

CLASSE EXPORT Wallonie

LE MAGAZINE FRANCOPHONE DU COMMERCE INTERNATIONAL

Pays-Bas si proches si différents

Marché 
l'Ukraine
à la croisée des chemins

Réussite à l'international
Dix start-up d'avenir



**L'Eurozone
contre le Brexit**

par Pierre Defraigne, directeur exécutif
du Centre Madariaga - Collège de l'Europe



HAROPA


P R E M I E R
S Y S T È M E
P O R T U A I R E
F R A N Ç A I S



LE HAVRE
ROUEN
PARIS

UNIS POUR UN MEILLEUR SERVICE

- > 1^{er} Port du range nord-européen touché à l'import et dernier à l'export
- > 600 ports connectés dans le monde
- > Connexions multimodales de premier plan
- > Procédures de dédouanement simplifiées
- > 57 terminaux maritimes et fluviaux accessibles 24h/7j

 @Haropaports
Contacts : +33 (0)2 32 74 72 06

www.haropa-solutions.com
customer.service@haropaports.com

HAROPA
Ports de Paris Seine Normandie



ÉDITEUR

Classe Export s.a.s.
100, route de Paris,
69260 Charbonnières - France
Téléphone : 04 72 59 10 10
Fax : 04 72 59 03 16
info@classe-export.com
www.classe-export.com

DIRECTEUR DE PUBLICATION

Marc Hoffmeister

RÉDACTION

redaction@classe-export.com
Rédacteur en chef :
Nicole Hoffmeister
Journaliste rédacteur et
secrétaire de rédaction :
Sylvain Etaix
Journaliste :
Jacqueline Remits, Alain Braibant

RÉALISATION

Maquette :
Patrick Ramadier
Mise en page :
Studio Classe Export
Photos couverture : i-Stock
Sommaire :
Centre Madariago - NBTC
GeoAtlas - Classe Export

PUBLICITÉ

Agence Rhône-Alpes :
Fabien Soudieu
Ile-de-France :
Marie-Laure Biard
Bureau en Tunisie :
Samir Kotti
Secrétariat commercial :
Céline Villard
com@classe-export.com
Régie publicitaire :
LD Development

IMPRESSION

Loire Offset Titoulet
82, rue de la Talaudière
BP 96401
42964 Saint-Etienne Cedex 1



Dépot légal à parution
N°ISSN 1254-1737
N° de commission paritaire :
0112 T 85960
Agrément Belgique : P916920

Magazine francophone
du commerce international
5 numéros par an
Diffusion : gratuite
Prix hors abonnement 8,00 €
Tirage France & Belgique :
30 000 exemplaire

4 **Actualités**
du Commerce international



Tribune

L'Eurozone contre le Brexit

par Pierre Defraigne, directeur exécutif du Centre Madariago - Collège de l'Europe

8



Marché

L'Ukraine à la croisée des chemins

16



Le Srilanka, futur hub aéroportuaire, touristique et culturel

20

Dossier

Le numérique passe à l'offensive

22

Focus

Corée du Sud / U.E. A qui profite l'ALE ?

31



Zoom sur

l'Uruguay un exemple de stabilité

36

Réussites à l'international

EVS des ralentis en pleine accélération

38

Retour de mission : **Israel / Palestine**

Awex en pratique : **se préparer à un salon**

40

Startup

10 start-up qui réussissent à l'international

44

Agenda de l'international 50

Thales Alenia Space à Charleroi a signé deux nouveaux contrats

Thales Alenia Space Belgium, installée à Charleroi depuis 1963, a signé deux nouveaux contrats, l'un avec Eutelsat Afrique et l'autre avec la Direction générale de l'armement française. Elle fournira de nouvelles générations d'équipements électroniques à destination de satellites de télécommunications. Ces équipements embarqueront à bord des premiers satellites à utiliser la plateforme Spacebus Neo de Thales Alenia Space, une nouvelle gamme de plateformes de satellites géostationnaires comprenant une version entièrement électrique. Selon Patrick Bury, directeur général adjoint de Thales Alenia Space Belgium, « le marché des satellites commerciaux est un marché très compétitif avec une vingtaine de satellites par an ».

Dreamwall à l'honneur au Festival de Cannes

Réalisé avec le soutien de Wallimage, de BNP Paris Fortis Film Finance et du tax shelter belge pour le financement de films via Go West Invest, le long-métrage d'animation « La Tortue Rouge », présenté dans la section Un Certain Regard au Festival de Cannes 2016, a remporté le Prix Spécial. Conçu et réalisé par Michael Dudok de Wit, ce long-métrage, sorti sur les écrans fin juin 2016, raconte les grandes étapes de la vie d'un être humain à travers l'histoire d'un naufragé sur une île déserte peuplée de tortues, de crabes et d'oiseaux. Il s'agit du premier projet étranger auquel participe le légendaire Studio Ghibi. Isao Takahata (« Le tombeau des lucioles », « Le conte de la princesse Kaguya »), en tant que producteur artistique, est particulièrement associé à ce film. Michael Dudok de Wit, animateur, réalisateur et illustrateur néerlandais, a remporté l'Oscar du meilleur court-métrage d'animation en 2001 avec « Father and Daughter » (Père et Fille). Il a également été primé d'un Bafta, d'un César, et du Grand Prix du Festival international du film d'animation d'Annecy. L'ensemble de la fabrication de « La tortue rouge » a duré plus de trois ans et demi et a été dirigé par Prima Linea Productions, le producteur exécutif, dans ses studios français. Pour la Belgique, la société Dreamwall a accueilli, au compositing, l'équipe du film et le réalisateur et a aussi été impliquée, à titres divers, dans les équipes décor, assistanat d'animation et animation.



Crédit : D.R.

La Brasserie {C} et sa Torpah 30 à Liège remportent une médaille d'or au Mondial de la Bière de Montréal

Présente au dernier Mondial de la Bière qui s'est tenu à Montréal en juin dernier, la Torpah 30 s'est vue attribuer une médaille d'or au concours par un jury international et ce, à peine deux ans après la récompense déjà attribuée à la Curtius. Rassemblant des brasseries venues du monde entier (536 bières différentes sur le salon), le Mondial organise chaque année un concours visant à élire les meilleures bières présentes sur le salon. Le jury, composé exclusivement de maîtres-brasseurs issus de pays différents, déguste à l'aveugle pour noter les différentes bières sur plusieurs critères.

La Torpah 30, l'une des trois dernières créations des Liégeois de la Brasserie {C} avec la Torpah 60 et 90, se distingue par un houblonage important réalisé à l'aide d'une seule variété de houblon (Single Hop), appelé Wai Iti et originaire de Nouvelle-Zélande. La Brasserie {C} figure parmi un palmarès de brasseries de renommée internationale, ce qui est étonnant pour une société créée en 2012. Au cœur de

Cefaly Technology a signé un contrat de partenariat en Iran

Un important contrat de partenariat portant sur la distribution, le marketing et la promotion scientifique du Cefaly® a été conclu entre Cefaly Technology et la société pharmaceutique iranienne BNM Medical. Rappelons que la société liégeoise a mis au point le premier appareil de neurostimulation crânienne externe pour le traitement et la prévention des migraines, le Cefaly®. Depuis l'autorisation de mise sur le marché octroyée au printemps 2014 par la FDA (Food and Drug Administration) aux Etats-Unis, la réputation de l'entreprise wallonne a rapidement gagné d'autres marchés et différents partenariats ont été conclus de par le monde pour la promotion et la commercialisation du dispositif, notamment récemment au Japon. Basée à Téhéran et active depuis plus de 40 ans, BNM Medical est l'un des grands acteurs du marché pharmaceutique iranien, travaillant en étroite collaboration avec les institutions hospitalières privées ou publiques du pays. La société possède une expérience de premier plan dans la distribution et le marketing de produits pharmaceutiques et de dispositifs médicaux sur son territoire. Elle compte une cinquantaine de délégués commerciaux visitant les généralistes et les spécialistes hospitaliers concernés par la prévention et le traitement des migraines. « L'ouverture récente de l'Iran a créé pour notre société une opportunité indéniable, souligne Pierre Rigaux, CEO de Cefaly Technology. Avec la signature d'un premier contrat portant sur un montant global de 1 million d'euros sur trois ans, nous pénétrons un marché jeune à fort potentiel pour notre entreprise. Notre dispositif sera disponible dans les grandes pharmacies du pays, ainsi que sur commande directement chez notre partenaire BNM Medical. » Une première commande directe d'implantation d'un petit millier de dispositifs a déjà été livrée sur place.



Cofimag

la Cité Ardente, Renaud Pirotte et François Dethier, les deux jeunes cofondateurs de la Brasserie {C}, se réjouissent de cette médaille et des retombées qu'elle ne manquera pas d'engendrer sur l'export, surfant derechef sur le succès de la nouvelle vague des bières belges à l'étranger, surtout en Amérique du Nord.

Vésale Pharma inaugure son nouveau centre de recherche

La société namuroise Vésale Pharma, leader mondial dans la fabrication de probiotiques, vient d'inaugurer à Ghlin, dans la région de Mons, son nouveau centre de recherche et de développement et d'industrialisation de sa technique Intelicaps® de micro-encapsulation de probiotiques. Ces organismes vivants, qui facilitent notamment le transit intestinal, résistent en fait très mal aux agressions gastriques. Grâce à cette nouvelle technologie d'enrobage intelligent, ces bactéries deviennent beaucoup plus efficaces. « Cette microbille va passer tous les pièges, toute l'acidité et par différence de pH, elle va reconnaître qu'elle est dans le colon, explique Jehan Liénart, CEO de Vésale Pharma. Et elle va s'ouvrir en libérant les bonnes bactéries en quantité et en qualité. » La flore intestinale (le microbiote) joue également un rôle important dans la régulation de notre système immunitaire, mais aussi sur le métabolisme et notamment les phénomènes inflammatoires. Vésale Pharma détient un brevet mondial pour ce processus de fabrication. « Cela nous permet à nous, entreprise wallonne, de nous implanter et de vendre partout dans le monde, notamment au Brésil, en Chine et en Inde. » L'ensemble de la production sera réalisée à Ghlin. Le nouveau centre de R&D permettra de multiplier par vingt la fabrication de ces produits. La société a investi 1,8 M € dans ce nouveau centre. « En cinq ans, nous avons dépensé plus de 25 % de notre chiffre d'affaires en recherche. Nous avons engagé de nouveaux chercheurs et nous travaillons également beaucoup avec les universités. »



La société collabore notamment avec l'Université de Liège et avec l'Institut Pasteur de Lille. Au cours d'études menées en collaboration avec ce dernier, des chercheurs ont examiné l'effet d'une administration orale de la souche à des souris obèses. A l'Institut Pasteur, les chercheurs se sont aperçus qu'en gavant des souris avec des aliments très riches, celles qui ingéraient la bactérie brevetée par Vésale Pharma grossissaient bien moins que les autres. « Cette découverte est proprement extraordinaire, souligne Jehan Liénart. Nous devons approfondir notre recherche, mais ce que nous venons de mettre à jour est d'ores et déjà une découverte majeure dans le traitement de l'obésité morbide. Nous venons d'entamer aux USA, à College Station, non loin de Houston, une autre collaboration en R&D avec la Texas A&M University. En avril dernier, nos interlocuteurs nous avaient déjà confirmés l'avance que nous détenions dans notre domaine. La découverte que nous venons de faire renforce encore cette image de société innovatrice dans le monde des probiotiques.» Vésale Pharma est en pleine croissance. En 2015, le chiffre d'affaires a augmenté de plus de 25 %. « En 2017, nous prévoyons une croissance certainement de plus de 50 % et, en 2018, de plus de 200 % ! »

Retrouvez nous sur <http://magazine-classe-export.com>

Le renouveau des Cristalleries du Val Saint-Lambert

Les Cristalleries du Val Saint-Lambert viennent d'ouvrir le Belgian Crystals, un prestigieux point de vente près de l'entrée principale du Mall Jumeirah, dernier-né des centres commerciaux de Dubaï sur la Jumeirah Road devant les deux hôtels 7 étoiles les plus fameux de la ville. Entouré de marques de luxe, ce nouveau magasin, qui dispose de 560 m² au rez-de-chaussée, est une initiative du nouveau propriétaire des Cristalleries, Jacques Somville. L'accent y est mis sur la longue tradition des Cristalleries fondées en 1826 et qui avaient les tsars de Russie pour clients. Le mall sera inauguré officiellement en septembre. A Seraing, la production a repris de plus belle. Parallèlement, le renouveau touristique du site du Val Saint-Lambert est en bonne voie. Le projet avait connu un coup d'arrêt suite à l'incendie du château, ce qui avait nécessité plus de deux ans de travaux, et aux faillites successives de la cristallerie qui avaient mis fin aux démonstrations de soufflage de verre. Après plus d'un an de travaux, cet été, les visites touristiques ont repris. Le parcours spectacle a été entièrement remis à neuf avec un circuit audioguides, le musée du verre et du cristal a été relooké et un atelier de démonstration de soufflage de verre a été installé dans la conciergerie. Le film « Mémoires de verriers », qui retrace les souvenirs de l'époque glorieuse des travailleurs du Val, reste un moment fort. Accès pour les personnes à mobilité réduite, cafétéria, guides, tout est maintenant fait pour que les touristes accèdent à un voyage de deux à trois heures dans le monde du cristal. L'atelier du verre est accessible aux artistes qui souhaitent travailler ce matériau, ainsi qu'aux jeunes stagiaires et aux entreprises. Une première étape avant des développements plus ambitieux. Le renouveau touristique et ludique sera complété par l'Aquaparc et Minopolis, la cité des enfants, tandis que la société française Ecopark Adventure va y développer le plus grand parc d'aventures d'Europe. Les demandes de permis ont été déposées et Ecopark Adventure espère déjà ouvrir une première section cet automne avant une ouverture complète au printemps prochain. Enfin, suite à la délivrance en mai dernier de l'arrêté de réhabilitation, les travaux du programme immobilier d'Immoval, Cristal Park, vont commencer cet automne.

L'eau de Chaudfontaine a coulé de source pendant l'Euro 2016

L'eau minérale de Chaudfontaine, forte de son appartenance au groupe Coca-Cola, sponsor officiel de l'Euro 2016 et détenteur de l'exclusivité sur toutes les boissons non-alcoolisées, était omniprésente dans les dix stades et fanzones répartis à travers la France lors de l'Euro 2016. Tant les joueurs que les centaines de milliers de spectateurs ont pu découvrir cette eau minérale wallonne.



Coca-Cola



Bio Turnkey, accord de coentreprise wallo-texane entre Wisetree, 4 For Cells et Incell

En marge de la convention biotechnologique BIO, qui s'est tenue en juin dernier à San Francisco, un accord de constitution d'une coentreprise spécialisée dans la fourniture de produits et services à destination de sociétés actives dans le secteur de la médecine personnalisée a été passé entre les sociétés wallonnes Wisetree et 4 For Cells et la société texane Incell. Cet accord a été signé en présence de l'administratrice générale de l'Awex, Pascale Delcomminette, et de représentants du gouverneur de l'Etat du Texas et de la ville de San Antonio. Cette nouvelle société de droit belge, Bio Turnkey, qui a son siège social au parc scientifique Novalis à Marche en Famenne, opérera aussi bien en Europe qu'aux Etats-Unis et, à terme, en Asie. « Notre objectif est de permettre aux sociétés actives dans la médecine personnalisée, domaine qui couvre les thérapies cellulaires, l'ingénierie cellulaire, la virologie ou encore l'immunologie, d'accéder plus rapidement au marché et ce, à un coût nettement moindre », explique Frédéric Tonglet, fondateur de Wisetree et directeur financier de Bio Turnkey. Les services et produits de cette nouvelle société concernent notamment l'harmonisation des procédures, la mise à disposition de technologies, comme des bio-isolateurs, ou encore le soutien à la réalisation d'essais cliniques. La rencontre entre les partenaires wallons et américains remonte à la mission économique organisée par l'Awex au Texas. La société wallo-texane a pour premier client la société Revatis, spin-off de l'ULg également basée dans le parc Novalis.

Coup double pour Pairi Daiza : un bébé panda et (peut-être) une forêt Nassonia

La naissance d'un bébé panda le 2 juin 2016 à Pairi Daiza, annoncée de concert par le parc animalier et le Conservation and Research Center for the Giant Panda, est un événement à plus d'un titre. D'abord, le panda géant figure sur la liste rouge des espèces menacées d'extinction, il n'en reste plus que moins de 2 000 sur la planète. Chaque naissance est donc un événement. Ensuite, en vingt ans, seuls deux pays européens ont réussi avec l'aide de la Chine la reproduction de pandas géants, l'Autriche et l'Espagne. La Belgique est donc le troisième pays à offrir un bébé panda à l'Europe. Enfin, les retombées économiques d'un tel événement sur le parc de Brugelette sont évidentes, les visiteurs s'y bousculent plus que jamais avec cette nouvelle 'attraction', même si elle n'est encore visible que sur un écran vidéo. Ce n'est pas la seule raison pour Eric Domb, le créateur du parc, de se réjouir. Egalement président-fondateur de la Pairi Daiza Founda-

tion, il a annoncé un pré-accord conclu avec le collège communal de Nassogne pour la réalisation, sur une zone de 1 538 hectares, de Nassonia, « la plus grande expérience de forêt totalement dévolue à la biodiversité en Europe occidentale. » La zone forestière concernée, jusqu'ici essentiellement consacrée à la chasse et à la gestion forestière, pourrait devenir un « laboratoire de transition » sur un grand massif forestier vers un « optimum de biodiversité en forêt ». De longue date, la zone a fait l'objet de location à des chasseurs par baux de chasse successifs. Le dernier bail arrivé à échéance le 30 juin dernier et sans nouvelle demande de la part des chasseurs, la Pairi Daiza Foundation, qui recherchait un territoire forestier en Wallonie pour entreprendre de façon durable une série d'actions en faveur des habitats naturels et des espèces, en a profité pour se porter candidate locataire. C'est à présent au tour de la Région wallonne de décider. « Je suis prêt



Credit D.R.

à verser un chèque annuel à la commune de Nassogne comme nouveau locataire de la zone forestière pour une durée d'un bail emphytéotique de 99 ans », ajoute Eric Domb. Un montant annuel de 400 000 euros par an est annoncé, ce que perçoit la commune de Nassogne par la filière classique. Outre le volet « biodiversité », le projet Nassonia se veut aussi une vitrine pour le tourisme intégré, axé sur la pédagogie et la vision des espèces et de l'habitat naturel. « De la décision du conseil communal et de la Région wallonne va dépendre l'avenir de cette extraordinaire forêt », conclut le fondateur de Pairi Daiza.

Novadip



Novadip inaugure ses nouvelles installations à Mont-Saint-Guibert

Novadip Biosciences, une spin-off de l'UCL active dans le biopharmaceutique, a inauguré officiellement son nouveau site à Mont-Saint-Guibert. Les nouvelles installations comprennent un espace à même d'accueillir l'équipe en croissance qui compte aujourd'hui 16 personnes, deux laboratoires de recherche et développement et de contrôle qualité, ainsi que des salles blanches de dernière génération pour la production de lots cliniques en conformité avec les normes GMP. La jeune société est pionnière dans la production de tissus en trois dimensions à partir de cellules souches adipeuses pour régénérer de l'os et des tissus mous. Son produit-phare est le NVD-001, un tissu ostéogénique tridimensionnel révolutionnaire, prêt à l'emploi et naturel, qui peut être modelé pour combler de petites et grandes pertes osseuses. La même technologie est utilisée pour le développement d'un deuxième produit, le NVD-002, un pansement biologique destiné au traitement d'affections de la peau et permettant d'éviter la formation de cicatrices douloureuses et inesthétiques. Si elle a quitté les incubateurs qu'elle occupait aux Cliniques universitaires Saint-Luc et à Louvain-la-Neuve, c'est en raison de sa croissance rapide et dans le but d'atteindre rapidement ses objectifs de développement. « Notre installation dans nos propres locaux représente une étape essentielle dans la poursuite de la mission de l'entreprise, à savoir la conception de thérapies nouvelles en médecine régénérative destinées au marché mondial », indique Jean-François Pollet, CEO et cofondateur de Novadip Biosciences.

LES MAGAZINES

LES GUIDES

LA LETTRE
INTERNATIONALE

LES SALONS

L'ASSISTANCE

LES FORMATIONS

L'INGÉNIERIE FINANCIÈRE

Vos informations pratiques AU QUOTIDIEN

L'information est votre facteur majeur de réussite à l'international. Nous vous fournissons une information experte, indépendante et réellement efficace.

Les éditions Classe Export vous font bénéficier :
de dossiers pratiques sur des pays et leurs marchés,
de sujets techniques sur le commerce international,
de témoignages clés de spécialistes à l'étranger ou d'exportateurs, des actualités de l'international et de contacts utiles pour votre développement.

Editions de référence pour les entreprises qui se développent à l'international

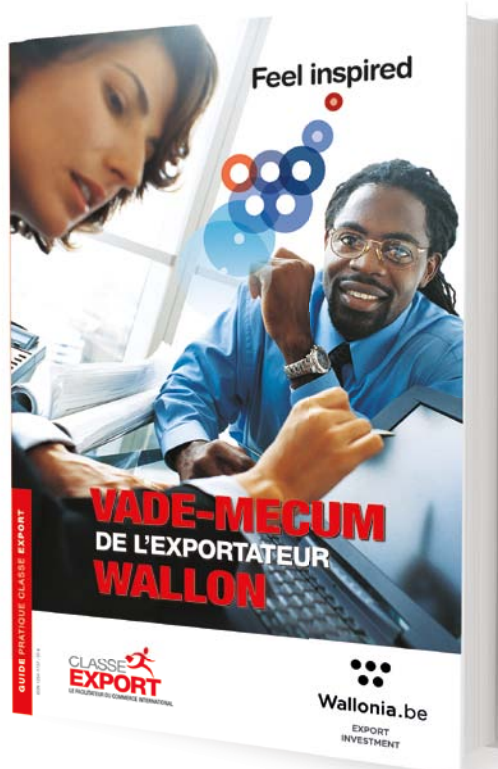
DÉCOUVREZ LE MAG EN LIGNE

Les éditions
**CLASSE
EXPORT**

LE FACILITATEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL

VADE-MECUM DE L'EXPORTATEUR WALLON

L'AWEX partenaire naturel de tous les exportateurs wallons, lance ce Vade-Mecum pour les aider et servir leurs projets de développement. Ce recueil d'informations pratiques et de partage d'expériences est co-édité avec le magazine Classe Export spécialisé dans le Commerce international. Il vous permettra d'affiner vos stratégies d'implantation à l'étranger et facilitera vos approches des marchés internationaux.



