivier Smolders, Raoul Servais et Thierry Knauff. Une soirée Wallonie-Bruxelles était proposée le 3 juillet, en présence de Philippe Suinen, Administrateur Général de WBI, soirée à la fois festive et professionnelle.



Philippe Suinen entouré des cinéastes Marion Hänsel, Raoul Servais, Joachim Lafosse ainsi que Charlotte Rampling, présidente de Paris Cinéma et Aude Hesbert, déléguée générale de Paris Cinéma
© Yannis Nivault - FestivalParisCiné

LES ESCALIERS DE BUEREN À LIÈGE PARMIS LES PLUS EXTRÊMES DU MONDE

La "Montagne de Bueren", comme l'appellent les Liégeois, est élue parmi les "Escaliers les plus extrêmes du monde" par le Huffington Post. Il est vrai qu'avec 374 marches et près de 30% de dénivelé, ces escaliers font le bonheur des visiteurs et des sportifs. Pour les habitants qui doivent remonter leurs courses, ça l'est un peu moins. Car il s'agit presque d'un mur, défi quotidien pour les Liégeois. Si la plupart le descendent à pied, certains préfèrent le vélo. Comme certains amateurs de descentes extrêmes. D'autres préfèrent le rapport frontal, comme cet homme, qui, en grim pant ce mur en 1 minute 10, a battu le record de l'ascension. Construits en 1881 pour permettre aux militaires qui rejoignaient leur caserne après leurs soirées arrosées de ne pas déranger les habitants du quartier par leur tapage, ces escaliers sont aujourd'hui habités. Habitants pour qui la pire difficulté est un déménagement. Pour toutes ces raisons, Bueren fait maintenant partie des "Escaliers les plus extrêmes" du monde, en concurrence avec les célèbres temples d'Angkor, au Cambodge.



© Valérie Stekke

RÉCOLTE DE MÉDAILLES WALLONIE-BRUXELLES AUX JEUX DE LA FRANCOPHONIE 2013

La 7^{ème} édition des Jeux de la Francophonie s'est déroulée du 7 au 15 septembre 2013 à Nice. Les artistes et athlètes de Wallonie et de Bruxelles ramènent cette année une jolie moisson de médailles. Outre celles espérées, il y a eu aussi de belles surprises, comme l'arrivée de l'équipe féminine de basket en finale, avec une médaille d'argent à la clé. Que ce soit en littérature ou en sport, nos représentants à Nice ont brillé !

Récapitulatif des médailles : 5 médailles d'or (judo et athlétisme), 5 médailles d'argent (littérature, judo basket et athlétisme) et 6 médailles de bronze (judo, athlétisme et tennis de table). En 2017, ce sera au tour de la Côte d'Ivoire d'accueillir les Jeux.

Médaille d'or
du relais 4x100m féminin
© Jérôme Van Belle - WBI



L'ULB DÉCROCHE 5 BOURSES EUROPÉENNES

En septembre dernier, cinq chercheurs issus de l'Université libre de Bruxelles ont décroché une bourse d'étude européenne. Deux de ces bourses ont été attribuées à des chercheurs de l'ULB Neurosciences Institute (UNI) par le Conseil européen de la recherche (ERC). Ces bourses, appelées "ERC Advanced Grants" récompensent Axel Cleeremans pour son travail sur les mécanismes de la conscience, et Pierre Vanderhaeghe, qui étudie l'origine de l'évolution du cerveau humain. Les trois autres bourses sont octroyées à des chercheurs de la Faculté des sciences. Appelées "ERC Starting Grants", elles ont été attribuées à Vinciane Debaille, pour ses travaux sur les météorites, Antoine Gloria, pour ses recherches mathématiques sur les équations aux dérivées partielles, et Geoffrey Compère, qui étudie la physique fondamentale. L'ULB détient 14 bourses de l'ERC, et se félicite du taux de réussite atteint par ses chercheurs.

L'AWEX OUVRE UN "WELCOME OFFICE ASEAN"

L'Awex ouvre un nouveau "Welcome Office", destiné au public de l'Asie du Sud-Est. Ces "Welcome Offices" sont destinés à renforcer la politique d'accueil d'investisseurs étrangers et les échanges entre Wallonie-Bruxelles et différents pays du monde. Inauguré en octobre à Gembloux, ce nouveau bureau permettra aux entreprises asiatiques de tester le marché européen, et offrira une série de services, tels que l'assistance de traducteurs, des conseils administratifs ou une aide à la compréhension de la culture européenne. Depuis 2009, six "Welcome Offices" existent en Wallonie : ils sont affectés à la Chine (Mons), à l'Inde (Liège), au Brésil et à l'Amérique latine (Arlon), au Japon (Louvain-la-Neuve) et aux marchés européens prioritaires (Charleroi). Plus le petit nouveau donc. Un dernier, dédié à l'Amérique du Nord, ouvrira bientôt à Tournai.

LIÈGE AIRPORT : MEILLEUR AÉROPORT MONDIAL CARGO 2013

L'aéroport de Liège s'est vu décerner ce titre envié dans le cadre des Payload Asia Awards, organisés par des magazines spécialisés. Avec 85 sociétés et 570.000 tonnes transportées en 2012, Liège Airport figure désormais parmi les poids lourds mondiaux du transport aérien de fret. Huitième aéroport cargo d'Europe et premier de Belgique, le site propose plus de 3.000 emplois directs, et au moins deux fois plus d'indirects. Sa piste principale permet l'atterrissage d'avions cargos de tous les tonnages. La direction prévoit encore d'importants investissements dans les années à venir, ainsi qu'une croissance de 5% en 2014.

W + B

WALLONIE // BRUXELLES

Revue trimestrielle
internationale éditée
par la Fédération
Wallonie-Bruxelles
et la Wallonie

Place Sainctelette 2
B-1080 Bruxelles
T +32 2 421 87 34
F +32 2 421 87 22
e.stekke@wbi.be


Wallonia.be
EXPORT
INVESTMENT


Wallonie - Bruxelles
International.be