Pour obtenir ce guide :

Service communication de l'AWEX
mc.duchene@awex.be


OU

<http://magazine-classe-export.com>




C. Gatti / A. B.

L'Eurozone contre le Brexit


 Le Royaume-Uni a toujours été un pied dans l'Europe et un pied dehors. Finalement, n'est-ce pas mieux qu'il soit tout à fait dehors ? Au moins les choses sont claires...

La question de l'opportunité de l'adhésion du Royaume-Uni a été posée à l'époque par le Général de Gaulle mais depuis 40 ans, le Royaume-Uni s'est intégré et il n'aura plus jamais les deux pieds hors de l'Europe. Le Brexit, c'est un peu comme la séparation de deux frères siamois et le coût de cette partition sera énorme, tant pour eux que pour nous. L'attractivité du Royaume-Uni – on le constate déjà – va diminuer et pour compenser cela, le gouvernement sera tenté de prendre des mesures fiscales et sociales qui risquent d'être douloureuses pour ses citoyens. Et pour l'Europe, c'est une véritable amputation, tant politique qu'économique. Le Brexit, c'est donc un jeu « perdant/perdant ».


 Vous évoquez des mesures fiscales et sociales douloureuses pour la population britannique. Pourtant, Thérèse May semble vouloir aller dans l'autre sens avec la limitation des émoluments des grands patrons et la présence des représentants des travailleurs dans les conseils d'administration des entreprises.

C'est en effet paradoxal mais ce ne sont pas des mesures économiques fondamentales. De toutes façons, avec le Royaume-Uni, on n'est pas à un paradoxe près ! C'est la City de Londres qui risque de souffrir le plus de cette séparation car elle aura bien du mal à maintenir sa position de place financière. Londres n'est ni Singapour ni Hong-Kong et la City perdra immanquablement des plumes, plus

que certainement au profit de Francfort et de Paris. On peut aussi s'interroger sur le modèle britannique de la démocratie. Par calcul politique, on a utilisé le referendum, forcément réducteur avec une seule question, ce qui a entraîné simplifications, caricatures et même mensonges, plutôt que de s'en remettre à une élection législative classique où le débat porte sur un ensemble de choix politiques. Résultat : aujourd'hui, le Royaume-Uni est un pays divisé, entre régions, entre villes et campagnes, entre jeunes et vieux.

 On imagine bien les inconvénients pour les Britanniques mais pour l'Europe ? A Paris et à Francfort, on doit se froter les mains...

Si le Brexit a lieu, il y aura forcément des changements importants et cela fera du tort de part et d'autre. L'Europe perdra 15 % de son PIB et, surtout, du poids au niveau international car, à notre époque de la globalisation, la dimension compte, qu'elle soit démographique, économique et même militaire. Le regard du monde sur l'Union européenne va changer avec une question fondamentale que vont se poser nos partenaires : d'autres pays vont-ils suivre l'exemple britannique ? Il y aura donc une suspicion sur l'unité européenne et une perte de crédit par rapport au reste du monde.

 Par contre, n'est-ce pas une excellente occasion de s'interroger sur le projet européen et sur son fonctionnement ?

Nous n'avons plus en tout cas l'alibi britannique ! Les Européens ont-ils vraiment défendu les valeurs que prônaient les pères de l'Europe après la seconde guerre mon-

diale ? Il faut dire la vérité : au niveau économique et social, l'Europe a épousé les thèses ultralibérales du Royaume-Uni. Je faisais allusion plus haut à la City. Celle-ci a acquis un poids géo-économique excessif avec, comme conséquence, notamment, une crise du logement sans précédent à Londres. Au niveau politique, l'Europe s'est rangée derrière la thèse intergouvernementale des Britanniques, avec un droit de veto qui paralyse le fonctionnement de l'Union. L'Europe actuelle a certes apporté une stabilité monétaire mais n'est pas un outil de croissance économique. Si le Royaume-Uni était réellement un obstacle, c'est l'occasion de le démontrer !

 Comment ?

En constituant un noyau dur autour de l'Eurozone (19 pays, ndlr), qu'il faut impérativement renforcer, avec une fiscalité et un budget uniques afin de couvrir les coûts de notre défense qui est notre bien commun par excellence, surtout dans les circonstances actuelles. L'union bancaire permettra de mutualiser les prêts des états et évitera des situations catastrophiques comme en Grèce et l'union financière facilitera le recours aux capitaux à risques et le financement des entreprises, secteurs dans lequel l'Europe accuse un important retard. Avec-vous noté qu'à part Airbus, aucun grand groupe industriel n'est européen ? Alors que nous sommes le continent largement le plus peuplé, nous laissons la voie libre, dans ce domaine, aux USA, à la Chine, au Japon et même à la Corée du Sud. C'est sidérant !

 Renforcer l'Eurozone, n'est-ce pas, à terme, la fin de l'Europe des 27 ?

“ Il ne peut pas y avoir de véritable démocratie sans un certain niveau d'égalité entre les gens ”

Alexis de Tocqueville

Je ne le crois pas. C'est un stade intermédiaire, fondé sur la raison. Pour moi, c'est la seule manière de renforcer l'Europe. Quand ils verront que ça marche, les autres pays rejoindront l'Eurozone.



Un budget commun, une défense commune, c'est forcément une plus grande intégration. Est-ce qu'un pays comme la France est prêt à perdre une partie de ses prérogatives, notamment au niveau militaire ?

D'abord, une défense commune ne signifie pas automatiquement une seule armée. Cela peut se faire par une meilleure intégration

des armées nationales. Si l'Europe possède une défense commune, elle sera écoutée par Washington, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui. Et puis la France doit s'interroger ! Actuellement, l'Europe est dominée économiquement par l'Allemagne. Est-ce vraiment son intérêt ?



Une plus grande intégration, même partielle, supposerait pas mal de réformes.

D'abord, la Commission devrait être réduite de moitié et compter quinze commissaires au maximum. Il faudrait aussi constituer de véritables partis européens.



Moins disparates que les regroupements actuels...

Il faut en tout cas que les élections européennes deviennent moins nationales. Il faut surtout que les Européens s'interrogent sur le genre de société qu'ils souhaitent : une société dans laquelle prime seulement la compétitivité – qui est certes importante – ou un autre type de vie en commun dans laquelle on met en première place la solidarité. Alexis de Tocqueville, philosophe et sociologue français du XIX^{ème} siècle, a écrit un jour « qu'il ne pouvait pas y avoir de véritable démocratie sans un certain niveau d'égalité entre les gens ». Une harmonisation sociale est indispensable mais elle ne se fera que si il y a d'abord une Europe fiscale.



Le Brexit est une formidable occasion de réfléchir sur le projet européen, éventuellement de donner un grand coup de pied dans la fourmilière mais certains prétendent qu'il n'aura pas lieu.

Le délai théorique pour l'aboutissement des négociations de sortie est de deux ans mais il est possible de le proroger. D'autant plus qu'il y a des échéances électorales en France et en Allemagne qui sont l'occasion de débats sur le projet européen. Si l'Europe compte réellement, il faut donner l'occasion au peuple d'en parler ! Et puis, il y aura des élections législatives au Royaume-Uni en 2019 ou 2020 où la question du Brexit pourrait être posée à une population sociologiquement modifiée. Mais ce n'est qu'un scénario-fiction. Le pire, en tout cas, serait une stagnation qui transformerait progressivement l'Europe en protectorat américain...

Alain Braibant



UKTEL

Du 28 au 30 novembre prochains, le Roi Philippe sera en visite d'Etat aux Pays-Bas. Une importante délégation économique l'accompagnera lors de ce déplacement dans ce pays, troisième client de la Wallonie. Les opérations menées par l'Awex visent plusieurs secteurs et permettront des découvertes aussi variées qu'inédites.

Les Pays-Bas si proches, si différents, mais si importants !

Pour cette mission, la Wallonie travaillera main dans la main avec les deux autres régions du pays, la Flandre et Bruxelles-Capitale. Les secteurs visés par l'Awex sont le spatial, l'économie circulaire et le transmedia, ainsi que la visite d'un centre de formation à destination du personnel de l'Horeca*. Revue en détail.

Demandez le programme

Le mardi 29 novembre, une visite sera organisée à l'ESTEC, le Centre européen de technologie spatiale (European Space Research and Technology Center) de l'ESA (Agence spatiale européenne), basé à Noordwijk. « Nous avons eu très tôt une trentaine d'inscrits », souligne **Rodrigo de Santos**, attaché économique et

commercial de l'Awex à La Haye aux Pays-Bas. « Il y aura d'abord des discours de la part des autorités. Le Roi Philippe fera l'ouverture. Ensuite, prendront la parole le directeur général de l'ESA, qui se sera déplacé depuis Paris, le ministre-président wallon Paul Magnette et, sans doute les deux autres ministres-présidents. »

Puis, ce sera la visite de l'ESTEC emmenée par le couple royal, la Reine Mathilde accompagnant le Roi Philippe. « Elle se déroulera en compagnie d'une dizaine de grandes sociétés qui travaillent déjà avec l'ESTEC et des autorités fédérales et régionales. Le Roi aura l'occasion d'échanger quelques mots avec les fonctionnaires belges travaillant à l'ESTEC. Le couple royal sera accueilli par quelques enfants

de fonctionnaires belges qui remettront des fleurs à la Reine Mathilde. Des sociétés très confirmées dans le domaine spatial qui travaillent régulièrement avec l'ESA et l'ESTEC et qui connaissent bien le tissu, seront présentes. Avec l'aide du pôle de compétitivité Skywin, nous avons décidé de donner la parole à des start-up et à de nouveaux arrivants dans le secteur. Nous voulons montrer la nouvelle génération de sociétés wallonnes actives dans le spatial et démontrer que la relève est assurée. »

Attirer des acteurs économiques en Wallonie

Dans le cadre d'un forum high-tech sur le Campus d'Eindhoven autour de l'économie digitale et

de la dimension circulaire de l'économie, deux actions seront menées. « En collaboration avec le cluster Twist qui nous a guidés dans la recherche d'entreprises, une première action portera sur le transmedia. La deuxième action se fera en partenariat avec le pôle Mecatech qui nous a pilotés dans le domaine de l'économie circulaire. Par rapport aux autres régions, la Wallonie est bien avancée dans ce secteur. Ainsi, le R/O à Charleroi, le futur pôle visuel wallon, sera, entre autres, l'un des thèmes abordés. Seront également évoqués les divers instruments financiers mis en place pour promouvoir ce secteur en Wallonie, non seulement à l'intérieur de ses frontières, mais aussi vis-à-vis de l'extérieur. L'objectif est d'attirer des acteurs économiques en Wallonie. »

*Horeca : secteurs de l'hôtellerie, de la restauration et des cafés



Amsterdam, capitale des Pays-Bas



Le pont Guillaume (Willemsbrug) à Rotterdam

NBTC ©

Promotion des produits wallons

Egalement le mardi 28 novembre, une visite à l'Experience Center, le nouveau centre de formation de Sligro, grande chaîne de food services aux Pays-Bas, cotée en bourse, est programmée. La chaîne vient de racheter la division Food Services de la société flamande Java et a la volonté de s'étendre également en Wallonie. « Nous avons voulu faire découvrir en primeur aux participants l'Experience Center. S'étendant sur 2 000 m², ce nouveau bâtiment, en cours de construction, comprend du matériel audiovisuel, un amphithéâtre, une cuisine pouvant accueillir simultanément une vingtaine de chefs.

Juxtaposé au siège social de Sligro, il se situe à Veghel, à 25 kilomètres au nord-ouest d'Eindhoven. Il s'agit d'un centre de formation à destination des professionnels de l'horeca. Y seront enseignées les nouvelles

techniques et les nouvelles tendances dans le domaine agroalimentaire, le manger-sain, etc., essentiellement à destination des clients néerlandais de Sligro. Mais comme la chaîne arrive en Belgique, il est possible que ce concept puisse être étendu au marché belge. »

Concours de produits innovants

« A travers l'Experience Center, nous voulons faire la promotion de nos produits alimentaires wallons. La Wallonie est une région axée sur les produits du terroir, les produits régionaux et les produits sains. Dans ce projet, Spadel est partenaire sectoriel pour ce qui concerne la promotion des eaux minérales. Nous avons l'intention d'en faire autant avec les autres producteurs wallons (viandes, confiseries, etc.). » Au cours de cette visite, des écoles hôtelières, wallonnes flamandes et bruxelloises, vont proposer leurs produits innovants. « Un concours de produits innovants a

été organisé pour ces écoles par la Févia, la Fédération de l'industrie agroalimentaire. Des écoles ont développé de nouveaux produits alimentaires, par exemple, sur base de restes, d'ingrédients innovants, etc. Les écoles gagnantes présenteront leurs réalisations chez Sligro. »

Un autre concours a été organisé entre écoles hôtelières. Un jury composé de chefs de Masterchef Holland, dont Sligro est sponsor, et de coachs de Masterchef

Belgique jugera les prestations. La Reine Mathilde et la Reine Maxima des Pays-Bas remettront les prix aux écoles lauréates. Les visiteurs pourront également assister à une présentation des tendances du marché aux Pays-Bas par les responsables des divisions d'achats de Sligro. « Ainsi, par exemple, un responsable viandes viendra présenter la tendance dans son secteur aux Pays-Bas. Il en sera de même pour les produits laitiers, les biscuits, les cafés, etc. »

>



Eindhoven, dans le Sud des Pays-Bas

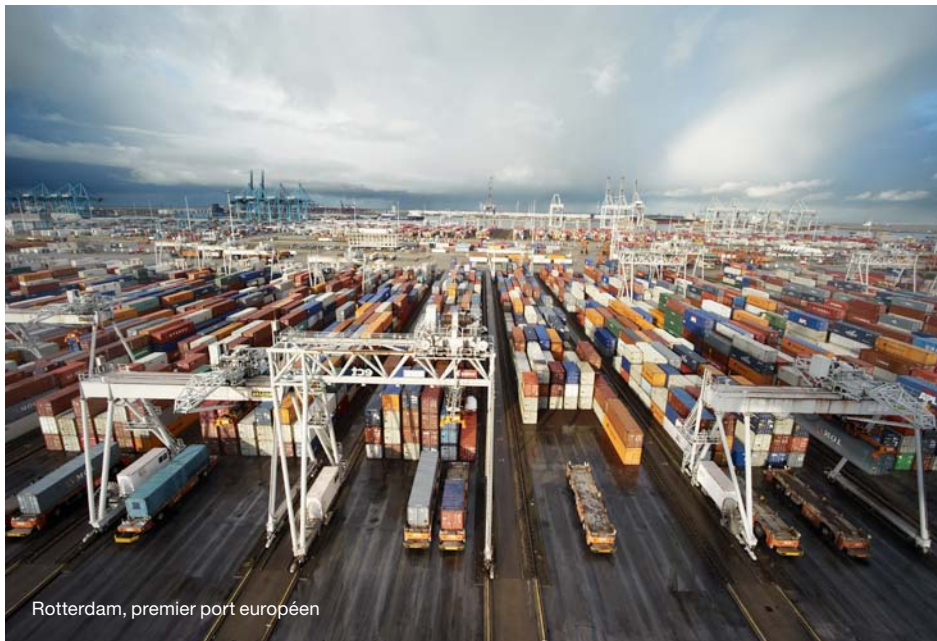
Traveltree.info

> Croissance retrouvée

Petit par la taille et par le nombre d'habitants, le pays fait partie des puissances économiques les plus importantes et ouvertes sur le monde. Il est la 7^e économie européenne et la 16^e puissance économique mondiale. Bénéficiant de ses importantes infrastructures portuaires et routières, il a une longue tradition commerciale, à la fois au sein de l'Europe et sur les marchés d'outre-mer. En 2014, les Pays-Bas ont importé près de 470 Mds € de biens et services, ce qui en fait le 3^e pays importateur de l'Union européenne. Concernant l'économie néerlandaise, les prévisions actuelles tablent sur une croissance d'environ 2 % en 2016.

top secteurs sont l'horticulture et l'agroalimentaire, les biotechnologies et la santé, les technologies de pointe, l'industrie chimique, les industries créatives, la logistique, l'eau et l'énergie. On peut y ajouter les TIC et le secteur aéronautique et spatial. En 2012, un montant de 2,8 milliards d'euros a été mis à la disposition de projets innovants. L'innovation est un élément-clé pour le positionnement de chacun de ces secteurs à l'international et, évidemment, les sociétés wallonnes peuvent y trouver des opportunités d'affaires et de collaborations. La production agroalimentaire est le premier secteur industriel du pays. Les Pays-Bas sont le 3^e exportateur mondial de produits horticoles et alimen-

une quantité très importante et diversifiée de producteurs néerlandais. Les importations sont nombreuses dans le secteur des boissons. Même si les Néerlandais en produisent beaucoup, ils sont depuis quelques années ouverts aux produits étrangers de qualité et à un prix qui doit toujours être cependant très serré. « Ils ont une balance commerciale positive assez incroyable, remarque Fabio Mauro, chef du service géo Europe occidentale de l'Awex. Malgré cela, nous leur exportons plus que nous ne leur importons. En agroalimentaire, la Wallonie exporte pour 392 M€ vers les Pays-Bas, alors que nous importons pour 242 millions. Il y a donc de bonnes raisons de penser qu'on peut s'imposer là-bas. »



Rotterdam, premier port européen

Port de Rotterdam

Rotterdam est le premier port européen et le 4^e port mondial. Schiphol est le 3^e aéroport de fret européen en volume. La navigation fluviale néerlandaise représente plus de la moitié de la navigation européenne. Tous les grands ports néerlandais disposent d'infrastructures et de services d'entreposage, de transbordement, d'emballage, de stockage et de distribution. Les Pays-Bas disposent de la 2^e capacité de refroidissement et de stockage réfrigéré d'Europe. Plus de la moitié des centres de distribution américains et asiatiques en Europe sont implantés sur le sol néerlandais.

L'agroalimentaire, secteur-phare numéro un

Depuis quelques années, plusieurs secteurs-clés font l'objet d'une attention particulière de la part du gouvernement néerlandais. Ces

taires, le leader mondial sur le marché des fleurs, des plantes et des semences. Ce dernier marché représente à lui seul 1,5 milliard de chiffre d'affaires à l'exportation.

Cette production représente à elle seule un quart de la production mondiale et la moitié du commerce international de fleurs. Ces performances sont notamment attribuables à la R&D biotechnologique, ainsi qu'aux innovations technologiques mises en place dans le secteur horticole telles des serres 'intelligentes' flottantes, des plateformes mobiles, de la robotique et des éclairages innovants ou des serres productrices nettes d'énergie. Reposant sur une agriculture forte, l'industrie agroalimentaire représente un chiffre d'affaires de quelque 65 Mds € et quelque 20 % de la valeur ajoutée industrielle néerlandaise. Elle se distingue par l'activité de la multinationale Unilever, mais surtout par

Des possibilités d'exportation en chimie

Avec un chiffre d'affaires de quelque 60 Mds €, la chimie est le 2^e secteur industriel des Pays-Bas et le plus grand employeur du pays avec 64 000 employés répartis dans 400 entreprises dont Basf, Akzo Nobel et Shell. « Les échanges entre la Wallonie et les Pays-Bas dans ce secteur sont déjà très représentatifs. En 2014, on y exportait pour 205 M€. Mais ils présentent encore des possibilités d'évolution puisqu'ils ne comptent encore que pour 1/10^e du total des exportations belges vers notre voisin néerlandais. Par contre, on importait en 2014 pour 957 M€. Là, notre balance commerciale est déficitaire.»

Le troisième secteur est celui des biotechnologies. Les Pays-Bas se positionnent en 8^e place du classement mondial de dépôts de brevets en matière de santé et de sciences du vivant. Le pays exporte annuellement pour près de 37 milliards d'euros dont 25 milliards pour la branche pharmaceutique et 12 milliards pour les technologies médicales, avec Philips comme leader mondial dans l'imagerie médicale et le monitoring, et les instruments de laboratoire. Ce top secteur a l'ambition de faire partie de l'élite mondiale avec dix domaines prioritaires, dont le diagnostic moléculaire, l'imagerie, les soins à domicile, les médecines régénératives, la pharmacothérapie, la nutrition spécialisée et la santé.

Entraînée par un leader tel que Philips, l'industrie électronique arrive en quatrième position avec une valeur ajoutée de 27,6 Mds €. Elle est suivie par la métallurgie et les fabrications métalliques. Les machines industrielles constituent également un secteur important, ainsi que l'équipement de transport avec la



Crédit D.R.

Les Pays-Bas sont le 3e exportateur mondial de produits horticoles et alimentaires, le leader mondial sur le marché des fleurs, des plantes et des semences.

production de camions Volvo et Scania et des activités de sous-traitance automobile. Dans le domaine des services, la distribution et le transport représentent ensemble 17 % de la valeur ajoutée néerlandaise.

Logistique, industries créatives, hautes technologies

Quelque 600 000 personnes travaillent aux Pays-Bas dans les métiers de la logistique autour de deux infrastructures majeures en Europe, l'aéroport de Schiphol et le Port de Rotterdam. Dans le reste du pays, un grand réseau de divers autres centres logistiques s'est développé comme, par exemple, les ports de Flessingue et Groningue, ou encore les centres logistiques le long des autoroutes et des cours d'eau. Tous les grands ports néerlandais disposent d'infrastructures et de services d'entreposage, transbordement, emballage, stockage et distribution. Les Pays-Bas disposent de la 2e capacité de refroidissement et de stockage réfrigéré d'Europe. Plus de la moitié des centres de distribution américains et asiatiques en Europe sont implantés sur le sol néerlandais. Un accord signé entre le Port de Rotterdam et le Port autonome de Liège en 2012 contribue à stimuler les relations économiques entre la Wallonie et les Pays-Bas. « Il faut cependant dire que tout ce transit est comptabilisé dans les exportations ou importations néerlandaises et, en fait, ne fait que passer », souligne Fabio Mauro.

Troisième client de la Belgique et de la Wallonie

Les Pays-Bas sont un partenaire important de la Wallonie et le resteront. Ils sont le 3e client de la Belgique et de la Wallonie, après la France et l'Allemagne. L'Awex est présente à La Haye avec un bureau au service des entreprises et une excellente connaissance du marché. « La seule Wallonie importe pour 4,5 Mds € de marchandises néerlandaises, alors que le Brésil, pas loin de 100 millions d'habitants, n'importe que pour 2,7 Mds € de marchandises néerlandaises », remarque Rodrigo de Santos. Les exportations belges vers les Pays-Bas représentent 11 à 12 % des exportations belges, avec un potentiel d'évolution. Le marché néerlandais absorbe 8 à 9 % des exportations wallonnes, part relativement stable au cours des dernières années. Plus de 13 000 sociétés wallonnes exportent régulièrement vers les Pays-Bas. Plus nombreuses encore sont celles qui prospectent ce pays voisin. « L'avantage des Pays-Bas, c'est la proximité. Le trajet Bruxelles – Amsterdam se fait en 2h30. On peut pratiquement partir tôt le matin, avoir deux ou trois rendez-vous dans la journée et revenir tard en soirée. Qui dit marché proche, dit perte de temps limitée et donc perte d'argent limitée aussi. »

Quels sont les secteurs wallons qui ont du succès aux Pays-Bas ?

« Les métaux et produits métalliques, qui reste le premier secteur d'exportations wallonnes vers les Pays-Bas, a reculé de 20 % subissant le ralentissement de l'industrie des produits métalliques en 2012-2013 et des importations néerlandaises de métaux, ainsi que la fermeture d'infrastructures de production en Wallonie, souligne Fabio Mauro. L'industrie chimique est notre deuxième secteur d'exportation vers ce pays, il a augmenté d'environ 9 % entre 2011 et 2014. Les produits alimentaires viennent en troisième position, notamment des pommes de terre, essentiellement sous forme de plants ou de frites. Les machines et appareils électriques en quatrième position. Les animaux vivants et les produits du règne animal en cinquième. Les matières plastiques sont le sixième secteur. Les produits végétaux arrivent ensuite. Par exemple, les Néerlandais sont friands de nos sapins de Noël. »

Avec un chiffre d'affaires de 7,1 Mds €, l'industrie créative néerlandaise figure dans le top 10 mondial, également pour les emplois, les enregistrements de marques et de modèles. Les actions de ce secteur dans les médias et les TIC, le serious gaming, les innovations design à destination de l'industrie et l'héritage culturel, sont particulièrement encouragées par le gouvernement, de même que les collaborations entre les hautes écoles et les entreprises.

Le secteur des hautes technologies a l'ambition de doubler le volume de ses innovations d'ici à 2020. Les technologies mises en avant sont les matériaux nouveaux, l'aérospatial, les nanotechnologies, le secteur automobile et les systèmes embarqués.

Les as de l'eau

Avec la plus grande partie de son territoire se trouvant sous le niveau de la mer, les Pays-Bas ont développé la plus grande structure mondiale de défense contre les marées, soit quelque 16 500 kilomètres de digues et 300 structures qui justifient la réputation mondiale de leur ingénierie hydraulique. Le super cluster Eau englobe tous les aspects de la gestion de l'eau depuis l'architecture des digues et des obstacles en zones inondables, en passant par les rivières et l'architecture amphi-

bie et jusqu'à la gestion de l'eau de pluie. Le secteur est innovant avec des laboratoires spécialisés qui sont parmi les plus avancés au monde. L'objectif de ce "top secteur" est de stimuler l'exportation de ses activités à Dubaï, sur l'île de Palm Islands, et au Bangladesh, dans le cadre de projets de lutte contre les inondations. Le comité de pilotage y voit un grand potentiel, notamment grâce au fait que presque toutes les grandes villes du monde auront à faire face aux risques élevés d'inondations provoquées par le changement climatique. Les Néerlandais sont également à la pointe des techniques de traitement de l'eau, avec un nombre de dépôts de brevets qui les place au 5e rang mondial du secteur.

Le secteur de l'énergie inclut l'énergie solaire, éolienne, hydraulique et autres énergies renouvelables, mais aussi le gaz naturel. Les Pays-Bas recèlent, en effet, d'importantes réserves. La plus grande société du secteur est la très connue Royal Dutch Shell. Celle-ci est partie prenante de ce super cluster, même si son produit-phare, à savoir le pétrole, ne fait pas partie de la stratégie de développement de ce groupement. Les Néerlandais se sont fixé l'objectif pour 2050 de produire 40 % de leur électricité à partir de ressources durables (vent, mer et biomasse) et de réduire de moitié leurs émissions de CO₂.

8 conseils pratiques pour réussir votre approche marché



Les Pays-Bas offrent un grand nombre d'opportunités commerciales dans bon nombre de secteurs, qu'ils concernent l'industrie et les technologies ou les services (distribution, transport et logistique, banque et finance, loisirs...). Les entreprises étrangères y sont largement présentes. Les conseils de Rodrigo de Santos (photo), attaché économique et commercial de l'Awex à La Haye, pour réussir sur ce marché voisin.

1] Différents. Les Pays-Bas sont très proches de la Wallonie, et pourtant si différents. « Un Néerlandais n'est pas un Flamand, contrairement à ce qu'on croit dans notre inconscient collectif, remarque-t-il. D'abord, ils ne parlent pas exactement la même langue. Ensuite, le Néerlandais est un calviniste, un protestant, le Flamand est un catholique. Ce sont donc deux mentalités différentes. Un Wallon est beaucoup plus proche d'un Flamand qu'un Flamand ne l'est d'un Néerlandais. Les Pays-Bas ont une culture de l'entreprise différente de la Belgique. La première chose à comprendre est que, dans ce pays, vous n'êtes pas en Belgique (et encore moins en Flandre). »

2] Sans complexe. Dès qu'ils ont un client fiable, qui achète régulièrement, le Wallon et le Flamand n'iront plus chercher ailleurs. « Ils s'inscrivent dans une relation à long terme. Alors qu'un Néerlandais, si la relation ne le satisfait pas, n'aura aucun complexe à aller chercher ailleurs. Quand un Néerlandais dit oui, c'est oui. Si l'affaire ne l'intéresse pas, il le dira tout autant. Parfois directement. Le Belge sera interloqué. Le Néerlandais ne le dit pas pour être méchant, mais pour ne pas perdre de temps. Mais s'il dit non aujourd'hui, peut-être qu'un jour, il dira oui. Si vous sentez une possibilité plus tard, n'hésitez pas, par la suite, à revenir vers le contact néerlandais. Sans le harceler, pour autant. Et sans envoyer de mail groupé. Une loi néerlandaise peut punir l'expéditeur d'un mail groupé pour autant que la personne qui reçoit le message n'ait pas indiqué son accord. Un Wallon doit aborder le marché sans complexe, car le Néerlandais n'en a pas. Par habitant, en 2014, un Wallon exportait 10 % de plus qu'un Allemand et trois fois plus qu'un Français vers les Pays-Bas. La Wallonie a exporté pour 3,5 Mds € et nous sommes 3,5 millions d'habitants. Il faut agir sans complexe. »

3] Un bon site Internet. Le Néerlandais achète beaucoup sur Internet. Il y cherche aussi des opportunités. « Le Wallon a intérêt à avoir un bon site Internet. Un site facile à comprendre, où l'on trouve facilement l'information pertinente sans s'y perdre. Un site qui devra être de préférence en néerlandais et impérativement en anglais. Comment le Wallon va-t-il trouver le contact ? Via Internet ou sur un salon professionnel. »

4] Le temps, c'est de l'argent. Le Néerlandais attend une certaine réactivité à la demande. « C'est quelqu'un pour qui le temps est assez précieux. Il travaille moins avec les rendez-vous et plus avec les mails et le téléphone. Si le Wallon tarde trop avant de lui répondre ou après un rendez-vous, ce n'est pas bon. Il faut être assez précis dans ce qu'on demande. Comme avec les Allemands, lors de rendez-vous, il faut être ponctuel. Le Néerlandais arrive souvent avec cinq minutes d'avance. Chez nous, on a le quart d'heure académique. La clé de la bonne communication, c'est d'abord

la ponctualité, puis le respect de l'autre. Veuillez en conséquence à y faire attention : respectez les rendez-vous, donnez suite aux e-mails, et ayez en face d'eux une tenue vestimentaire correcte. Vous gagnerez sa confiance par votre sens de la communication et moins par la valeur qualité d'un service ou d'un produit. Attention également au sens des mots parfois contradictoires dans les deux pays. La parole donnée est importante. Le contrat écrit se fait sur la parole donnée. » Le Néerlandais ne court pas derrière les repas d'affaires. « Pour lui, deux heures à table, c'est une perte de temps. Il mange en trente minutes au bureau. Si un Wallon espère impressionner un Néerlandais en l'invitant à déjeuner, il risque d'essuyer un refus. »

5] Clarté dans la négociation. Certains Belges considèrent les Néerlandais comme trop pointilleux au plan juridique. « Cela s'explique par leur méfiance vis-à-vis du terme 'accord'. Tout doit être clair à chaque étape de la négociation : les termes du contrat, le



“Les relations à créer dépassent de loin la simple relation clients-fournisseurs. Elles visent plutôt à l'échange des connaissances et au montage de partenariats dans le but d'élaborer des produits nouveaux”



timing, la qualité, le respect des engagements, etc. Ce qui n'est pas écrit peut être ultérieurement objet de litige et cela va à l'encontre de leur nature franche et non-conflictuelle. Il y aura une négociation rapide et rigoureuse et donc dure où il convient de garder son calme et d'accepter leur humour parfois décuplant. Il s'agit également de ne pas se froisser suite à leurs questions mettant en cause la qualité, l'efficacité ou l'à-propos de vos produits ou de vos prestations. Il faut être convaincu du produit et avoir des arguments. Les Néerlandais sont de redoutables négociateurs lorsque le prix d'achat est en jeu, mais sont preneurs de bonnes affaires. »

6] Polder model. Les Pays-Bas sont en bord de mer. Ils ont connu une grande inondation en 1953. Ils ont dû batailler contre la mer. Il y a quelques décennies, ils ont conquis des terrains sur la mer. « Ainsi, la dernière extension du port de Rotterdam s'est-elle faite au détriment de la mer. Le Néerlandais est un conquérant, un marin, et un bâtisseur sur les polders. Il vaut mieux ne pas arriver vers lui en maître du monde et en donneur de leçons. Il est balancé entre l'innovation et un certain conservatisme. Il est respectueux de la nature et cherche à minimiser les risques. Les sociétés néerlandaises ont une organisation assez horizontale. Les Néerlandais ont instauré le 'polder model'. Il consiste à se concerter un maximum pour être certain que tout le monde a le même objectif et qu'on peut compter sur tout le monde. Le patron

est ouvert, convivial. Il réagit vite aux propositions de ses collaborateurs. Il reste attentif à ce qui se dit et ne se limite pas au cercle des fournisseurs connus. Ils étaient navigateurs, il fallait compter les uns sur les autres. Parce qu'il vit sur un territoire avec une grande densité de population, il a l'habitude de la négociation, de la tolérance et du consensus. »

7] S'informer. « Il est possible d'obtenir auprès des chambres de commerce (Kamers van Koophandel, KvK) des rapports financiers sur une société. Même une société qui n'a pas de siège aux Pays-Bas peut demander directement aux KvK un rapport financier pour environ 5 euros. »

8] Langue. Suite à un sondage, il est apparu que les Wallons sont partagés quant à se lancer dans les affaires avec des Néerlandais. D'abord, à cause de la non-maîtrise de la langue. « A cela, on peut rétorquer que les Néerlandais ne sont pas du tout complexés par leur langue. L'anglais est usuel dans le monde des affaires aux Pays-Bas. Toutefois, si vous parlez leur langue, les Néerlandais l'apprécieront, car ils sont reconnaissants envers ceux qui font des efforts pour mieux les approcher. »





L'Ukraine à la croisée des chemins



Une mission économique en Ukraine au mois de septembre, du 18 au 23, est-ce bien raisonnable dans le contexte politique que le pays connaît depuis plusieurs années, en particulier depuis l'annexion de la Crimée par la Russie et la sécession d'une partie du bassin industriel du Donbass à l'Est ?

« La sécession », répond **Tatiana Korotich**, attachée économique et commerciale de l'AWEX à Kiev, « concerne à peine un tiers du territoire du Donbass, à savoir les régions de Donetsk et de Lougansk. Kharkov, autre grande ville de l'Est, est située à plus de 300 km de la zone pro-russe et Marioupol, port important sur la mer d'Azov, est restée, elle aussi, dans le giron de Kiev. »

Le deuxième plus grand pays d'Europe

En d'autres mots, la « guerre » est localisée et le business continue. « D'ailleurs, poursuit Tatiana Korotich, aucun des investisseurs belges n'a quitté l'Ukraine depuis le début du conflit dans l'Est. »

Avec 45 millions d'habitants et plus de 600.000 km² de superficie, l'Ukraine est le deuxième plus grand pays d'Europe derrière

la Russie. Si le point culminant des Carpates sur son territoire atteint 2061 mètres au Mont Hoverla, l'Ukraine est avant tout une vaste plaine très fertile, drainée par un très grand fleuve, le Dniepr, et dotée de ces fameuses terres noires (les tchernozioms) qui dans le passé en ont fait le « grenier à blé » de l'Empire russe puis de l'Union Soviétique. La mauvaise récolte 2016 annoncée en Europe occidentale, et notamment en Belgique, devrait d'ailleurs entraîner l'importation dans notre pays d'importantes quantités de blé ukrainien. Le sous-sol est riche, lui aussi : charbon, fer, graphite, magnésium, manganèse, nickel, uranium, ce qui a permis le développement d'un important secteur métallurgique qui doit être modernisé...

Porte d'entrée vers le Moyen-Orient et la CEI

L'Ukraine est située au croisement des routes menant d'Europe orientale vers la Russie et le Moyen-Orient et apparaît comme le couloir idéal pour atteindre les pays de la CEI, la Communauté des états indépendants, créée après la dissolution de l'URSS. Ce qui n'empêche pas l'Ukraine d'être tournée vers l'Ouest ! Depuis le 27 juin 2014, un accord d'association la lie à l'Union européenne en

vue d'une meilleure coopération dans les domaines de l'économie, de l'énergie et de la justice.

Pas de mission dans l'Est

La mission économique, organisée conjointement par l'AWEX, Hainaut-Développement et le FIT (Flanders Investment and Trade) est une mission multi sectorielle avec trois points de chute :

- la région de Tcherkassy, sur le Dniepr au sud-est de Kiev, avec visite, notamment, de l'entreprise du secteur agroalimentaire Granex, fruit de l'investissement d'une société flamande,
- la région de Poltava, jumelée avec la province du Hainaut, un peu plus à l'est, à mi-chemin entre Kiev et Kharkov,
- la capitale, avec, outre la réunion de la commission mixte belgo-ukrainienne sur les questions politiques, économiques et culturelles, un B to B et un forum avec des entrepreneurs locaux.

Des besoins dans quasi tous les secteurs d'activité

« Les besoins de l'Ukraine sont importants », explique Tatiana Korotich depuis ses bureaux de Kiev qui représentent les intérêts des trois régions belges et du Grand-Duché de Luxembourg.

« Il y a d'abord le secteur agroalimentaire, des machines agricoles au packaging, et l'énergie, pour laquelle le pays, privé désormais du gaz russe, s'approvisionne à présent dans l'Union européenne par l'intermédiaire de trois états voisins, la Hongrie, la Pologne et la Slovaquie. L'énergie électrique et les énergies renouvelables sont donc forcément des secteurs à forte demande. C'est aussi le cas dans les télécommunications et en informatique, tant les services que le software, dans les infrastructures de transport routières et ferroviaires, les secteurs pharmaceutique et médical, des banques, de la finance, de la protection et de la sécurité. Des opportunités existent aussi pour la création et le développement, dans différents domaines, de sites

de production et de centres de services. Bref, les demandes sont énormes et couvrent un très large éventail d'activités. »

Privatisation et lutte anti-corruption

Pour les exportateurs wallons, en dépit des circonstances, c'est sans doute le moment de partir à la conquête du marché ukrainien. « Le retour à la croissance est prévu pour cette année et les réformes du gouvernement, indispensables selon la Banque mondiale pour relancer l'économie, décidées en avril dernier sous l'impulsion du nouveau premier ministre, Volodymyr Groïsmán, un proche du Président de la République, Petro Porochenko, semblent commencer à porter leurs fruits. En plus de la création d'un bureau national anti corruption, la politique de privatisation des entreprises publiques a contribué à diminuer le fléau et à augmenter la confiance de la population, en particulier des entrepreneurs. »

Le PIB, qui avait chuté de près de 10 % en 2015 à la suite de la crise dans le Donbass et de la chute du prix des matières premières, commence à se relever : + 0,5 % au cours du premier semestre de cette année. L'Union

Européenne, qui a signé avec l'Ukraine des accords de libre échange, encourage la nouvelle politique initiée par Kiev. L'UE, la BERD - la Banque européenne pour la Reconstruction et le Développement - et la Banque mondiale soutiennent largement les efforts de relance économique et le développement du commerce, en particulier avec les pays européens : l'Union consacre 19 millions d'euros d'aides directes pour l'assistance technique, les incitants aux investissements et le partage des risques tandis que la BERD a accordé 380 millions d'euros de prêts et de garanties aux banques ukrainiennes afin de doper les investissements dans les entreprises. En outre, la BERD continue à garantir les risques pour les opérations commerciales, qui se réalisent selon le système du pré-paiement.

Ducroire assure de nouveau le risque "ukrainien"

D'autres signes positifs sont apparus ces derniers mois. La consommation de gaz des entreprises s'est réduite de 19 %, preuve que les industriels et les entrepreneurs ont pris des mesures d'économie qui ne peuvent que se répercuter positivement sur la compétitivité

et la rentabilité. D'autre part, depuis le début du mois de juin, Credendo Group, filiale du Ducroire, assure à nouveau le risque politique à court terme pour les échanges commerciaux entre la Belgique et l'Ukraine. Et sur place, il est important de rappeler que l'Ukraine dispose d'une main d'oeuvre bon marché mais très qualifiée, héritage du système d'éducation soviétique.

Est-ce à dire que tout est pour le mieux dans le meilleur des mondes au pays natal de l'ancien numéro un soviétique Nikita Khrouchtchev ? Non, évidemment ! Le territoire, on l'a vu, est très vaste et la population relativement dispersée. Il est préférable de disposer d'un représentant local fiable et d'un réseau de distribution efficace et performant.

Et puis, même si le nouveau gouvernement a pris le taureau par les cornes pour assainir la vie politique et économique, il reste toujours cette menace de sécession des régions orientales et la présence du grand voisin russe à la stratégie peu claire, sinon mystérieuse.

Mais avec l'engagement et les garanties offertes par les institutions tant européennes que mondiales, le risque, mesuré, vaut sans doute la peine d'être couru...

A. Braibant

L'Union Européenne, qui a signé avec l'Ukraine des accords de libre échange, encourage la nouvelle politique initiée par Kiev



Feel inspired

Tomorrow starts today



Vous ambitionnez un développement international ? Alors, ensemble, mettons le cap !

Information, coaching, prospection, expertise commerciale, consultance en design, webmarketing, partenariat, financements internationaux... : l'AWEX, c'est une offre de services complète et taillée sur mesure, en temps réel. Avec votre entreprise, nous relevons dès aujourd'hui les défis de demain.

Laissez-vous inspirer par l'exportation !

Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers / www.awex.be



Wallonia.be

EXPORT
INVESTMENT

La COP22 une formidable vitrine pour un Maroc durable et innovant

C'est du 7 au 18 novembre 2016 que se tiendra la COP 22 à Marrakech, un événement que le Maroc prépare activement, sous l'égide de **Hakima El-Haïte**, ministre déléguée à l'environnement et envoyée spéciale pour la mobilisation. Un événement qui souligne le rôle de pionnier du Maroc en matière d'écologie. Comme le commente Financial Afrik « Lima fut la COP des négociations, Paris fut celle des décisions, la COP 22 sera la conférence de l'action ».

Au Maroc, les projets sont nombreux et ambitieux

Salaheddine Mezouar, ministre des affaires étrangères du Maroc préside le comité de pilotage de la COP 22, tandis qu'Abdelaadim Lhafi, actuel haut commissaire aux Eaux et Forêts et à la lutte contre la désertification en est le délégué général. Le Maroc est classé parmi les quatre pays les plus écologiques au monde.

S'appuyant sur son plan énergétique très ambitieux, le Royaume estime pouvoir porter à 42% la contribution des énergies renouvelables à la production électrique d'ici 2020 et même à 52% d'ici 2030.

Les réalisations en cours et les projets sont nombreux, du nouveau parc photovoltaïque à Rabat, à la rénovation du parc électrique public, la construction d'un centre de tri sélectif pour produire du biogaz, le traitement des eaux usées qui une fois nettoyées, serviront à l'arrosage des espaces verts et golfs pour servir le développement du tourisme, le parc éolien de Tarfaya, ville entre désert et océan au sud-ouest du Maroc, le plus grand parc éolien d'Afrique, le chantier le plus important étant la centrale solaire de Ouarzazate. Noor sera le plus grand projet solaire du monde. Il fait appel à la technologie thermo-solaire 500 000 miroirs cylindro-paraboliques d'une hauteur de 12 mètres, répartis sur 800 rangées, suivront lentement le soleil. Une fois terminé, le complexe Noor pourrait fournir de l'énergie à plus d'un million de foyers et produire un volume électrique de 580 mégawatts.

Les pays africains et les Emirats arabes unis concernés dans leur ensemble

La COP 22 va poser les jalons d'une large coopération dans le domaine des changements cli-



Credit: ACWA Power

matiques, notamment entre les pays africains et les pays du Moyen Orient qui vont partager leurs expériences et transposer des expériences notamment dans les secteurs de l'agriculture, de la santé, des énergies renouvelables et de la sécurité alimentaire. Les Emirats arabes unis font partie des pays qui appuient constamment le Maroc dans sa lutte contre les changements climatiques. Ils vont tracer une feuille de route pour concrétiser le partenariat bilatéral pré et post COP 22 pour établir des programmes et des stratégies communes. Comme le répète, Hakima El Haïte, « Marrakech sera l'occasion d'accélérer la coopération Sud-Sud ».

Nicole Hoffmeister



The better life!

We provide people
with a home.
Fast. Safe. Simple.

Visitez-nous sur notre stand aux
**LES RENCONTRES AFRICA
2016 PARIS / STAND 10**



GHS GmbH Global Housing Solutions
Voitsdorferstraße 8, 4551 Ried/Traunkreis, Autriche,
Tél +43 (0) 7588/200 88-0, office@ghs-housing.com

www.ghs-housing.com



Le Sri Lanka, futur hub aéroportuaire,



Le Sri Lanka peut en effet se targuer d'un niveau de vie relativement supérieur à celui de ses voisins d'Asie du Sud. Finis les ravages causés par la guerre civile qui a duré près de 30 ans, désormais, le pays affiche une croissance soutenue (autour de 7 % en 2014 - 2015), d'autant qu'il présente le plus haut niveau de développement humain d'Asie méridionale.

La stabilité retrouvée favorise la croissance mais il y a beaucoup à faire. La consommation est soutenue par la croissance rapide des revenus, les exportations qui ont profité de la reprise aux Etats-Unis, le secteur des services qui se déploie, et le dynamisme du tourisme qui se diversifie et devient de plus en plus luxueux.

Le poste de Business France avait été supprimé au profit du sud de Bangalore et de Mumbai. Mais désormais, par un heureux hasard, une coopération s'est mise en place entre Business France Inde et la société Inter Lanka, établie au Sri Lanka avec à sa tête **Ishara Yoosuff**, ex-attachée au service économique de l'Ambassade et son associé (et conjoint) **Michael Delrieu** qui travaillait lui-même à l'Ambassade

srilankaise à Paris. Les uns et les autres ayant leurs propres relations dans l'industrie, la santé, l'agroalimentaire, sont très complémentaires.

Alternative à l'Inde

« Le Sri Lanka est un petit marché mais devient très porteur. La demande évolue, les consommateurs et les entreprises ont plus de moyens et recherchent des produits de qualité », se réjouit **Michael Delrieu** qui n'hésite pas à livrer son message à l'attention des exportateurs. « Vous avez essayé de rentrer sur l'immense marché indien où il est difficile de se frayer un chemin : intéressez-vous plutôt au petit marché que représente le Sri Lanka, que nous maîtrisons parfaitement », rappelant l'accord ISFTA (accord de libre échange Indo-Sri Lankais) pour l'accès au sous-continent indien, avec le Sri Lanka comme point d'entrée. Et **Michael Delrieu** de dresser à la volée un état du marché qui évolue très sensiblement.

« Il y a une multitude d'opportunités dans la construction, pour construire des "villes durables" ». Beaucoup de débouchés dans le secteur de la santé, ouverture d'hôpitaux, de phar-

macies, de laboratoires, gestion des spas. Le pays a d'ailleurs été classé « pays au développement humain élevé. Le nombre de lits d'hôpital. Le thé est toujours dans le Top 4 des exportations (2% du PIB), il a représenté 13 % des exportations globales en 2015 et fait vivre toujours autant de monde. Chez les grands de l'automobile, la filiale indienne de Renault a présenté ses nouveaux modèles, Peugeot est déjà présent, via un distributeur.

Le secteur textile est le premier poste d'exportation (près de 6% du PIB). Quelques marques sont présentes et les designers locaux sont très actifs et créent leur propre collection. Les boutiques d'habillement européennes vont avoir des opportunités. Decathlon est très présent avec un bureau de sourcing et des projets d'ouverture de magasins.

Désenclavement perceptible dans les projets

Le gouvernement manifeste sa volonté d'ouvrir les portes aux Européens. D'ailleurs avec le boom du secteur du tourisme, les enseignes hôtelières de renommée internationale comme

Sherton, Shangri-la, Movenpick et des groupes locaux importants comme Gargills, Abans, Soflogic ont investi dans des projets d'hôtels, de centre commerciaux, de logements de luxe. On dispose déjà d'un premier centre commercial, qui va rapidement être suivi de beaucoup d'autres, du fait de tous les projets de construction. Colombo, la capitale économique du pays, concentre près de 30% de la population et contribue pour 45% au PIB national. Avec sa zone franche d'où l'on peut rayonner sur l'Asie du Sud-Est, elle a un rôle majeur à jouer dans le redécoupage économique du pays. Le projet « Metro Colombo Urban Development » soutient les programmes de régénération urbaine qui ont déjà largement contribué à l'embellissement et à l'aménagement du pays.

Les points forts l'éducation est primordiale et le management de qualité

Calqué sur le système britannique, le système éducatif est de très bon niveau. 60% de la population a moins de 25 ans. Il faut faire la part des choses entre

touristique et culturel de la région



Ishara Yoosuff et Michael Delrieu, les associés de Inter Lanka Services forment un binôme interculturel qui facilite l'approche du marché tant au niveau économique que social et culturel

le monde rural et les citadins qui parlent un bon anglais et sont bien éduqués. D'ailleurs le niveau de l'Alliance française est très bon.

Du fait de l'augmentation du niveau de vie et des exportations, de nombreux secteurs embauchent, dans le médical, la santé, les télécoms. A l'import, il y a d'énormes possibilités dans les process pour les entreprises ont des salariés éduqués et capables de se déplacer en Inde, en Malaisie, par exemple dans les entreprises chargées des process de transformation

de machines made in China. Actuellement, ils s'intéressent au marché turc et préfèrent payer plus cher une machine estampillée France ou Allemagne.

Les grands projets

Inter Lanka qui se positionne en intermédiaire pour toute recherche de débouchés ou de partenaire, dresse une liste de projets impressionnante (non sans préciser que les projets sont souvent gagnés par les Japonais ou les Chinois !).

L'accord de libre échange Indo-Sri Lankais permet l'accès au sous-continent indien.

ou conservation pour le lait et les yaourts que Adepta en collaboration avec Inter Lanka avait fait exposer au Foodtech à Delhi.

Le Sri Lanka progresse très vite en ce qui concerne l'adoption des nouvelles technologies. C'est le premier pays d'Asie du Sud-Est à avoir intégré la technologie 3G. Les autorités croient que le renforcement et l'amélioration du secteur des Télécoms permettra au pays d'atteindre le niveau de développement économique espéré.

Message pour les exportateurs européens : qu'ils prennent en compte que la demande bouge, la population change, les consommateurs ont les moyens. Autrefois, les Srilankais utilisaient beaucoup

■ Le projet de la Banque mondiale « Strategic Cities Development project » vise le développement des grandes villes du pays : Kandy pour laquelle un financement de 94 M\$ a été réservé et Galle qui reçoit une allocation de 43 M\$.

■ Le projet de Metro Colombo Urban Development, financé par la Banque mondiale pour un montant de 223 M\$ qui a démarré en 2012, serait complété par un méga projet dévoilé en 2016 pour transformer la capitale et les districts régionaux de Gampaha et Kalutara en villes économiquement comparables à celles des pays développés. Ce projet sera placé sous la tutelle du Ministère de « Megapolis and Western Development ».



Credit D.R.

■ La construction d'une nouvelle île de sable a commencé, comblant quelque 200 hectares gagnés sur la mer au long du bassin sud du port de Colombo. Ce nouveau projet, rebaptisé "Port City" et plus récemment "Financial City", va donner naissance à une cité, dotée d'hôtels de luxe, de marinas, d'espaces commerciaux haut de gamme et de centres de loisirs.

A l'échelle des Pme, Michael Delrieu qui croit à l'exportation collaborative, cherche à regrouper des Pme qui se positionneraient comme fournisseurs complémentaires pour l'équipement des grands hôtels, entre autres, car les débouchés sont là, comme dans tant d'autres domaines.

Des opportunités à suivre...

Nicole Hoffmeister



Credit D.R.

Le projet Metropolis piloté par Megapolis & western development



Le numérique urgence de nos prochaines réussites

Dans le vent disruptif des nouvelles technologies, comment aller plus vite, plus fort à la conquête des marchés. Disruptif, le mot est partout, nous rappelant qu'il faut d'urgence s'habituer au changement, à la tendance irrésistible à l'innovation, tant au niveau des produits que des process, être agile pour ne pas se perdre dans le foisonnement d'innovations, d'informations et d'acteurs arrivant sans cesse sur le marché.

Mais à quel prix ? « Comment, en effet, capter l'attention dans un champ concurrentiel en effervescence perpétuelle ? » interroge **Gilbert Réveillon**, président du groupe d'expertise TIC et économie numérique du Cnccef, et lui-même lauréat au CES 2014 et au CES 2015, à son titre de DG international de Cityzen Sciences. Signalons en effet que la société Cityzen Sciences est spécialisée dans la conception et le développement de textiles connectés et a donné naissance au premier T-shirt intelligent combinant l'intégration de capteurs innovants à très forte valeur ajoutée à une ana-

lyse sécurisée des données, une technologie reconnue à l'échelle internationale. Rien d'étonnant à ce que Gilbert Réveillon insiste sur le fait que, seule la capacité d'innovation donnée par la maîtrise du numérique, assurera aux entreprises une place clef dans l'économie de demain !

Objectif : bâtir des stratégies autour des données pour faire mieux à moindre coût

« Les entreprises doivent faire face à de nouveaux challenges et se doter des outils technologiques leur permettant d'analyser les données qui proviennent de canaux de plus en plus nombreux » répète Gilbert Réveillon qui n'a pas peur de révolutionner les modèles et les offres, dans le souci d'avoir toujours un temps d'avance.

Les logiciels sont en train de transformer le monde par leur capacité à créer de la valeur en diminuant les contraintes de temps et de distance, en donnant les moyens de prendre



Gilbert Réveillon,
président du groupe
d'expertise TIC et
économie numérique
du Cnccef

des décisions intelligentes en relations avec des acteurs de partout dans le monde. Ils ont déjà transformé les médias, les télécoms, les services, ils vont maintenant transformer la banque, la santé, l'éducation, l'énergie et tous les secteurs d'activité.... « Mais encore faut-il se doter du matériel et des compétences nécessaires pour anticiper les tendances des consommateurs, prédire leurs futurs besoins, créer de la valeur ».

Si vous pensez usage, le numérique sera une chance, une opportunité pour vous

Xavier Dalloz, le spécialiste de tous les défis, le chantre du CES 2017, le prospectiviste de la French Tech l'affirme : « Innover c'est faire d'autres choses auparavant impossibles, en modifiant les règles du jeu.

L'important ce sont les usages ». Ce n'est pas automatiser qui est important, c'est d'abord se demander où se trouve la création de valeur et ré-inventer pour obtenir un avantage concurrentiel, faire plus et mieux à moindre coût. Xavier Dalloz qui est conseil et formateur, le sait bien : « la plus grande difficulté pour une Pme, c'est de devenir « problématique », être capable de poser des problèmes, se rappeler qu'« un problème bien posé est à demi résolu ».

Et X.Dalloz qui aime les néologismes qu'il trouve plus percutants que les mots du langage commun, d'affirmer « ce qu'il leur faut, ce n'est pas un moteur de recherche mais un moteur de trouvage ! Sachant que celui qui gagne c'est celui qui me simplifie la vie pour toucher mes clients et consommateurs. Ainsi donc, **mon concurrent le plus dangereux est celui qui saura établir la relation directe avec le client, car chaque client est un marché** ». Penser que l'indicateur clef est celui de la rentabi-



Xavier Dalloz,
conseil stratégique
sur l'utilisation
des nouvelles
technologies

lité économique. Il se mesure par le rapport entre le résultat d'exploitation de l'entreprise et les capitaux totaux engagés pour produire ce résultat. Il est cependant insuffisant de piloter les investissements dans le numérique par leur coût et on ne peut plus, se contenter de mesurer la productivité du travail.

Les relations des entreprises avec leurs fournisseurs et leurs clients s'en trouvent transformées, car le numérique ne transforme pas seulement l'univers de la production, ni celui de la gestion, mais aussi les échanges marchands et non-marchands. « Notons » insiste Xavier Dalloz « que les secteurs économiques où se concentrent les écarts entre les Etats-Unis et l'Europe, sont des secteurs comme le commerce de détail, le commerce de gros, la vente de billets d'avion, le courtage de produits d'épargne et d'assurance, les secteurs où l'on ne raisonne pas sur des cycles longs avec des mentalités d'ingénieurs. Là, les questions de culture technologique et de mesure de la performance ne se posent pas dans les mêmes termes que dans les usines ». Il est très difficile de changer de modèle économique. Il faut

Où sont les marchés ? Les technologies numériques doivent non seulement améliorer la productivité mais servir la compétitivité de l'entreprise : en d'autres termes, vendre le produit avec le service.

apprendre à collaborer, à échanger, pour être plus réactif au marché, à partager pour mieux définir son métier avec une vision large, apprendre à être capable d'attirer les meilleurs talents, comme Bill Gates que X. Dalloz avait rencontré en 1980 et qui déclarait résolument « **je vais prendre les meilleurs et je les paierai en conséquence** », une stratégie qui paraît gagnante... mais tout le monde n'est pas aussi visionnaire que Bill Gates. Alors raisonner formation et se dire que les patrons tout autant que leurs collaborateurs doivent être résolus à se faire entraîner par leur formateur.

Nicole Hoffmeister

Moovone, la plateforme digitale qui se pique de changer le mindset des managers

Comprendre le cloud, ce qu'il y a derrière le vocable : transformation digitale, la digitalisation de la vente, l'IOT, les réseaux sociaux, ce n'est pas la première tâche d'un manager, et pourtant...il faut absolument être au moins capable de l'appréhender pour pouvoir décider des changements obligatoires à implémenter dans l'entreprise. C'est la tâche à laquelle s'est attaqué **Hugo Manoukian** (photo).



sure, on les accompagne tout en laissant la place à l'innovation. Il faut leur faire transgresser les règles établies car la concurrence est mondiale et risque de les dépasser d'ici 3 ou 4 ans.

Comment arriver à une meilleure vision du travail collaboratif innovant ?

- en s'appuyant sur les éléments les plus agiles qui seront autant de moteurs pour les autres
- en créant un accompagnement personnalisé, avec l'accès direct à un consultant privilégié directement sur la plateforme
- en aidant l'entreprise à utiliser les liens que nous entretenons dans le monde entier
- en répondant au besoin implicite d'immédiateté des dirigeants.

L'idée est de personnaliser au maximum les relations avec les managers, d'organiser du reporting, un monitoring de tous les parcours, d'évoluer dans l'accompagnement dans l'esprit « train & coach », de façon à ce que les managers apprennent à nous utiliser comme leur plateforme libre-service dédiée.

N. Hoffmeister

Le French Village, nouveauté de l'année au CES 2017

Point de rencontres VIP de haut niveau, le French Village, le nouveau forum événementiel de Las Vegas, permettra aux entreprises, décideurs, réseaux d'affaires francophones, de se présenter, de se connaître, de sourcer les innovations mondiales du digital et de mobiliser sur les projets territoriaux de chacun, sur le thème de « **chasser en meute à l'international** ». Chaque pôle d'excellence sélectionnera ses champions du digital. Les donneurs d'ordre regroupés en collèges thématiques pourront élire les solutions digitales à fort potentiel de croissance.

Xavier Dalloz sera présent sur l'événement dans son rôle de prospectiviste. Avec son équipe, il aidera les participants, qu'ils soient issus des directions techniques, stratégiques ou des départements marketing de tirer le meilleur parti de leur présence. Il va présenter dès octobre les 10 grands thèmes retenus. Actualités concernant cette grande manifestation de rencontres et de convergences, à suivre auprès de l'organisateur, Marc-Lionel Gatto, MLG Consulting.

French Tech

foisonnement d'innovations mais pour quels usages ?

Le mouvement FrenchTech ne cesse de prendre de l'ampleur en France et à l'international. Les start-up françaises sont toujours plus nombreuses. Elles lèvent des fonds (en France mais le plus souvent à l'étranger) assez facilement. Mais combien vont prospérer ? Sont-elles suffisamment orientées sur les usages ?

Lancée fin 2013 par le gouvernement français, la French Tech fédère les innombrables initiatives privées (entrepreneurs établis en France et à l'étranger, organismes de financement, d'accompagnement, métropoles et incubateurs) actives dans les secteurs des nouvelles technologies : réalité augmentée, impression 3D, biotech, foodtech, internet des objets etc. Un monde que le gouvernement français souhaite soutenir.

Renforcer la visibilité internationale en jouant collectif

Le label French Tech poursuit une double ambition. La première : soutenir les entrepreneurs, ceux qui prennent des risques et ce tout au long de la vie de leur projet (lancement, développement et projection sur les marchés internationaux) via des bourses (financement d'amorçage de Bpifrance), des fonds (200 millions d'euros pour les accélérateurs de start-up géré par Bpifrance) et des dispositifs d'accompagnement spécifiques (Pass French Tech pour les entreprises en forte croissance de Paris et des Métropoles labellisées). La seconde : renforcer la visibilité internationale de ces "étoiles" du numérique. Ces derniers mois, le mouvement French Tech a pris de l'ampleur, tant au niveau national (labellisation de 13

métropoles, lancement de nouvelles thématiques) qu'international.

La French Tech tisse sa toile dans les grandes capitales

La stratégie de la France est de déployer des réseaux dans les grandes capitales mondiales, berceaux de l'économie numérique : New-York, San Francisco, Londres, Tel Aviv, Tokyo, Hong Kong... pour favoriser l'ancrage des start-up françaises dans ces écosystèmes innovants et dynamiques, leur donner accès à des financements qu'elles ne trouveraient pas forcément en France et favoriser les investissements croisés (des investisseurs étrangers vers la France, notamment via le French Tech Ticket qui est un pack d'accueil pour les entrepreneurs étrangers). Ainsi, le 6 septembre Axelle Lemaire s'est rendue en personne en Allemagne au salon de l'électronique IFA pour promouvoir le label French Tech à Berlin et la coopération numérique franco-allemande. Outre-atlantique, après New York, San Francisco et Austin, c'est Los Angeles qui vient d'être labellisée French Tech. Les autorités françaises entendent chouchouter leurs ingénieurs français établis aux Etats-Unis, car d'après l'Ambassade de France, un emploi créé par une start-up française aux

Etats-Unis permettrait de créer 2,4 emplois en France...

Autre destination ciblée par la French Tech : la Chine.

BusinessFrance et Bpifrance, qui soutiennent largement cette aventure française, organisent le **French Tour China 2016**.

Objectif du programme : immerger 11 start-up françaises pendant 15 jours au cœur des centres de la high tech chinoise que sont Shenzhen, Shanghai, Pékin et Hong Kong. La sélection des entreprises devait être dévoilée le 15 septembre. Les programmes de ce genre se multiplient.

Beaucoup de ces start-up risquent de disparaître

Cet élan fédérateur a donné une nouvelle dimension indéniable à l'écosystème français du numérique, désormais bien armé pour "chasser en meute". Chaque métropole communique à fond sur sa labellisation et vante les mérites de ses start-up locales qui partent à la conquête de la planète. Il ne se passe pas un jour sans que de jeunes pousses lèvent des fonds, souvent plusieurs millions d'euros ou de dollars (elles lèvent plus facilement des fonds aux Etats-Unis qu'en Europe), alors qu'elles sont encore en cours de création. Si bien que depuis deux ans, le contingent français de start-up au



CES de Las Vegas, l'événement phare de l'économie numérique mondiale, ne cesse d'augmenter. Lors de l'édition 2016, la France était le premier pays représenté devant des pays pourtant réputés pour leurs talents comme Israël par exemple.

« Mais attention au revers de la médaille de cette French Tech cocorico », avertissent certains experts. « 90% de ces start-up qui viennent au CES n'existeront plus dans trois ans » prédit Xavier Dalloz, consultant qui accompagne les grands groupes dans leur transition digitale (lire page 22). La raison serait double : beaucoup de ces nouvelles pousses de la scène numérique française feraient la course à la subvention, notamment pour exposer sur les pavillons français lors des grands événements internationaux et peu d'entre-elles seraient véritablement sur des technologies disruptives. Surtout, beaucoup oublient de penser "usage", avant "technologie". En effet, toutes les études sérieuses sur le sujet annoncent que des millions d'objets seront connectés d'ici quelques années, mais pour quelle finalité ?

Sylvain Etaix

Le numérique **priorité absolue** du gouvernement wallon

La plateforme pour la Wallonie numérique, l'agence Digital Wallonia, société anonyme de droit public se positionne en porte-drapeau de la stratégie numérique du gouvernement wallon mise en œuvre depuis fin 2015, une stratégie pour laquelle plus de 500 millions d'euros ont été mobilisés sur quatre ans.

On ne peut plus envisager le numérique comme un segment de l'économie ou une filière indépendante des autres. Tous les secteurs sont concernés par la révolution numérique et tous voient leur pérennité menacée s'ils ne s'adaptent pas aux évolutions technologiques présentes et à venir.

On ne peut échapper à la transformation du business dans les entreprises

André Blavier directeur de la communication de Digital Wallonia en est persuadé : « le redéploiement de l'économie wallonne ne se fera pas sans la transformation du business dans les entreprises. Il faut les aider en facilitant autant que possible l'apprentissage du numérique. Cela va donc radicalement modifier la manière dont elles font du business. Comme il n'y a pas de couteau suisse qui fonctionne pour travailler efficacement sur tous les secteurs, il faut donc les aider, chacune dans leur milieu à aborder l'industrie 4.0, de même que le commerce connecté ».

Sensibilisation par secteur de métier

L'un des axes de développement est de construire une démarche de sensibilisation, adaptée aux réalités de chaque secteur de métier. Il y a par exemple un programme commerce connecté pour les commerçants indépendants qui souffrent de la concurrence des grandes surfaces et d'internet. « Le premier réflexe des commerçants est de se plaindre de cette concurrence sans imaginer que, même s'ils n'ont pas de site pour vendre en ligne, ils ont tout intérêt à être néanmoins présents sur internet dans un format adapté au mobile » remarque André Blavier. Précisons quand même que l'e-commerce belge présente des taux de croissance à deux chiffres depuis 2010. Et la Wallonie entend aider les entreprises et les commerçants à se lancer dans le e-commerce en leur apportant un accompagnement spécifique et en leur mettant en main les outils adaptés.

Le numérique doit être considéré comme une filière

« Il est clair qu'on manque de compétences et de spécialistes » déplore André Blavier. « Il faut impérativement diriger les étudiants vers des filières numériques. On manque aussi de profils hybrides, techno-business qui maîtriseront des technologies de plus en plus complexes et sauront en même temps

comment les appliquer dans le quotidien de l'entreprise ».

Ne pas s'accrocher au business traditionnel

Plus on fera le changement tard, plus ce sera dur. On n'échappera pas au règne du e-business. Aussi les entreprises wallonnes sont invitées à envisager l'intégration de nouveaux services innovants comme la géolocalisation, la réservation d'articles en ligne, les promotions personnalisées. Il leur faudra pour cela accéder à un programme de formation et de coaching personnalisé, pour mettre en œuvre leur nouvelle stratégie digitale, et ceci avec l'aide de la Région et le soutien des villes.

Le digital business et tous les secteurs produiront de plus en plus sur-mesure

Il devient impossible dans une société où le numérique est omniprésent de ne pas comprendre le fonctionnement d'un environnement qui repose sur la logique algorithmique. C'est pourquoi la Wallonie lance l'opération Wallcode pour initier les élèves et les enseignants aux langages de programmation.

« L'industrie va être monstrueusement impactée » reprend André Blavier « et encore on n'est qu'au début de cette transformation. Il y aura des services



André Blavier
directeur de la
communication
de Digital
Wallonia

produits entièrement sur-mesure où seront intégrés des capteurs, à l'exemple du business de l'assurance automobile qui devient digitale : vous serez casé dans une catégorie en fonction de votre âge, de vos antécédents, de votre nombre d'années de conduite et votre cotisation en dépendra... Sachez aussi que si vous acceptez de mettre des capteurs dans votre voiture et qu'à l'usage, vous n'avez pas d'incidents, vous risquez de bénéficier d'un meilleur contrat ! De même, dans les nouveaux développements de la Silver économie, la personne qui veut rester chez elle à tout prix, devra accepter d'être entourée de capteurs sur elle et dans sa maison ».

Pour conclure, il est hors de question de se barricader contre ce raz-de-marée. Les risques et dangers concernant la vie privée sont multiples. Le business du droit va être complètement transformé par ce nouvel environnement et cette gouvernance des robots. Disons pour aller dans le sens du progrès que cela nous apportera au moins plus de sécurité. Il vous reste à comprendre la logique des robots.

Nicole Hoffmeister



Les intermédiaires commerciaux et de distribution dans le secteur IT

Quel intérêt et sous quelle forme ?

Tout comme dans bon nombre d'autres secteurs, les intermédiaires commerciaux sont souvent des facteurs essentiels de croissance des entreprises dans le secteur des technologies de l'information et de la communication. Ils permettent une expansion géographique et la pénétration de nouveaux marchés, et constituent un vecteur important d'exportation. Ils participent également à l'amélioration de l'offre grâce à leur expérience du terrain et au « feed back » qu'ils peuvent fournir à l'entreprise.

Egalement comme dans les autres secteurs, lorsque qu'il est temps pour l'entreprise de se créer un réseau de distribution, différentes formes d'organisations plus ou moins intégrées et présentant chacune des avantages et des inconvénients s'offrent à elle. Parmi celles-ci, les plus classiques sont les intermédiaires se chargeant de trouver de nouveaux clients pour l'entreprise (dont la figure traditionnelle de l'« agent commercial ») et les distributeurs (exclusifs ou non) qui achètent les produits et/ou services de l'entreprise pour les revendre à leurs propres clients. D'autres partenariats commerciaux existent, tels que la franchise, et impliquent l'élaboration de formules commerciales détaillées et des engagements complexes... en général, le premier choix se fera entre le contrat d'agence et le contrat de distribution.

Comment bien choisir? Une réponse précise et détaillée ne peut être donnée qu'au cas par cas, en considérant tous les aspects du fonctionnement de l'entreprise et les caractéristiques de ses produits et services. « Gnothi seauton » dirait Platon : le premier pré-requis est de bien se connaître soi-même. Quel est mon business modèle? Quelle est mon offre? A quel besoin répond-t-elle / quelle est sa



Philippe Laurent
Avocat - Marx Van Ranst
Vermeersch Partners
Expert marchés
à l'international agréé
par l'AWEX

Van Der Elst portrait

valeur ajoutée? Est-ce un produit, un service, ou une combinaison des deux (ce qui sera souvent le cas dans l'IT)? Quel est le degré de technicité et de « facilité de prise en main » (qui peut fortement varier d'une application ou technologie à une autre)? Quel est son cycle de vie? Quelle est la taille du marché? Qu'est-ce qui me distingue des autres, et qui me rend compétitif sur le marché? Quelle est la concurrence? Qui est le client et qui est l'utilisateur Final? Quelle relation doit être maintenue avec les utilisateurs finaux (dans l'IT, elle pourra prendre la forme de licences, de conditions d'usage, de contrats de support, maintenance et/ou mise à jour,...)?

Quel est le lien de l'entreprise avec le produit/service quand il est mis sur le marché (certains produits IT restent constamment connectés avec les infrastructures des producteurs)? Faut-il un service après-vente? Comment établir mes prix, sont-ils fixes ou récurrents? Quels sont les risques et les responsabilités de la mise sur le marché et de l'exploitation de la technologie? Quel est le cadre réglementaire (par exemple, la sécurité, la conformité, la protection des données seront des éléments clés dans l'IT)?... Plus l'entreprise pourra répondre correctement,

en nuance et profondeur à ces questions, plus elle sera à même de trouver sa voie entre l'agence, la distribution, ou tout autre partenariat, et ainsi façonner le contrat qui correspond à ses besoins.

Distinguer le contrat d'agence et le contrat de distribution

L'agent commercial est un intermédiaire indépendant chargé de façon permanente par l'entreprise (le « commettant ») de négocier, et parfois conclure des affaires au nom et pour le compte du commettant.

Le contrat de distribution (ou concession de vente) est un contrat-cadre par lequel l'entreprise (le « concédant ») s'engage envers le distributeur (ou « concessionnaire ») à conclure avec lui pendant un certain temps des ventes portant sur des produits déterminés en vue d'en promouvoir la distribution.

On le comprend vite, ces spécificités seront prises en compte pour effectuer le choix entre l'une ou l'autre formule. Ainsi, par exemple, lorsque les produits et/ou services sont coûteux, destinés à des utilisateurs



Prenons l'exemple des objets connectés, ils nécessitent souvent l'installation de logiciels, ceux-ci étant distribués accompagnés de licences. En pratique, ces licences lieront immédiatement l'utilisateur final au producteur

finaux professionnels (relation B2B) dans un marché très fermé (de grands comptes mais peu nombreux) et pouvant communiquer en anglais, et s'il n'y a en plus pas de suivi trop important, une PME pourra généralement assurer la gestion des contrats avec les clients et opter pour l'agence commerciale.

A l'inverse, dans le cas de produits et/ou services « tout public » (incluant des utilisateurs protégés par les règles locales du droit de la consommation), vendus en grand nombre (entraînant une gestion de stocks), impliquant des livraisons récurrentes et des services après-vente et/ou de l'aide à l'installation ou à l'usage (qui devront être assurés dans les langues locales), l'entreprise aura tendance à opter pour le réseau de distributeurs.

On ne vend pas du "high tech" comme on vend des stylos à bille...

La conception, l'établissement et la gestion d'un réseau d'intermédiaires n'est déjà pas chose aisée lorsque le produit offert est simple. Elles se complexifient encore davantage dans le secteur IT, entre autres, à cause de la nature des produits et services vendus.

Prenons l'exemple des objets connectés. Dans une précédente contribution, nous abordions la complexité juridique du big data et de l'« internet of things »¹. Nous y évoquions plusieurs aspects qui devraient également être bien pris en compte lors de la mise en place d'un réseau d'intermédiaires.

Les objets connectés nécessitent souvent l'installation de logiciels, ceux-ci étant distribués accompagnés de licences. En pratique, ces licences lieront immédiatement l'utilisateur final au producteur (car ce dernier désire garder un contrôle direct sur sa propriété

intellectuelle et sur le logiciel distribué). Ceci n'exclut pas l'instauration de concessions de vente, mais il s'agira de bien définir le produit (acheté et vendu par le distributeur), en y distinguant la licence qui en fera partie mais qui, quant à elle, créera un lien entre le concédant et l'utilisateur final. Parfois, les objets connectés échangent des informations avec une plateforme centrale, qui permet également de fournir des services liés à ceux-ci. Dans ce cas, la question qui pourra se poser sera de savoir qui, du producteur ou de l'intermédiaire (ou voire même du client), déploiera ladite plateforme sur ses serveurs et fournira dès lors les services complémentaires à l'utilisateur final. Dans un schéma de distribution, cela aura également un impact important sur la structure contractuelle, non seulement entre le producteur et l'intermédiaire, mais également entre l'intermédiaire et le client.

L'utilisateur de l'objet connecté générera et transférera des données qui seront souvent des « données à caractère personnel », soumises à des règles strictes devant être respectées par le « responsable du traitement ». Qui sera ce responsable du ou des traitement(s)? Le producteur, l'intermédiaire, le client, ... ou une combinaison parmi ceux-ci? La répartition des responsabilités entre les acteurs devra être clairement définie et respectée, tant du point de vue juridique que technique.

Du point de vue du droit des consommateurs (lorsqu'il est d'application), on se rend compte que les objets connectés s'accompagnent de documents multiples (licences, conditions d'utilisation, contrats de services, conformité des produits, garanties, ...) qui doivent être adaptés au droit local et traduits dans les langues du marché visé. Autant de coûts complémentaires qui devront égale-

ment être pris en compte dans la stratégie d'exportation et qui pourront également faire l'objet de clauses avec les intermédiaires. Certains objets connectés nécessitent une connexion via des réseaux de communication particuliers, généralement gérés par un ou plusieurs opérateurs locaux, et qui nécessitent la conclusion de contrats de connexion. On peut imaginer que le producteur des services laisse à son intermédiaire le soin de gérer ces aspects importants ou, au contraire, qu'il les garde à sa charge.

Plus largement, en matière de logiciel, une multitude de possibilités s'offriront selon les fonctionnalités du logiciel, sa destination, son intégration dans le système des clients, etc... Il n'est pas rare que des sociétés productrices de logiciels désignent des agents dont la mission est de vendre des licences, mais qui peuvent également fournir eux-mêmes des services d'intégration, de maintenance et/ou d'assistance.

On remarque dans ce cas la création de plusieurs contrats parallèles : outre le contrat d'agence entre le commentant et l'agent, un contrat de licence et/ou de service (par exemple de type « Software as a Service ») liera généralement le commettant et le client final, et l'agent passera quant à lui un autre contrat de service avec le client final. Parfois, il se peut même que des contrats d'agence et de distribution existent également en parallèle. Ces quelques exemples illustrent la grande diversité des situations. En pratique, chaque cas est unique et nécessite une analyse détaillée permettant une modélisation des structures contractuelles. En général, dans le respect des principes fondamentaux et des règles impératives, le droit permet d'être très créatif : le défi sera de garder les idées claires de bout en bout et d'assurer une stratégie contractuelle globale, solide et cohérente.

Orange Labs, Spark Labs, et dernièrement le French Accelerator...
Un nouveau business est en train d'émerger outre-Atlantique :
l'accompagnement opérationnel des start-up françaises sur le marché
américain. Rencontre avec Laurent Ruben, le fondateur du French
Accelerator situé dans la Silicon Beach de Los Angeles.

Le French Accelerator des start-up françaises aux Etats-Unis

Tous les matins, de 6 heures à 10h, depuis son bureau de Los Angeles, **Laurent Ruben** conduit des pitches de 45 minutes, « 20 par semaine en moyenne » précise-t-il, avec des entrepreneurs français de la french Tech, désireux de tenter l'aventure américaine. Les candidats sont légion, la sélection drastique. « Nous nous limitons à 12 sociétés accompagnées par an. Nous sommes 6 partenaires et 22 consultants qui réalisons un travail opérationnel avec une vision sur le long terme pour chaque dossier » précise ce Français, spécialiste du numérique et installé depuis une vingtaine d'années aux Etats-Unis. Pas le temps donc de s'éparpiller « afin de maintenir des prestations de qualité ».

Réseau, accompagnement, entrée au capital

Créé en 2015 et véritablement opérationnel depuis début 2016, Le French Accelerator est le dernier né sur le marché des incubateurs de start-up aux Etats-Unis, avec le Orange Labs de l'opérateur français Orange et le

Spark Labs (espace de co-working dédié aux start-up) à New York, même si la finalité et le positionnement de chacune de ces structures ne sont pas les mêmes.

Comme son nom l'indique, le French Accelerator a pour objectif de booster l'implantation de ces jeunes pousses sur le marché américain. « Dans 90% des cas, les entrepreneurs qui débarquent ici n'ont ni la culture du business, ni la connaissance, ni le réseau. Nous leur apportons tout ça. Nous nous intéressons particulièrement aux sociétés matures, ayant déjà une activité en France et agissons comme leur direction opérationnelle sur le marché américain » résume-t-il.

Direction opérationnelle

Après une première phase d'accompagnement sur le marché de 12 semaines (validation de la stratégie, obtention de visas, création de filiale, recrutement, hébergement), le French Accelerator entre au capital de la société, en tant qu'actionnaire minoritaire (souvent 5% du capital).



Laurent Ruben, fondateur et Directeur Général de French Accelerator

« Nous voulons investir en moyenne 3 millions par an » précise L. Ruben. Actuellement, 8 sociétés sont accompagnées, dont 4 avec prise de participation au capital. Cet été, le French Accelerator a dévoilé le nom des six premières start-up sélectionnées pour intégrer son programme d'incubation : Kepri (solution d'A/B testing), LAFIT (fitness incorporant un laser), Sneefr (plateforme sécurisée d'achat et de vente à des tiers de confiance), Stampe (bibliothèque collaborative online), OOlala (application de rencontres amicales) et APPYreward (logiciel de fidélisation client).

« Nous avons investi dans deux d'entre-elles, APPYreward et LAFIT. APPYreward devrait révolutionner le business de l'incentive. Le logiciel permet d'adresser des cadeaux à la bonne personne et au bon moment. Leur premier client est Oracle. LAFIT va lancer le 1er décembre à LA son premier centre de fitness intégrant du laser gamme. ». L. Ruben en est convaincu, ces deux start-up vont bousculer leur marché. Le "French flair", sans doute ?

Sylvain Etaix

Los Angeles
a été labellisée
French Tech
en avril 2016



Comment transformer une idée simple en succès commercial

l'histoire de Wistiki

Un boîtier électronique connecté à votre smartphone pour retrouver vos objets perdus. C'est le concept gagnant de Wistiki. La start-up qui a multiplié les levées de fonds et attiré l'intérêt de grands industriels, met le cap sur les Etats-Unis.

« C'est en cherchant mon chat que j'ai réalisé que tout le monde passait du temps à rechercher quelque chose : ses clés, son portefeuille etc. ». **Hugo Lussato**, alors étudiant, transforme ce constat en concept. C'est ainsi que naît Wistiki en 2013. « C'est dans le labo de Centrale Lyon qu'est né le premier prototype » rappelle ce dg de 24 ans qui navigue aujourd'hui entre Paris, New York (siège de la filiale américaine de Wistiki) et Tokyo où le concept cartonne. Wistiki est un boîtier connecté, « 100% made in France ».

Fixé sur un porte-clés, ou un collier d'animal par exemple, ce petit appareil (designé par Philippe Stark) permet, via une application sur smartphone, de faire sonner ses objets



Voilà les clés

égarés dans un rayon de 100 mètres. Simple comme bonjour ! Pour conduire aux destinées de sa start-up, H. Lussato a été rejoint par ses deux frères Bruno (26 ans), président et Théo (27 ans) secrétaire général. « Rapidement, notre entourage a trouvé le concept intéressant et novateur ».

Une première levée de fonds sur MyMajorCompany a permis de récolter 81 000 euros auprès de particuliers, « l'une des plus importantes levées pour du crowdfunding en France ».

Les conseils de Stéphane Richard et de Fabrice Brégier

« A partir de là, tout s'est accéléré » résume H. Lussato, « des investisseurs privés sont venus nous voir, un premier tour de table avec des business angels nous a permis de lever 400 000 euros ». A peine créée, Wistiki dégage déjà du chiffre d'affaires (plus de cent mille



Aha! le chat!

unités vendues à ce jour), sans charge importante et présente donc un faible risque pour les investisseurs. Une nouvelle levée de fonds est réalisée dans la foulée lorsque Stéphane Richard (patron d'Orange) et Fabrice Brégier (Airbus) ont vent de l'aventure. « Nous avons alors changé de dimension avec une levée de fonds de 1,7 millions pour une valorisation de 17 millions d'euros. Les deux industriels (qui investissent à titre privé, ndlr) nous ont apporté de précieux conseils pour avoir une vision de long terme ».

Aujourd'hui, les trois frères sont en discussion avec Bouygues. L'idée : améliorer la portée des boîtiers, via la technologie Lora utilisée par l'opérateur. Parallèlement, Wistiki, dont les ventes sont réalisées en ligne, vise les Etats-Unis. « Nous sommes en négociation avec une grande chaîne de distribution qui possède plus de 1000 magasins. Nous réfléchissons à ouvrir un point de vente pour les fêtes de Noël ».



Hopla! le portefeuille

En Europe, les boîtiers (50 euros l'unité) sont commercialisés au Bénélux en attendant la Grande-Bretagne et l'Allemagne. Wistiki sera présent au CES 2017, « nous présenterons notre dernier modèle "Hopla" » explique H. Lussato. Une carte de crédit connectée à mettre dans tous les portefeuilles...

Sylvain Etaix



Kristy Sparrow

La plateforme **Goomeo** séduit les visiteurs des salons

Préparer sa visite d'un salon, savoir qui on va rencontrer, consulter le plan, s'inscrire aux conférences, pouvoir prendre rendez-vous en direct avec d'autres visiteurs ou clients potentiels, tout cela est possible en quelques clics sur son portable. Une simplicité d'utilisation qui, Franck Auzanneau, le créateur de Goomeo, ne le cache pas, exige un travail acharné et des recherches permanentes.

Pionnier des High Tech, plongé dans les réseaux, les systèmes, Franck Auzanneau ne se perd néanmoins pas dans la techno pour la techno. La recherche le passionne et il se donne toujours de nouveaux challenges avec sa société Goomeo. « Notre produit s'enrichit de nos clients » proclame-t-il. Nous analysons les besoins exprimés par les organisateurs de salons et nous cherchons à savoir si les demandes seront utiles à la majorité, avant de travailler sur les améliorations techniques. Son application mobile connectée dédiée à l'événementiel est applaudie par tous les organisateurs de salons en France et dans le monde. « Pas de doute » dit Franck, « c'est parce que nous cherchons à mettre au point pour chacun le produit qui donnera accès à la technologie, à un coût maîtrisé et parfaitement adapté à son métier et à ses exigences ».

On est là pour aider les gens à se rencontrer

« Pour moi, les technologies sont au service de l'humain. Tout en ayant le libre arbitre, on ne peut se passer de l'outil informatique. Mais attention, il ne faut pas vouloir tout virtualiser. Pour nous, quel que soit l'événement, on est dans la rencontre, on vise la poignée de mains » répète Franck.



Franck Auzanneau – PDG de Goomeo

L'idée a fait son chemin depuis la création en 2007, d'un jeu vidéo du même type que le Pokemon Go ! mais commente-t-il, « on était trop en avance pour séduire le grand public qui n'était pas assez équipé, et puis il fallait des financements... Ce n'est qu'en 2008 que l'i-phone est arrivé sur le marché. On a continué à chercher et on a créé l'appli qui permettait aux gens d'échanger des données, de s'envoyer des messages....

Avoir de grands partenaires comme Comexposium, le Groupe Moniteur, Reed, c'est une carte de visite !

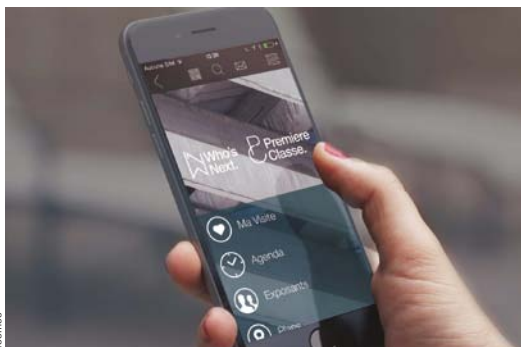
Mais ce n'était qu'un début, Franck et ses associés avaient des innovations à proposer aux organisateurs de salons qui cherchaient des solutions. Ils créent la société Goomeo avec l'aide d'un investisseur privé. L'affaire est lancée avec Reed puis les plus gros organisateurs qui viennent les chercher. Les commandes arrivent : Foire de Paris, Mondial de l'automobile, Pollutec...



La société est maintenant complètement tournée vers l'international et sert de nombreux salons à l'étranger : Grande-Bretagne, Québec, Allemagne, Espagne, Pologne. Les USA, représentant le plus gros marché pour un organisateur de salons, requièrent une stratégie d'attaque spécifique et un plan de bataille en train de mûrir. Imaginons que dans la seule ville de Chicago, se tiennent 149 salons chaque année ! Les Emirats font aussi l'objet d'un plan spécifique avec la détection du bon partenaire local, mais là, le marché est encore plus porteur, ne serait-ce qu'avec les organisations de grands événements, mariages ou célébrations qui nécessitent une organisation savante pour des milliers de personnes.

Ayant vérifié que son produit était utile et accepté, F. Auzanneau va tout faire pour favoriser la bonne marche et la réussite des événements, et travailler sur toutes les innovations complémentaires qu'il a testées jusqu'à maintenant, comme la borne interactive ou encore la plateforme de rendez-vous. Il a mis en place une agence de RP, cherche à faire des partenariats, entame une levée de fonds et passe à l'action pour être à la hauteur des challenges qu'il se donne en permanence.

Nicole Hoffmeister





Corée du Sud / Union Européenne A qui profite l'ALE ?



Le 1er juillet 2016 a marqué les 5 ans de la mise en place de l'accord de libre-échange (ALE) conclu entre l'Union européenne et la Corée du Sud. A qui profite-t-il ? A en croire un récent rapport du 30 juin 2016 de la Commission européenne, cet accord fonctionne plutôt bien, et dans les deux sens. En effet, les exportations européennes de marchandises à destination de la Corée ont augmenté de 55% (chiffres arrêtés en 2015 par rapport aux 12 mois qui ont précédé l'entrée en vigueur de l'accord). Dans le même temps, les exportations coréennes ont elles aussi progressé, mais dans une moindre mesure, ce qui s'explique en partie par la faible demande européenne sur cette période. « Si l'on observe toutefois l'évolution du commerce bilatéral de marchandises libéralisé en tout ou partie par l'ALE, la situation semble bien plus favorable pour la Corée, qui affiche une hausse de 35 % des exportations de marchandises totalement libéralisées et de 64 % des exportations de marchandises partiellement libéralisées à destination de l'Union ». Au total, et pour se repositionner dans une perspective européenne, « le déficit commercial de 7,6 Mds d'euros de l'UE avec la Corée avant l'entrée en vigueur de l'ALE s'est transformé en excédent commercial de 7,3 Mds d'euros durant la quatrième année de l'accord » souligne le rapport. Il semblerait donc que l'ALE profite aussi bien aux Coréens qu'aux Européens ! Mais tout n'est pas parfait : certains problèmes persistent (mesures sanitaires et phytosanitaires, droits de la propriété intellectuelle, protection des indications géographiques par exemple). Les deux partenaires maintiennent leurs discussions afin « de parvenir à des résultats équilibrés et mutuellement acceptables ».

Sylvain Etaix



Un débouché commercial majeur pour les Pme européennes

La Corée du Sud séduit toujours autant les entreprises européennes, notamment les Pme. Les secteurs porteurs sont nombreux dont l'agro-alimentaire. L'année France Corée (2015-2016) a donné une nouvelle impulsion aux échanges commerciaux entre les deux pays. La cave de Die Jaillance et les Bois d'Harmonie témoignent de leurs expériences.

« Dans le secteur agro-alimentaire et l'art culinaire, beaucoup d'exportateurs français s'intéressent au marché sud-coréen. De jeunes Coréens veulent se former dans les écoles de cuisine française. Ce n'est qu'un des aspects de la vitalité de l'économie sud-coréenne » explique Isabelle Younglan Hahn, chargée d'affaires internationales pour le CIC, au cours d'une rencontre à la Chambre de commerce et d'Industrie de la Drôme devant un parterre d'entreprises régionales : Boiron Frères, Ceralép, Retex avocats, Vertéole éoliennes etc...

Fort dynamisme économique

Treizième économie mondiale en 2014, la Corée du Sud est membre de l'OCDE depuis 1996 (et du G20). Le pays affiche une base solide et un fort dynamisme économique avec + 2,6 % de croissance en 2015 et un potentiel à moyen terme de 3% à 4% de croissance annuelle ces prochaines années. La main d'œuvre coréenne est qualifiée de « bon marché » et les autorités poursuivent une politique d'investissement tous azimuts.

L'année France - Corée 2015-2016 (qui marque la célébration du 130ème anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques entre les deux pays) donne un nouvel élan à la coopération bilatérale dans tous les domaines : économique, culturel, universitaire et scientifique, touristique ou encore gastronomique. Plusieurs centaines d'évènements, placés sous le signe de la créativité sont organisés dans ce cadre. Au-delà des flux commerciaux, les entreprises françaises ont massivement investi en Corée du Sud.

La France est le 4ème pays investisseur avec un montant cumulé de 7 milliards de dollars d'investissements. Environ deux cents sociétés françaises de tous secteurs sont implantées localement. Elles génèrent un chiffre d'affaires d'environ 10 milliards d'euros et emploient plus de 30.000 personnes. BNP a investi près d'un milliard d'euros dans le capital du groupe financier Shinhan, Total s'est associé à Samsung General Chemicals, Renault a racheté la division automobile de Samsung... Les secteurs porteurs, selon Isabelle Younglan Hahn : le marché agro-

alimentaire et les boissons alcoolisées, le luxe, les TIC ou encore les énergies renouvelables et véhicules électriques, le développement durable étant une priorité nationale.

“Le marché coréen comme un tremplin pour l'Asie”

« Avant de s'installer en Corée du Sud, il est préférable de prévoir un interprète de conférence, d'avoir recours à un avocat pour rédiger un contrat de qualité pour déposer ses droits de propriété industrielle qui génèrent d'importants coûts. Il faut utiliser un importateur local ou national. Travailler avec un grossiste à Taïwan peut également être une bonne solution » recommande Isabelle Younglan Hahn.

La cave de Die Jaillance spécialisée dans les vins effervescents (35 millions de chiffre d'affaires, dont 15% à l'exportation) a démarré l'exportation en Corée du Sud en 2010. La cave exporte sa Clairette de Die, un vin mousseux à base de Muscat sans alcool.

France-Corée accord de coopération

Dans le cadre de la visite officielle en France de la présidente de la République de Corée, Geun-Hye Park, célébrant le 130ème anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques entre les deux pays, la CCI de Corée (KCCI), la CCI française en Corée (FKCCI) et la CCI Paris Ile-de-France ont signé, le 2 juin 2016, un accord tripartite de coopération et d'entraide entre les trois institutions. Via cet accord, les CCI partenaires s'engagent à développer leur coopération et à élargir leurs services respectifs auprès des communautés d'affaires des deux pays. Pour la CCI Paris Ile-de-France, la Corée du Sud est un pays prioritaire dans ses actions d'accompagnement des entreprises à l'international. La France est en effet le 3ème fournisseur européen de la Corée, derrière l'Allemagne et le Royaume-Uni et ses exportations sont bien positionnées, notamment dans les secteurs des biens de consommation et de l'agro-alimentaire.





Pierre-Louis Berger

Elle considère le marché coréen comme un tremplin pour l'Asie comme l'explique **Claude Athimon**, responsable export à la Cave de Die Jaillance (en photo).

« La Corée est un petit marché où nous exportons environ 15 000 bouteilles / an. Il est difficile d'y percer compte tenu de la forte concurrence. L'Australie et la Nouvelle-Zélande bénéficient d'accords douaniers préférentiels avec des taxes moins élevées à l'exportation. Les vins italiens et espagnols avec le Prosecco (vin blanc effervescent, ndlr) et le Cava sont très présents sur les linéaires grâce à une forte politique de marketing et une demande croissante des consommateurs sud-coréens ». Les vins de Die Jaillance sont moins méconnus. « On ne fait pas de vente, de marketing et de dégustation dans les grandes surfaces » poursuit Claude Athimon. « Notre présence



Jaillance

est beaucoup plus forte et pérenne dans les magasins Duty Free des aéroports. On y vend nos hauts de gamme en Clairette de Die et nos Crémants. Nos produits sont très packagés et plaisent aux consommateurs. J'ai des clients réguliers en Corée du sud. C'est un marché stable ».

Bois d'Harmonie séduit les luthiers sud-coréens

Autre exemple : le **Bois d'Harmonie**. Cette petite entreprise s'est tournée vers fabrication d'accessoires pour les instruments de musique de quatuor, violon, alto et violoncelle. En 2009 **Raphaël Thirion** a racheté l'entreprise qui exportait déjà en Corée du Sud et au Japon auprès des luthiers. « Nous avons des accords avec plusieurs revendeurs ainsi que de gros ateliers coréens » explique-t-il. « Les musiciens coréens adorent jouer avec nos instruments, nos accessoires de musique fabriqués en bois, un bois très solide. Nous avons acquis une notoriété en Corée du Sud grâce à notre implantation au Japon. C'est un marché de niche où nous apportons la qualité de notre artisanat » assure avec fierté le dirigeant, qui poursuit : « les luthiers sont plus mobiles, c'est la particularité de la



Bois d'Harmonie

Fabrication d'une mentonnière

Cordier sculpté en bois



musique classique. Ils peuvent devenir des prescripteurs. Un client grossiste japonais nous a aidés à nous installer sur le marché coréen. Les musiciens coréens et japonais sont très demandeurs de nos articles haut de gamme. Les échanges sur le plan douanier sont faciles en raison des accords entre l'Union européenne et la Corée du Sud ».

Pierre-Louis Berger

L'importance du statut d'exportateur agréé pour vendre en Corée du Sud

Le 1er juillet 2011, la Corée du Sud et l'Union européenne ont conclu un accord de libre-échange (ALE). Il permet pour les exportateurs français détenteurs du statut d'exportateur agréé, de faire bénéficier à leurs clients coréens des droits de douane réduits ou nuls. Ce statut (EA) est valable pour les factures et les envois d'une valeur supérieure à 6000 €. Faute de ce statut, les droits de douane peuvent s'élever jusqu'à 8%. Le statut d'exportateur agréé tend à se généraliser en Corée du Sud. Pour le mettre en œuvre : il faut une déclaration préalable d'origine, un document unique à envoyer à la douane, laquelle délivre à l'entreprise un numéro d'autorisation douanier à reporter sur les factures. La déclaration d'origine est la seule preuve d'origine valable dans le cadre de l'accord UE- Corée du sud » détaille Marlène Mouveroux de la CCI de la Drôme.

PLB



C. Gaudin

Un marché jeune à fort potentiel pour **Cefaly Technology**

La société liégeoise Cefaly Technology, qui a mis au point le premier appareil de neurostimulation crânienne externe au monde pour le traitement et la prévention des migraines, le Cefaly®, a vu s'ouvrir les portes du marché coréen.

Un important contrat de partenariat portant sur la distribution, le marketing et la promotion scientifique du Cefaly® a été conclu en 2015 avec la société pharmaceutique coréenne **MediFocus Co Ltd**. Cette société coréenne, fondée en 2003 et basée à Séoul, possède une expérience de premier plan dans la distribution et le marketing de produits pharmaceutiques et de dispositifs médicaux en Corée du Sud. La société réalise un chiffre d'affaires annuel de près de 7 millions de dollars US et occupe 25 employés. Très proche du marché du consommateur, elle travaille également en étroite collaboration avec les key opinion leaders du pays.

La convention de partenariat signée porte sur un montant global d'un peu plus de 4 millions d'euros sur trois ans avec une première commande directe de 5 000 dispositifs. 10 000 sont prévus à la vente durant la première année de commercialisation et 12 000 durant la seconde. « La Corée du Sud représente un marché jeune à fort potentiel pour notre entreprise », déclare **Pierre Rigaux**, CEO de Cefaly Technology. « Y être présent, de manière raisonnée, était une opportunité à ne pas manquer. Nous avons pu saisir et concrétiser un partenariat fort avec la société

coréenne. J'en suis d'autant plus heureux que celui-ci est né d'un contact spontané de notre partenaire après l'autorisation octroyée par la FDA (Food & Drug Administration) aux Etats-Unis. Preuve, s'il en est, que la renommée de notre société grandit dans le monde et dépasse notre microcosme économique. »

Prévention et traitement de la migraine

La PME liégeoise a été fondée en 2004 par Pierre Rigaux, docteur en médecine de l'Université de Liège, et Pierre-Yves Muller, docteur en physique de l'Université de Lausanne. Le projet est initié en 2005. Une série de recherches techniques et cliniques sont lancées pour mettre au point une nouvelle technologie qui rend possible la neurostimulation crânienne de façon non-invasive. Lancé en 2008, le Cefaly® est le premier appareil de neurostimulation crânienne externe au monde. Dès son lancement, il rencontre un vif succès. L'amélioration de la qualité de vie qu'il apporte au patient lui fait bénéficier d'un effet rapide. C'est une technique utilisée depuis plusieurs années en neurologie, mais elle était appliquée au moyen de neuro-stimulateurs implantables de type pacemaker. Le dispositif médical est une innovation technologique issue de la recherche menée par la société à Liège. Il est entièrement fabriqué en Wallonie. Simple d'utilisation, léger, économique et confortable, il est indiqué dans la prévention et le traitement, non-invasif et non-médicamenteux de la migraine.

« Etre présent en Corée du Sud est une opportunité à ne pas manquer »



Nouvelle génération du Cefaly actuellement disponible l'année prochaine en Corée.

En janvier 2014, il est reconnu pour son efficacité thérapeutique par la communauté scientifique internationale. Il a été développé en collaboration avec l'Université de Liège. Le Cefaly est protégé par une série de brevets notamment aux Etats-Unis. Il possède le marquage CE Médical et est certifié iso Medical. Il est aujourd'hui distribué dans plus d'une trentaine de pays. D'autres développements du dispositif sont actuellement en cours.

Après l'autorisation de mise sur le marché octroyée au printemps 2014 par la FDA aux Etats-Unis, la réputation de l'entreprise liégeoise a progressivement gagné d'autres marchés. Différents partenariats ont été conclus de par le monde pour la promotion et la commercialisation du dispositif, notamment en Arabie Saoudite et au Brésil. Une filiale a été ouverte aux Etats-Unis. Le produit a été lancé en Scandinavie, aux Philippines et en Grèce. Un contrat de distribution a été signé à Taiwan. Cefaly Technology a fêté ses dix ans et clôturé l'année en doublant son chiffre d'affaires. En 2016, un contrat de 16 millions d'euros a été signé avec une société japonaise. La belle aventure de l'entreprise liégeoise qui soulage les migraineux se poursuit.

Jacqueline Remits

Pierre Rigaux, CEO de Cefaly Technology



Cefaly Technology

François Sarr & Associés

SOCIÉTÉ CIVILE PROFESSIONNELLE D'AVOCATS

Bref historique du Cabinet

Le cabinet a été fondé en 1920 par Maître Etienne REYSS auquel ont succédé, en association, Maîtres Raymond GABOLDE et Pierre Michel REYSS. Maître Adel FAKRY puis Maître François SARR ont tour à tour rejoint l'association.

En 1994, Maîtres François SARR, Benoit SARR, Moustapha FAYE et Dominique PICARD ont créé la Société Civile Professionnelle d'Avocats « FRANCOIS SARR & ASSOCIES ». Puis, Maîtres Ndèye Khady SAMB et Mbaye GUEYE ont rejoint la SCP, respectivement en 2000 et 2001, laquelle compte aujourd'hui 6 Avocats Associés, 6 Avocats Collaborateurs et plusieurs juristes internes.

Clientèle principale du cabinet

- 1 – BANQUES ET ETABLISSEMENTS FINANCIERS
- 2 – SOCIÉTÉS D'ASSURANCES
- 3 – SOCIÉTÉS INDUSTRIELLES ET COMMERCIALES
 - industrie
 - pétrole
 - commerce
 - transports aériens
 - transports maritimes
 - travaux publics - bâtiments
- 4 – MULTINATIONALES ET SOCIÉTÉS ÉTRANGÈRES

Principaux domaines de compétence

La composition et l'organisation du cabinet lui permettent d'assurer à sa clientèle, dans des domaines très variés, une assistance dans la négociation, la rédaction et la conclusion des contrats et, de façon plus générale, dans la gestion des risques liés au commerce juridique. Il assure également le suivi des contentieux devant les tribunaux et les juridictions arbitrales.

Les principaux domaines de compétence sont : le contentieux, l'arbitrage, la médiation dans toutes les matières du Droit des Affaires, notamment, le droit financier, le droit bancaire, le droit social, le droit de la propriété intellectuelle et industrielle, le droit des transports maritimes et aériens, le droit des assurances, le droit de la concurrence, le droit des sociétés, le droit des concessions, le droit fiscal, le droit des mines et de la recherche pétrolière.

Depuis plusieurs années, le cabinet est intervenu en qualité de conseil juridique de bailleurs de fonds internationaux comme nationaux, dans des projets de première importance intéressant, entre autres, le financement des plus grandes sociétés sénégalaises et des petites et moyennes entreprises notamment dans les secteurs de l'électricité, de l'eau, des mines, des infrastructures.

Le cabinet est également intervenu dans d'importantes études d'environnement juridique au Sénégal dans les domaines de la Finance, des Procédures Collectives, de la Concurrence et de la régulation.

Le cabinet a une expérience solide en matière de constitution de sociétés ou de succursales au Sénégal, de fusions et acquisitions. Il a aussi de l'expérience en matière de privatisations et de projets de production indépendante d'énergie électrique, de partenariats public-privé.



François Sarr & Associés

SOCIÉTÉ CIVILE PROFESSIONNELLE D'AVOCATS

33, Avenue L.S. Senghor – BP 160 – Dakar – Sénégal

Tél. (221)33 889 97 50 / Fax (221) 33.821.66.59

Email : sarrasso@yahoo.fr / sarrasso@sarrasso.com



Uruguay

un exemple de stabilité

Quoique six fois plus grand que la Belgique, l'Uruguay est un petit pays coincé entre deux géants, l'Argentine et le Brésil : 3.400.000 habitants – à peu près comme la Wallonie – dont plus du tiers vivent dans la zone urbaine de la capitale, Montevideo. 20% seulement de la population vit dans les campagnes.

Cela ne signifie pourtant pas que l'agriculture ne soit pas importante. Au contraire ! Le secteur agricole représente près de 10 % du PIB. Les terres uruguayennes sont fertiles et produisent blé, soja, légumes et vins et l'élevage - bœuf, porc, mouton - est réputé. On trouve d'ailleurs très souvent le steak uruguayen à la carte des grands restaurants de viande européens.

L'économie uruguayenne repose aussi sur l'industrie (22,5 % du PIB) et les services (68%), en particulier les secteurs de la finance et du tourisme. Ce n'est pas pour rien si l'Uruguay fut appelé « la Suisse de l'Amérique du Sud » dans les années cinquante du siècle passé.

Une économie en croissance constante

Au début des années 2000, l'Uruguay a souffert de la grande crise financière du voisin argentin mais depuis 2004, l'économie du pays est en croissance constante, malgré des variations liées à la situation mondiale : plus 6 % entre 2004 et 2008, 4,4 % en 2013, 2,8 % en 2014, 1 % en 2015 mais une prévision de 1,9 % en 2016. Cette prospérité explique que le taux de chômage soit relativement bas, à 6,2 %, même si la vigilance est de mise en ce qui concerne la compétitivité des produits

uruguayens sur les marchés internationaux en raison des coûts salariaux et de la bonne santé du peso par rapport au dollar.

Socialement, l'Uruguay a toujours été un pays d'avant-garde, qui a même inspiré les démocraties scandinaves dans les années trente. Le seul véritable bémol actuel est l'inflation qui a atteint 8,7 % en 2015.

Néanmoins, les données macroéconomiques sont favorables et ce pays stable est en outre un point d'ancrage idéal pour rayonner dans la région. L'Uruguay est en effet membre fondateur du Mercosur, le marché commun d'Amérique du Sud qui comprend aussi l'Argentine, le Brésil, le Paraguay et, depuis peu, le Venezuela. Montevideo, port-franc sur l'Atlantique, ambitionne d'ailleurs de devenir le port logistique des pays du Mercosur, ce qui, soit dit en passant, ne plaît guère aux autorités de Buenos Aires, sur l'autre rive du Rio de la Plata.

Au niveau politique, l'Uruguay est loin de l'image souvent perturbée des républiques sud-américaines. Les dernières années du vingtième siècle ont certes été marquées par la guérilla des fameux Tupamaros mais depuis lors, dans ce domaine aussi, c'est la stabilité qui prévaut.

Un pays propice aux affaires

Depuis 2005, le pays est dirigé par un gouvernement de gauche. Le premier président de gauche de l'histoire du pays, Tabaré Vasquez a été réélu en 2015 avec 52 % des voix. Entre 2010 et 2015 – la constitution interdit deux mandats présidentiels successifs – le pays a été gouverné par un président atypique, José Mujica, un ancien tupamaro, qui conduisait lui-même sa vieille VW coccinelle...

Symbole de cette stabilité, l'Uruguay est classé à la 21ème place du democracy index. Parmi les autres états d'Amérique latine, seul le Costa Rica, 26ème, fait aussi partie des pays les plus démocratiques de la planète.

C'est ce pays propice aux affaires que l'AWEX se propose de prospecter à la fin du mois d'octobre. « Il y a quelques mois, explique Sylvianne Vanbocquestal, business development manager à l'AWEX pour l'Amérique Latine, quatre hauts responsables uruguayens ont été invités à Bruxelles afin de faire l'inventaire des possibilités d'exportation pour les entreprises wallonnes. Les opportunités sont réelles, nombreuses et variées dans la construction, les infrastructures, le transport et la logistique, l'agroalimentaire, l'énergie, l'environnement et la santé. »



Le port de Montevideo

Crédit D.R.



Crédit D. R.

Montevideo, capitale et plus grande ville de l'Uruguay. Elle accueille le siège du Mercosur. Montevideo est considérée comme la ville d'Amérique latine où la qualité de vie est la plus élevée et fait partie des 30 villes les plus sûres du monde.

Synthèse des opportunités

- programme public de 2,5 milliard \$ pour les infrastructures ferroviaires et routières, développement des terminaux portuaires de Montevideo et Nueva Palmira, à l'extrémité intérieure du Rio de la Plata
- construction de logements sociaux mais aussi d'hôtels haut de gamme et investissements privés importants des grandes sociétés industrielles de la cellulose
- énormes besoins en infrastructures, logistique et transport multimodal, matériaux et biens d'équipement, consultance, ingénierie pour l'amélioration de la productivité et de la qualité, analyse des risques et contrôle technique
- dans le secteur ferroviaire, le SLF (Servicios Logísticos Ferroviarios) souhaite développer le fret et la Banque de développement d'Amérique lui a accordé un prêt de 45 millions \$ pour l'investissement dans le matériel roulant (achat et rénovation de locomotives et de wagons, acquisition de wagons de marchandises adaptés au transport du soja ou du riz), dans les technologies des systèmes ferroviaires, dans la formation des conducteurs et dans l'entretien du matériel
- équipements agricoles, engrais, insecticides, génétique et produits vétérinaires dans le secteur agroalimentaire

- en matière d'environnement, traitement des eaux et des déchets, valorisation des boues, stations d'épuration, équipements et sous-traitance
- dans le secteur de l'énergie, grâce à l'hydroélectricité, l'énergie éolienne et solaire, et la biomasse, l'objectif est d'atteindre 50 % de renouvelable en 2020 mais il existe aussi des projets de centrales thermoélectriques à cycle combiné et depuis mars 2016, l'Uruguay fait explorer une zone pétrolière à 3400 m dans l'Atlantique, la plus profonde du monde, à 250 km au large de ses côtes.
- enfin, dans le domaine de la santé, la demande est forte en équipements médicaux et produits pharmaceutiques.

Sous certaines conditions, notamment des partenariats public-privé, des exonérations fiscales sont accordées pour la construction de logements sociaux. C'est aussi le cas dans les zones franches.

En un mot comme en cent, les opportunités sont réelles et nombreuses mais la concurrence est rude : les principaux fournisseurs de l'Uruguay sont dans l'ordre la Chine, le Brésil, l'Argentine et les Etats-Unis. Excusez du peu...

La mission de l'AWEX arrive à point nommé, c'est le moins que l'on puisse dire !

Alain Braibant

SEE Télécom en Uruguay

Une société wallonne connaît bien l'Uruguay. SEE (Signal Engineering & Electronics) Télécom, qui emploie 85 personnes à Braine-l'Alleud, a implanté un bureau à Montevideo. « Notre bureau est installé dans les locaux d'une société partenaire. Actuellement, nous ne vendons pas nos produits en Uruguay, explique le directeur commercial, **Jérôme Buquet**, mais l'Uruguay est une excellente base arrière pour pénétrer les marchés d'Amérique du Sud. Notre spécialité est la mise au point de solutions optimales pour la couverture radio dans des milieux confinés comme les tunnels routiers ou ferroviaires, les métros et les bâtiments publics tels que gares et aéroports. Afin que les communications radio des services de sécurité comme la police ou les pompiers y soient les meilleures possibles en cas d'incident, ce qui est particulièrement d'actualité. Nous avons équipé des tunnels en France, en Norvège, en Slovénie et au Moyen-Orient, le nouvel aéroport de Munich, les métros d'Amsterdam et de Lille. Pour l'instant, au départ de l'Uruguay, nous visons des marchés en Argentine, au Brésil, au Chili, au Pérou et en Colombie. »

EVS des ralentis en pleine

Depuis sa création, la société EVS, spécialisée dans les ralentis d'images, a toujours surfé sur les grands événements sportifs, mais pas seulement, pour faire bondir son carnet de commandes. Avec l'Euro de Football et les Jeux Olympiques, elle dope encore sa croissance !

EVS plonge ses racines dans le monde dynamique et rapide de la télévision sportive. Cette entreprise liégeoise bien connue est spécialisée dans la fabrication de serveurs vidéo destinés à l'enregistrement d'images professionnelles sur supports informatiques et de leur traitement : ralentis et rediffusion instantanés d'images, enrichissement de contenus par adjonction de métadonnées, diffusion sur tous types de plateformes, etc. Dans les années 1990, le système LSM (Live Slow Motion) a révolutionné la diffusion en direct. Il a si bien grandi qu'il est devenu la technologie standard de ralentis dans le monde entier. « Nos produits ont considérablement évolué », souligne **Geoffroy d'Oultremont**, porte-parole d'EVS. « Ils sont basés sur la plateforme de production et de diffusion XT, pour s'intégrer de façon transparente aux technologies les plus utilisées dans la production télévisée. Nos solutions sont également idéales pour assurer la migration vers la ultra haute définition. »

Les produits d'EVS sont utilisés à très large échelle au cours de divers grands événements sportifs mondiaux (Coupe du monde de foot-

ball, Euro Foot, rugby, NFL ou NBA aux Etats-Unis, Jeux olympiques...), dans les grands studios du monde entier (BBC, NBC, France 2, Sky, RTL-TVi, CCTV...) et sont présents dans presque tous les grands cars du monde.

Des produits en perpétuelle évolution pour un marché mondial

La société développe et produit notamment le serveur vidéo XT3 en perpétuelle évolution. « Il reste le cœur de l'offre d'EVS. » Les outils servant à le contrôler, LSM et IPDirector, permettent de réaliser des diffusions de grande qualité. « Ils peuvent servir à faire des résumés, à préparer des reportages pour les informations, être retraités pour des programmes sportifs, ou encore archivés. Nos clients, les chaînes télévisées, les diffusent via la télévision, mais également via les autres écrans (tablettes, smartphones, etc.). Nous avons développé une série de produits pour aider nos clients à avoir une approche de la vidéo au goût du jour. » Il existe plus de 6 000 serveurs XT3 répartis de part le monde utilisant ou pas le contrôleur LSM.

Les sports, le divertissement et les informations

EVS a adopté une stratégie d'approche de marché qui s'articule autour de trois types de contenus-clés : les sports, le divertissement et les informations. Chacun de ces marchés dispose d'une certaine flexibilité afin de mieux cibler les besoins des clients, tout en continuant également à développer des fonctionnalités spécifiques ajoutées aux solutions centrales. Les chaînes de télévision investissent pour évoluer vers des processus de production plus efficaces, profitant de la flexibilité offerte par les technologies numériques.

EVS tire également parti d'autres facteurs de croissance. C'est le cas du passage de la définition standard à la haute définition et à la ultra-haute définition, de la demande croissante d'outils de production à distance, des évolutions rapides dans les marchés émergents, de la diffusion sur d'autres écrans (tablettes, smartphones, etc.) et sur le web. Ajoutons une focalisation accrue des télédiffuseurs, de la télévision par Internet et des annonceurs sur les grandes retransmissions sportives et les shows de divertissement populaires pour attirer de nouveaux téléspectateurs. Les technologies en constante évolution des caméras et des écrans font de l'industrie de la télévision une industrie en perpétuel mouvement et qui doit toujours se réinventer. « Et aussi le fait que les chaînes de télévision proposent toujours plus de sport, plus de direct. »

EVS aux quatre coins du monde

En 2015, le chiffre d'affaires était de 118 millions d'euros pour un groupe qui emploie environ 500 personnes répartis dans une vingtaine de bureaux à travers le monde. Si le site de développement et de production



accélération



« Nous avons développé une série de produits pour aider nos clients à avoir une approche de la vidéo au goût du jour ».



est installé à Liège, quatre sites de développement s'y ajoutent, à Toulouse pour la gamme OpenCube, à Paris pour Epsio, à Bruxelles pour MediArchive Director et à Weiterstadt (près de Francfort) pour Dyvi. EVS compte également des bureaux commerciaux et de support technique à Londres, Los Angeles, New York, Dubaï, Mexico, Paris, Munich, Madrid, Brescia, Pékin, Hong-Kong, Sydney et Bombay.

« Les solutions dans le marché des cars de régie TV, les premiers clients d'EVS, représentent encore aujourd'hui plus de la moitié des ventes du groupe dans le monde. Depuis 2006-2007, nous avons mieux structuré notre offre pour alimenter d'autres programmes, notamment dans les chaînes de télévision. Ce sont surtout ces nouveaux marchés qui ont tiré la croissance d'EVS, ainsi que le développement de nouveaux produits qui répondaient à l'évolution des besoins et des technologies. Enfin, des fédérations sportives louent nos systèmes pour leurs besoins temporaires (Coupe du monde, Euro Foot, etc.). »

Du côté des différents marchés, de belles performances ont récemment été enregistrées en Amérique et en Asie-Pacifique. Le carnet de commandes du groupe liégeois a presque doublé en un an grâce à l'Euro 2016 et aux Jeux Olympiques de Rio.

« Dans ce contexte, nous prévoyons que les ventes 2016 se situent entre 120 et 140 millions d'euros. Nous aurons donc de la croissance ! » conclut Geoffroy d'Oultremont.

Jacqueline Remits

Une histoire mouvementée

La vie d'EVS n'a pas toujours été un long fleuve tranquille. Elle est créée dans les années 1980 par Laurent Minguet et Pierre L'Hoest. Leur objectif est de développer des enregistreurs vidéo numériques à disque dur. En 1996, EVS décroche un important contrat pour équiper les Jeux Olympiques d'Atlanta pour les ralentis. Les chaînes de télévision du monde entier sont convaincues par la technologie. En 1998, la société fournit tous les enregistreurs numériques de la Coupe du Monde de football en France, entre en Bourse et reçoit le Grand Prix Wallonie à la grande exportation. En 2000, elle est élue Entreprise belge de l'année. Par la suite, la société sera souvent récompensée par des prix internationaux. Les deux fondateurs quittent tour à tour la société. En 2010, EVS acquiert la société française OpenCube Technologies, spécialisée dans les solutions technologiques de média MXF.

En 2014, **Muriel De Lathouwer**, membre du conseil d'administration d'EVS et présidente du comité stratégique de la société, est nommée CEO ad interim. Fin 2014, EVS acquiert la société Scalable Video System GmbH (SVS) qui développe les mélangeurs vidéo Dyvi. En février 2015, Muriel De Lathouwer est confirmée comme administrateur déléguée et CEO de la société. Avant de rejoindre EVS, elle a passé vingt ans dans les industries télécom, high-tech, IT et média. Ingénieur civil en physique nucléaire de l'ULB, elle détient un MBA de l'Insead à Paris. Elle entame sa carrière comme consultant IT chez Accenture, suivie de sept années chez McKinsey à Bruxelles où elle apporte des conseils sur des questions de stratégie pour des opérateurs TV et télécom importants ainsi que des sociétés médias et high-tech partout dans le monde. Elle est ensuite chief marketing officer et membre du comité exécutif de l'opérateur télécom mobile Base. Elle est membre de Women on Board, réseau belge et européen rassemblant des femmes membres de conseils d'administration. Toujours discret et dans l'ombre, Michel Counson, un des piliers d'EVS depuis sa création, détient toujours 6,5 % du capital, en est encore en charge des développements hardware de la plateforme XT.

Retour de mission **Israël & Palestine**

Au début du mois de mai, le Ministre-Président Paul Magnette s'est rendu en Israël et en Palestine. A travers des rencontres de hauts dirigeants politiques des deux états, de visites d'universités et d'entreprises M. Magnette a pu faire le point sur les différentes collaborations présentes et à venir avec la Wallonie.

A son arrivée en Israël, le **Ministre-Président (MP) Paul Magnette** a rencontré le **Ministre de l'Energie et des Infrastructures, Yuval Steinitz**, ancien responsable du service du renseignement israélien. Ce dernier a pu aborder les raisons du succès du modèle économique de l'état hébreu, notamment dans les biotechnologies.

M. Magnette a ensuite rencontré **Ron Huldai, le maire de Tel Aviv**, capitale économique du pays. Il a pris connaissance des initiatives mises en œuvre par la ville dans le domaine des « Smart Cities » et a valorisé le savoir-faire wallon en la matière. Tel Aviv a remporté le prix de « la ville la plus intelligente » en 2014 à Barcelone grâce à ses efforts entrepris pour l'adoption de technologies d'assistance telles que l'accès au wifi à travers la ville, l'accès à la localisation adaptée sur les smartphones et l'ouverture au public de sessions de tables rondes et de budgets collaboratifs.

Deux sociétés belgo-israéliennes

Parmi les sociétés rencontrées, le MP a pu visiter les locaux de la société **Orgenesis**, un des leaders dans les domaines émergents de la thérapie cellulaire et de la médecine régénérative pour le traitement du diabète de type 1. **Orgenesis** a des liens avec la Wallonie puisqu'elle a racheté l'entreprise wallonne **MaSTherCell**, notamment financée par la DGO6 de la Région wallonne. Ce rachat a ouvert les portes du marché américain à **MaSTherCell** et lui a permis d'y étendre son réseau.

L'autre société visitée par le MP est **Nyxoah**, une start-up belgo-israélienne, également soutenue financièrement par la Région wallonne, active dans le secteur de la R&D en matière de dispositifs médicaux. L'entreprise propose une thérapie alternative contre l'apnée obstructive du sommeil qui est la cause d'autres maladies beaucoup plus graves. Pour

conclure sa tournée en Israël, M. Magnette a pu découvrir le Centre de réhabilitation et d'inclusion de la personne handicapée et le camp de réfugiés **Aida** qui existe depuis 1950.

De l'autre côté

En territoire palestinien, le MP Magnette a rencontré le Premier Ministre de l'Autorité palestinienne, **M. Rami Hamdallah**. S'il a été longuement question du processus de paix israélo-palestinien, les deux ministres ont pu évoquer la situation économique de la Palestine qui dispose d'un tissu dense de 23.000 PME, dans tous les secteurs (agriculture, petite industrie, construction, TIC, etc...). Le manque de garanties financières pour pouvoir se développer et de voies de passage pour exporter les produits manufacturés se fait lourdement sentir.

A ce sujet, la Ministre de l'Economie, **Mme Odeh** a interpellé M. Magnette sur l'absence de code-barres palestinien dont est responsable **GS1**, un organisme commercial privé basé en Belgique. Le pays doit en effet estampiller ses marchandises sous code-barres jordanien ou israélien, ce qui peut poser des problèmes pour l'exportation vers certains pays arabes. L'autre problème auquel doit faire face l'Autorité palestinienne est la difficulté à gérer les zones industrielles sous contrôle exclusif israélien. M. Magnette a toutefois fait état d'un projet UE-Palestine d'incubateur d'entreprises des TIC dans lequel la Belgique est partie prenante : 6,5 millions € pour 6 incubateurs.

Une vision d'avenir pour la Palestine

Mme Odeh a tenu aussi à préciser que pour assurer une compétitivité, il faut s'assurer d'une bonne source d'approvisionnement énergétique. Or, le tissu industriel est totalement dépendant des fournitures



Tel Aviv, capitale économique de l'Etat d'Israël

israéliennes. Le gouvernement travaille au développement de sources alternatives d'énergies renouvelables et des technologies vertes. Ce qui participera à la réduction du coût car, actuellement, l'électricité et l'eau fournies par l'état hébreu sont extrêmement coûteuses, les produits palestiniens sont par conséquent insuffisamment compétitifs sur le marché international. Vu la petitesse du marché local, 50% des entreprises ont une projection internationale et seulement 30% exportent leurs services et produits.

Enfin, le Ministre-Président a rencontré la **Palestine Information Technology Agency (PITA)**. La délégation wallonne a pu se rendre compte que le secteur IT contribue à 6% du PIB palestinien dans 3 axes (software, hardware et les services télécom).

La Palestine forme aujourd'hui pas moins de 3200 étudiants par an issus de 13 départements technologiques universitaires. Malgré les obstacles, notamment pour les entrepreneurs la nécessité d'autorisations multiples auprès des autorités israéliennes pour se déplacer et la seconde Intifada qui a impacté le tissu économique, le business IT se développe de plus en plus en Palestine, partenaire prioritaire de coopération de Wallonie-Bruxelles. C'est pourquoi, une délégation palestinienne de dirigeants IT se rendra prochainement en Wallonie en vue de rencontrer des partenaires potentiels et de leur offrir ses services.

Du 9 au 19 juin la Wallonie a été mise à l'honneur comme partenaire privilégié de l'édition 2016 du Festival Futur-en-Seine, l'un des plus grands festivals d'Europe du numérique. Grâce à WBI et à l'AWEX, la Wallonie était bien présente au Festival Futur-en-Seine avec la présence de 6 stands wallons dans le Village des Innovations et plusieurs Missions d'universités et Hautes Ecoles wallonnes.

Retour vers le "Futur-en-Seine"

Cette année, le festival Futur en Seine, plus que jamais, s'est imposé comme le rendez-vous incontournable pour fêter l'innovation numérique. Trente mille personnes se sont donné rendez-vous au Village des Innovations et sur le Playground, un terrain pour pratiquer différents sports en réalité virtuelle. Un beau panel de sociétés innovantes.

Parmi les sociétés wallonnes, Neovectis, avec son Wall4U, assurait, grâce à son affichage dynamique et la retransmission en temps réel de messages, photos et vidéos issus des réseaux sociaux, la présence de la Wallonie et des autres sociétés présentes. Superbe, avec son application musicale utilisant la géométrie comme procédé d'organisation des sons, a pu générer avec ses objets des expériences émotionnelles et interactives auprès de son public nombreux. Multitel présentait les résultats de ses recherches avec sa nouvelle plate-forme permettant d'observer et d'aider des personnes présentant des troubles des fonctions cognitives telles que la planification et la mémoire ainsi que son logiciel d'analyse et de suivi du trafic en temps réel qui attirera l'intérêt de nombreuses villes et communes.

Le Ministre Marcourt, ambassadeur du secteur numérique Wallon

Sur le Playground, Formyfit a invité avec succès les joggeurs à tester leur potentiel physiologique au rythme de son application mobile alors que Pyxis, Euro 2016 oblige, donnait à qui le voulait la possibilité de se glisser dans la peau d'un gardien et d'arrêter des tirs aux buts. Enfin, MoodMe, grâce à son application mobile, permettait via l'appareil photo de son smartphone de se transformer en vampire, en supporter masqué aux couleurs de son équipe, les possibilités sont illimitées ou presque...

Le Ministre de l'Economie, de l'Industrie, de l'Innovation et du Numérique, Jean-Claude Marcourt, était présent les 9 et 10 juin à Paris

pour y présenter la Wallonie et le Plan Digital Wallonia témoigner de l'engagement du Gouvernement wallon en faveur de la transition digitale de la Wallonie et promouvoir le savoir-faire wallon dans ce domaine. Le Ministre a visité le Village des innovations sur le site du Carreau du Temple où il s'est entretenu avec les sociétés wallonnes, des acteurs économiques français et les responsables du pôle de compétitivité du numérique, Cap Digital, organisateur du Festival.

Des collaborations concrètes ont pu être mises sur pied au cours de ce grand festival du

numérique qui a réuni les institutions représentant la Fédération Wallonie-Bruxelles et la Wallonie en France : la Délégation générale, le Bureau de l'AWEX, le Centre Wallonie-Bruxelles et Wallonie-Bruxelles Tourisme.

Plus d'infos sur les sociétés :

www.neovectis.com

www.superbe.be

www.multitel.be

www.formyfit.com

www.pyxis-tech.com

www.mood-me.com

Les sociétés wallonnes présentes à l'Euro 2016

Si les Diables Rouges n'ont pas spécialement marqué les esprits lors de la compétition, le bilan des sociétés wallonnes présentes dans le cadre de l'Euro est plus que positif.

Rapide présentation de l'équipe-type des sociétés wallonnes :

Wollux (Mouscron, Hainaut) : Confection d'environ 100.000 pièces de textile (drapeaux, tentes, bannières,...) en lien avec l'Euro 2016 de football.

Grass Tech Solutions (Louvain-la-Neuve, Brabant wallon) : leader mondial des surfaces réalisées en polyéthylène par injection continue, distribuées dans plus de 50 pays. Références : Circuits de Francorchamps, Hungaroring, Monza, Sotchi, Interlagos, Hockenheim, New Delhi, Le Mans...

Simplex Arena (Rebecq, Hainaut) : conception de sièges destinés aux stades et salles de spectacles. Références : Stadium de Toulouse, fan zone VIP (3.000 sièges) du Parc des Princes,...

Automatic System (Wavre, Brabant wallon) : un des leaders mondiaux dans l'équipement de contrôle (couloirs sécurisés, portillons pivotants ou tripodes, tourniquets, barrières...). 90 millions dans le monde passe quotidiennement par leurs installations. Références : Stades de San Siro à Milan, Camp Nou à Barcelone, de Shanghai,...

Groupe Schreder (Liège) : solutions innovantes et modulables d'éclairage public LED haute puissance. Références : Olympic Stadium Kiev, National Stadium à Varsovie...

EVS Broadcasting (Liège) : leader mondial (entre 90 et 95% de parts de marché !) spécialisé dans la fabrication de serveurs vidéo destinés à l'enregistrement d'images professionnelles sur supports informatiques et de leur traitement : ralentis instantanés, rediffusions instantanées d'images, enrichissement de contenu par adjonction de métadonnées et diffusion. Références : tous les derniers grands événements sportifs internationaux (coupes du monde de football et de rugby, tournois de tennis, courses hippiques, F1, ou Jeux olympiques,...)

I-Movix (Mons, Hainaut) : caméras capables de générer des « ralentis extrêmes » sur base de plusieurs milliers d'images captées chaque seconde (jusqu'à 5.000...). Références : Champion's League,...

Skylane Optics (Walcourt, Namur) : Retransmission télé. Références : 4 stades Coupe du Monde 2014 (Bahia, Recife, Natal et Fortaleza).

Deltacast (Liège) : habillage graphique et virtuel haut de gamme pour les événements sportifs en live. Références : Championnats de football (Belgique, Allemagne, Italie,...), Coupe d'Afrique des Nations, Euro 2016,...

WNM (Seraing, Liège) : Captation de son des retransmissions sportives. Références : Coupe du Monde en Afrique du Sud, au Brésil, Euro 2016,...

Prodiled (Charleroi, Hainaut) : Structure et écran LED. Références : Ballon géant LED utilisé lors des cérémonies d'ouverture et de clôture de la Coupe du Monde au Brésil.



Intracsmetics

Toutes les entreprises qui désirent commercialiser un produit ou service sont confrontées un jour à l'organisation d'un premier salon. Trois experts, Christine Destexhe, International Trade & Legal Adviser chez Intrade Services, Frédéric Biava, Attaché économique et commercial de l'AWEX à Bilbao et Eric Lejeune, gestionnaire de projet au service Agro-alimentaire de l'AWEX, conseillent les entreprises dans leurs préparatifs.

Comment se préparer à

Pour les entreprises, les salons sont une étape indispensable pour présenter leurs produits ou leurs services ou pour trouver des clients ou des partenaires commerciaux. Quelle que soit la nature de ce que l'entreprise voudra exposer, certaines règles semblent incontournables dans la préparation d'une foire ou d'un salon.

« La première étape est de prévoir un budget pour ce salon » souligne **Eric Lejeune**, gestionnaire de projet au service Agro-alimentaire de l'AWEX. « Ce budget doit comprendre les dépenses et les recettes liées au salon. »

1/3 du budget pour la location du stand

Calculer le coût d'un salon est un exercice relativement simple mais il convient auparavant d'avoir une vue d'ensemble des différents postes de dépenses. M. Lejeune détaille : « Il est essentiel de tenir compte de tous les frais à engager : la conception et la réalisation d'un stand, les frais de réception, de publicité, d'affranchissement, d'hébergement du personnel, etc... Tous ces frais sont

variables mais en général, le postulat de base est le coût de la location du stand. Ce dernier représente environ un tiers du budget consacré au salon. En fonction de cette indication vous pouvez estimer votre budget total. »

Le stand doit faire l'objet d'un soin particulier et de nombreux paramètres entrent en compte dans sa conception faisant augmenter la facture finale : taille, raccordement à l'eau et à l'électricité, mobilier, décoration,...

« Attention toutefois à ne pas parasiter votre produit. L'important est que votre message passe. Il ne faut pas noyer le produit dans une masse d'informations, optez pour une présentation épurée » précise **Eric Lejeune**.

Faire de son stand une étape obligatoire

Christine Destexhe, International Trade & Legal Adviser, a déjà conseillé plus de 400 entreprises qui se destinaient à l'export. Elle détaille : « Aujourd'hui, les visiteurs connaissent souvent, à l'avance, les stands qu'ils veulent à aller visiter. Les salons sont



Marsia Hamrova / MDA

devenus, pour certains, tellement gigantesques, que les visiteurs cherchent à optimiser leurs visites. Ils se réfèrent ainsi au site web dédié au salon et établissent un itinéraire efficace dans les méandres des halls et couloirs. Il ne faut donc plus compter sur la chance de voir passer le visiteur déambulant devant votre stand. Il faut faire en sorte que votre stand fasse partie de son itinéraire. Il est donc essentiel de guider les visiteurs à l'avance et de leur donner l'envie de se déplacer jusqu'à votre stand. Des invitations personnalisées et des promesses de cadeaux ou conditions spéciales sont autant d'idées pour les attirer chez vous. La préparation d'un salon est donc une grosse charge de travail. L'utilisation opportune et intelligente des réseaux sociaux (twitter, etc.) peut également générer un plus grand trafic sur le stand. »

Networking et concurrence

Madame Destexhe précise encore : « Autre remarque : Il n'y a pas que le salon. Il faut profiter du fait que tous les acteurs d'un même secteur soient rassemblés dans un



BusinessFrance

un salon ?



même endroit. Il faut participer à tous les événements du salon : cocktails d'inauguration, conférences, match meetings ou business speed dating, etc. Les rencontres provoquent souvent des opportunités commerciales intéressantes ou un moyen d'être en contact, via introductions, avec des personnes intéressantes pour vous... »

C'est donc un projet qui doit être pensé hors des limites de l'expo. **Frédéric Biava**, attaché économique et commercial de l'AWEX à Bilbao invite les entreprises à se mettre à la place de leurs cibles depuis l'envoi du mailing jusqu'à l'arrivée au stand, pour se montrer plus attractives et convaincantes.

« Mais sans s'alarmer, sachez que la concurrence est également de la partie. Montrez-vous mais n'en dites pas trop sur vos produits et services. Un visiteur sur 10 est soit un concurrent, soit un opportuniste à la recherche d'idées à imiter. Il faut ainsi trouver le juste équilibre entre l'attrait du prospect intéressant et le contrôle des informations qui serviraient aux personnes mal intentionnées. »

Enfin, « Faites un suivi rapide et rigoureux des demandes des visiteurs, le plus rapidement après le salon. Avec le temps, l'intérêt s'étiolle et les concurrents vous devancent. Il faut donc agir vite » prévient Christine Destexhe.

Des propos confirmés par Frédéric Biava, attaché économique et commercial de l'AWEX en poste à Bilbao : « Après tout cela, il faut bien comprendre que le salon n'est pas un but en soi. Le salon est une excellente opportunité de rencontrer des partenaires ou des clients mais il faut assurer un suivi de ces contacts. Par exemple, des mails de remerciements, des envois d'informations complémentaires, de brochures, d'offres de prix, d'échantillons et surtout des relances téléphoniques ! ». Et cela peut représenter une masse de travail plus importante que le salon en lui-même.

Pour plus d'informations :
Madame Christine Destexhe
Intrade Services SPRL : +32 472 35 05
28christine.destexhe@intrade-services.com



Dix start-up qui à l'international

Leurs points communs, elles sont jeunes, créatives, innovantes, wallonnes et se vendent à l'international.

Qui ? Des start-up de moins de cinq ans avec des ambitions grandes comme le monde et bien des raisons d'y croire. Focus sur dix championnes à l'export.

A7 Software



Pour une meilleure communication entre médecins et patients

De graves épreuves de santé sont à l'origine d'Andaman7, une application mobile destinée au secteur de la santé et pour laquelle une nouvelle société a été créée, A7 Software.

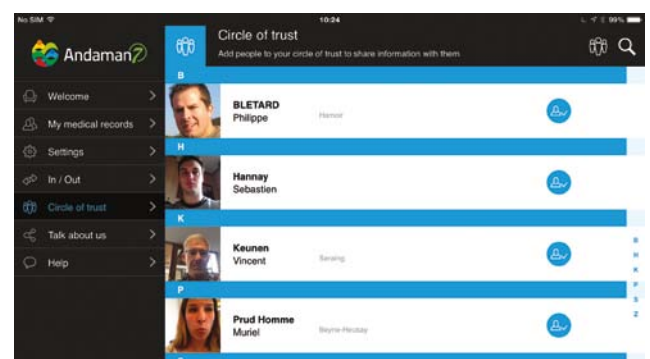
Voici quelques années, Vincent Keunen, ingénieur informaticien de formation, gérant la société Manex, spécialisée dans le développement de logiciels, tout en assurant la direction informatique chez Lampiris. En 2007, à 43 ans, il est diagnostiqué porteur d'une leucémie. Trois mois plus tard, on découvre chez son fils Pierre, 10 ans alors, un cancer des os. « La famille a été bouleversée, les rêves et les objectifs chamboulés, se souvient-il. Je suis mis sous un médicament spécifique à vie, Pierre a subi une chimio intensive, une greffe de moelle et est amputé de la jambe droite. Aujourd'hui, nous sommes tous les deux en bonne santé grâce aux avancées de la médecine moderne. »

Cette épreuve est à l'origine de la motivation de Vincent de créer une application mobile spécifique pour le secteur de la santé. « J'ai choisi d'aider les médecins à mieux communiquer avec les patients et les différents corps de métier médicaux. Mon souhait était de créer un outil efficace, sécurisé et facile à utiliser par tous. »

L'application mobile Andaman7 se décline en trois éléments : une appli permettant aux médecins de gérer les dossiers de leurs patients sur mobile, disponible sur iPad, iPhone et, depuis peu, Android, un logiciel équivalent permettant aux patients de gérer leur propre dossier médical et ceux de leurs proches (de leurs enfants) et un système permet-

tant de synchroniser l'un avec l'autre. Les informations sont stockées uniquement sur les appareils. Fin 2014, Manex est revendue à Lampiris, ce qui permet à Vincent Keunen de placer 200 000 euros dans une nouvelle société, A7 Software, editrice de l'application mobile. Aujourd'hui valorisée à près de

4 millions d'euros, la start-up liégeoise est présente sur les marchés belge, français et américain. D'ici un an, elle espère pouvoir lever jusqu'à 20 millions d'euros auprès d'investisseurs étrangers pour assurer sa croissance. Incubée chez LeanSquare à Liège, elle vient de remporter l'« Agoria Mobile e-Health Award 2016 ».



réussissent

A7 Software	Santé	Stone assistance	Géo-matériaux
Elysia	Contrôle qualité	3D Side	Chirurgie
NoWa	Consommation	Formyfit	Sport
WiseTree	Services	Univercells	Santé
Selinko	Luxe	GeonX	Logiciels

Elysia   RAYTEST

Leader mondial dans le contrôle qualité des produits radio-pharmaceutiques

Créée en 2014, Elysia est devenue leader mondial dans son domaine, le contrôle de qualité des produits radio-pharmaceutiques grâce au rachat d'une société concurrente allemande.

C'est grâce à une bourse de pré-activité de la Région wallonne qu'Elysia a pu être mise sur les rails. **François Moonen et Daniel Bartholemy** développent leur idée de contrôle de la qualité pour des produits radioactifs. Basée au Centre de recherche du cyclotron de l'Université de Liège, incubée par WBC, Elysia est un fournisseur de radio-chromatographie et de systèmes de contrôle de la qualité dans les secteurs radio-pharmaceutiques, agrochimiques et les industries nucléaire et PET (tomographie par émission de positrons).

La start-up offre aux services de médecine nucléaire des hôpitaux partout dans le monde des solutions pour mesurer la radioactivité et contrôler la qualité des produits de radio-pharmacie. Les hôpitaux peuvent dès lors garantir la qualité de ces produits chez les patients atteints d'un cancer. « Nous concevons, fabriquons, vendons des instruments de mesure de la radioactivité, explique François Moonen, cofondateur d'Elysia. Nous travaillons en étroite collaboration avec les producteurs de radio-pharmaceutiques et de cyclotrons pour développer de nouveaux produits afin d'améliorer les solutions existantes. Nous voulons faciliter, accélérer et rendre plus sécurisée la mesure des produits radio-pharmaceutiques, de leur radioactivité et de leur contrôle qualité et ainsi les rendre accessibles au plus grand nombre. »

En octobre 2015, la start-up liégeoise a racheté son concurrent allemand, Raytest. Par cette acquisition, elle est devenue, de fait, leader mondial dans le contrôle de qualité de produits de radio-pharmacie.



Francois Moonen (à g.) et Daniel Bartholemy

La société compte à présent 41 personnes, 11 à Liège et 30 en Allemagne. Elle a pu bénéficier d'un soutien financier de la Sofinex, de Meusinvest et de la plateforme de crowdfunding MyMicroInvest.

Avec ce rachat, la petite société liégeoise est présente dans le monde entier avec des distributeurs, notamment, au Japon, en Finlande, aux Etats-Unis, au Canada, en Chine, en Corée du Sud, en Inde et en France. « Nous sommes dans plus de 50 pays. Nous avons vécu une croissance extraordinaire ! Pour notre deuxième exercice, nous venons de passer à plus de 4,5 millions d'euros de chiffre d'affaires. Notre objectif est d'arriver à 7 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018. »

Nowa

Portefeuilles innovants made in Wallonia



Nowa comme « not a wallet » (pas un portefeuille). L'humour belge a encore frappé. Ce nom est bien celui d'une start-up qui commercialise des portefeuilles ultra fins, indéchirables et tendances.

De l'idée à la couture, les portefeuilles Nowa sont entièrement réalisés en Wallonie. Une idée née de la rencontre de **François Toussaint et Sébastien Pauwels**. Le premier est juriste de formation, le second ingénieur en informatique. Lors d'un voyage aux Etats-Unis, François découvre un matériau ultra fin, indéchirable, waterproof et recyclable, le Tyvek®.

« J'ai trouvé sympa de pouvoir l'utiliser pour confectionner des portefeuilles pour hommes, explique-t-il. Sébastien a adoré

l'idée de développer un accessoire de mode pratique et susceptible de répondre aux besoins de pas mal d'hommes qui trouvent leur portefeuille trop épais et encombrant. »

La société Nowa est fondée en avril 2014. « Grâce à une bourse de pré-activité de la Région wallonne, nous avons mis en place des prototypes avec des designers de la société liégeoise Iol. Pour le montage et la couture, nous travaillons uniquement avec des ETA (entreprises de travail adapté) pour une dimension sociale forte,

en l'occurrence les Ateliers du 94 à La Louvière, à Binche et à Hasselet. Pour les motifs, nous nous sommes adressés à l'agence namuroise Greenpig et aux étudiants de la section Graphisme de l'Ecole supérieure montoise Arts. »

Aujourd'hui, une trentaine de points de vente, des concepts stores à Bruxelles et en Wallonie, proposent ce nouveau style de portefeuille aux hommes, mais aussi aux femmes sous forme de pochette. « Une commerciale va développer les marchés wallon, bruxellois et luxembourgeois. »

En septembre, Nowa participe au salon Première Classe à Paris. « La France est un marché naturel sur lequel nous avons commencé à travailler avec l'Awex qui nous aide sur les salons et à identifier les commerciaux. Nos objectifs sont de décrocher une vingtaine de points de vente en France, dans le nord et autour de Paris. Nous sommes à la recherche d'investisseurs pour pouvoir lancer de nouveaux designs. Nous avons un projet d'économie circulaire qui permettrait de recycler une partie des produits afin de les vendre pour un autre usage. »

WiseTree



WISETREE
PARTICIP'ACTIV INVESTOR

Aider les sociétés biotechs à grandir



Frédéric Tonglet et François Lesage

Créée en juin 2015, WiseTree est une société de prestations de services qui a pour ambition d'aider les sociétés spécialisées dans les biotechnologies dans tout ce qui n'est pas leur core business pour leur permettre de grandir et de s'internationaliser.

Les cofondateurs de WiseTree, **Frédéric Tonglet et François Lesage**, deux ingénieurs commerciaux, se connaissent depuis quatre ans. Le premier a travaillé dans le secteur financier au plan international, le second est l'un des cofondateurs de la société MastherCell.

« L'expérience de François dans le domaine des biotechs est abordée sur base de la chaîne des valeurs, explique Frédéric Tonglet. Certaines activités peuvent être mutualisées entre plusieurs sociétés, ce qui permet à chacune de se focaliser sur son core business, la R&D. »

Comment aborder différemment et mutualiser l'approche de l'infrastructure et du support financier ? « Notre objectif est de soutenir les sociétés biotechs. De cette façon, nous les aidons à accélérer leur croissance. » François Lesage souligne qu'« une des ambitions de WiseTree est de permettre aux sociétés d'être globales dès le départ. Nous avons

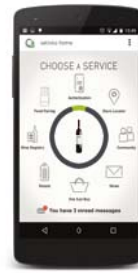
un pied aux Etats-Unis, où nous avons beaucoup de partenaires et un énorme réseau, et un pied en Europe. Nous supportons les sociétés d'un point de vue financier, en les structurant. »

Aux Etats-Unis, en juin dernier, lors de la convention Bio à San Francisco, WiseTree, 4 For Cells et la société texane Incell ont créé une coentreprise spécialisée dans la fourniture de produits et services à destination de sociétés actives dans le secteur de la médecine personnalisée, BioTurnkey.

« Nous aidons des sociétés wallonnes et des sociétés américaines, reprend Frédéric Tonglet. L'ambition de WiseTree est de soutenir des projets innovants dans le domaine de la médecine personnalisée. Nous espérons clôturer 4 ou 5 dossiers dans le courant de l'année 2017. Nos marchés prioritaires sont les Etats-Unis, l'Europe et le marché asiatique, en particulier Singapour. »

Selinko

Solution d'authentification des grands vins



La société Selinko développe une solution anti-contrefaçon pour le secteur du luxe, notamment la maroquinerie, la cosmétique et les vins et spiritueux.

Parce qu'il avait investi dans un vignoble en Toscane, Patrick Eischen, ingénieur informatique, s'est intéressé aux solutions d'authentification pour le développement de son vin sur le marché asiatique. Il s'est rendu compte qu'il n'existait alors aucune solution totalement sécurisée, simple d'intégration et surtout accessible au consommateur final. Ses recherches le rapprochent de la technologie NFC. Cette communication par radiofréquence à courte distance ne nécessite pas de contact entre les objets et est accessible au consommateur, car présente sur la plupart des téléphones mobiles. Il fait la connaissance du leader français en sécurité embarquée, Inside Secure, commercialisant à des fins d'anti-contrefaçon, la puce Vault IC. Il s'agit de la seule puce au monde certifiée avec un niveau de sécurité équivalent aux passeports électroniques, à destination de l'identification d'objets. En 2012, Patrick Eischen et trois autres partenaires fondent la société Selinko. Ils développent une plateforme facilitant l'accès aux marques à divers services combinés en une solution simple d'intégration dont les idées-clés sont l'anti-contrefaçon, le marketing direct, la traçabilité et la vente en ligne.

Cette plateforme sécurisée et intégrée donne à chaque objet une identité unique. Celle-ci permet de fournir une solution d'identification pour lutter contre la contrefaçon à la fois physique et en ligne, de traçabilité, ainsi que des services de marketing direct, en plaçant sur chaque objet une puce NFC. Chaque puce contient un certificat crypté lisible à partir d'un téléphone mobile. Cette solution s'adresse aux secteurs de la cosmétique, de la maroquinerie et des vins et spiritueux. « Vous scannez votre crème de jour avec votre téléphone mobile et vous obtenez des informations sur son utilisation, ou vous recevez des bons de réduction », explique Gwennaelle Festraets, responsable marketing et communication de Selinko. Un bureau a été ouvert à Taïwan et une collaboration entamée avec Diageo, spiritueux de luxe, pour 500 bouteilles de whisky Johnnie Walker Blue Label sur le marché thaïlandais. Au Mexique, la société travaille avec Mezcal et en Espagne, une collaboration est lancée avec Toro Albala. En Chine, Selinko collabore avec Rémy Martin et la première bouteille connectée a été commercialisée. « A présent, nous attaquons le marché du vin en France, celui de la cosmétique et de la parfumerie. »

Stone Assistance

Plus de performances pour l'industrie de la pierre



Fabrice Dagrain

Stone Assistance est une spin-off du département de génie civil et mécanique des structures de l'Université de Mons, soutenue par WSL, l'incubateur wallon des sciences de l'ingénieur.

La société Stone Assistance a été créée en février 2014 par Fabrice Dagrain, ingénieur civil des mines de la faculté polytechnique de Mons, pour valoriser ses activités de recherche et développement durant près de vingt ans dans l'industrie de la pierre ornementale et l'ingénierie des géo-matériaux. « Nous proposons des services de R&D depuis l'extraction en carrière jusqu'à la mise en œuvre sur site, en passant par la transformation de la pierre en marbrerie, ou encore la restauration du patrimoine architectural, ou autres applications en

génie civil et en dragage, détaille Fabrice Dagrain. Je suis spécialisé dans la caractérisation physico-mécanique des géo-matériaux sur base de petits échantillons et des outils adaptés. Les méthodes que j'ai développées pour caractériser la pierre peuvent être utilisées pour d'autres types de matériaux (brique, mortier, béton, etc.). » Son travail l'implique de plus en plus dans la caractérisation des machines utilisées pour la transformation de la pierre en marbrerie. Des bancs d'essais permettent d'évaluer les outils de la concurrence.

« Je travaille actuellement au développement d'une station d'essais en laboratoire équipée de différentes machines de sciage à destination de sociétés intéressées par l'amélioration de cette technologie et l'augmentation des performances des machines. »

En 2013, il a obtenu le Prix Guibal & Devillez qui récompense tous les trois ans les auteurs des meilleures publications présentant un progrès dans les sciences enseignées à la faculté polytechnique de Mons. Le jeune chef d'entreprise travaille pour les sociétés

belges Jan De Nul et Dredging International qui envoient des échantillons de roche à caractériser avant d'employer telle ou telle drague pour les chantiers liés au Canal de Panama, par exemple. « Je leur apporte des informations pour le dimensionnement de leurs bateaux et je les aide à sélectionner l'outil adapté, les barges, etc. » Stone Assistance compte des clients en France, au Portugal et au Royaume-Uni. Fin septembre, la start-up participe à Marmomacc, la plus importante foire internationale du secteur à Vérone en Italie.

3D-Side

La technologie 3D en salle d'op'

Créée en 2015, la start-up 3D-Side assiste les chirurgiens en introduisant les technologies 3D au sein des blocs opératoires.

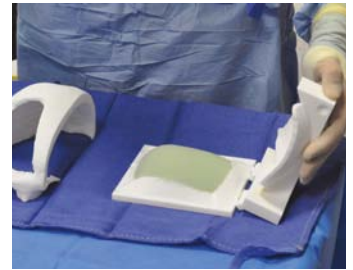
En collaboration avec les médecins, 3D-Side planifie des interventions complexes, au cas par cas, et guide le chirurgien en salle d'opération via des instruments réalisés sur mesure par les technologies 3D. Elle fournit à la fois des instruments adaptés au patient et des implants sur mesure. Les implants crâniens sont développés sur mesure en neurochirurgie pour aider le chirurgien à combler l'absence de matière.

Des gabarits 3D sont créés pour pratiquer des découpes complexes avec précision lors de la résection d'une tumeur osseuse. C'est le métier de **Laurent Paul et Khanh Tran Duy**, deux docteurs ingénieurs de l'UCL. Cette collaboration permet de créer une synergie associant, pour chaque patient, expertises médicales et maîtrises technologiques. « Par ce biais, nous optimisons le traitement de cas complexes et permettons une augmentation de la qualité des soins tout en réduisant le temps opératoire », explique Laurent Paul, directeur de 3D-Side. Pour traiter son patient, un chirurgien peut envoyer, via Internet, de façon sécurisée, ses images médicales en un clic, collaborer avec un ingénieur, via une interface Internet et visualiser la planification 3D de son opération (position de la tumeur, forme d'un implant, correction de fracture, etc.). Après validation du travail préopératoire, le chirurgien reçoit des

répliques osseuses stérilisables, biocompatibles, ainsi qu'un assortiment d'instruments sur mesure qui guideront son geste en salle d'opération, reproduisant ainsi fidèlement la planification. « Actuellement, nos produits principaux sont les résections tumorales, les implants crâniens et le traitement de fractures. »

Pour développer ce business, les deux entrepreneurs ont levé 1 million d'euros, ce qui leur a permis de s'installer dans de nouveaux locaux où ils disposent de leurs propres outils de production. Ils ont déposé une demande de brevet européen (avec de futures ambitions mondiales) pour leur technique de cranioplastie. « Nous disposons d'un produit aux performances très impressionnantes pour la moitié du prix des concurrents et réalisé en 2 à 4 semaines quand la concurrence en demande entre 6 et 8. »

La start-up emploie actuellement 7 personnes. La solution concernant les tumeurs s'exporte en France. « Pour les implants crâniens, nous visons l'international, notamment la Suisse, l'Espagne, le Canada, l'Inde, le Brésil et, à moyen et long termes, les Etats-Unis. »



Formyfit

Une appli de running 100 % wallonne

Formyfit est une application mobile de running qui propose des plans d'entraînement adaptés aux capacités physiques et aux objectifs de chacun.

C'est l'histoire d'une rencontre entre deux sportifs chevronnés, **Laurent Baijot et David Hespel**. Actifs dans de grands groupes, ils sont aussi triathlètes entraînés par le même coach, Fernand Brasseur. Ensemble, ils ont l'idée de développer un programme d'entraînement qui s'adapterait à l'objectif et aux besoins de chaque utilisateur. Un prototype est développé avec la collaboration du Microsoft Innovation Center de Mons.

La société Formyfit est fondée par les trois associés en mars 2015. Elle est basée à Enghien. L'application se différencie de ses concurrents

par le développement d'un algorithme particulier qui permet de générer des programmes d'entraînements personnalisés, « en fonction de la forme physique et des objectifs que l'on se fixe et du temps que l'on peut y consacrer, et quel que soit le niveau », souligne David Hespel. L'innovation offre aussi un coaching vocal sur les smartphones des utilisateurs en leur indiquant une série de paramètres (fréquence cardiaque, vitesse, temps restant, etc.) visant à améliorer leurs performances. « Il ne reste plus qu'à se laisser guider avec son téléphone portable en poche. En fonction de la progres-

sion de chacun, le plan d'entraînement est actualisé et adapté toutes les quatre semaines. » Après un parcours, le coureur obtient les chiffres : la distance, les pulsations cardiaques, etc. et, pour améliorer ses résultats et performances, la présentation du planning à venir. « Nous avons passé un partenariat avec l'UCL pour aller le plus loin possible dans l'intelligence de l'algorithme. »

La société vise les coureurs qui recherchent la performance tout en veillant à leur santé. La promotion se fait via le webmarketing, les réseaux sociaux, les salles de sport,

les clubs, les salons professionnels, des fournisseurs d'articles divers pour joggeurs. « Notre stratégie commerciale consiste à nous rapprocher de grands événements sportifs, type 20 km ou des marathons. Grâce à l'Awex, nous avons participé au salon Futur en Seine 2016 à Paris, ce qui nous a ouvert pas mal de portes et donné des contacts pour des coactions potentielles. Nous faire connaître est notre enjeu d'aujourd'hui. Nous allons travailler avec MyMicroInvest pour une deuxième levée de fonds afin de poursuivre l'histoire avec un investisseur qui apportera de la valeur. »



David Hespel

Univercells

L'ingénierie au service d'une santé pour tous

Entreprise d'ingénierie appliquée au biomanufacturing, Univercells propose des biosimilaires en agissant sur les coûts pour permettre au plus grand nombre d'accéder à ce nouveau type de médicaments.

Créée en 2013, Univercells est le résultat du parcours croisé de deux entrepreneurs à succès, **José Castillo**, directeur technique, et **Hugues Bultot**, administrateur délégué, qui travaillent ensemble dans les biotechnologies depuis plus de quinze ans. En une décennie, ce duo de serial entrepreneurs a créé plusieurs start-up dans les biotechs. Deux concepts sont à la base de l'innovation d'Univercells, l'intensification des procédés et leur intégration dans une ligne de production en continu. « Aujourd'hui, la bioproduction peut être comparée au bas-fourneau de la sidérurgie, plus tard, il y a eu le haut-four-

neau », explique Hugues Bultot, administrateur délégué d'Univercells.

La start-up applique les principes de base du génie chimique à la bioproduction et la propulse dans une nouvelle ère, faisant appel à des procédés révolutionnaires pour produire les biomédicaments. Elle a conçu une boucle intégrée combinée à un bioréacteur à haute densité. De la culture cellulaire à la purification, ce procédé innovant produit en continu vaccins, anticorps monoclonaux et autres biosimilaires. « De petites unités de production peuvent ainsi être mises en place

en un temps record et permettre une production flexible à grande échelle. » L'entreprise met à disposition de certains pays sa technologie de fabrication en aidant à la construction de petites unités locales et en leur permettant de produire localement sans nuire à la qualité du produit. Au-delà du transfert technologique, Univercells exporte un modèle d'affaires innovant.

Ces joint-ventures permettent de créer et d'industrialiser de la propriété intellectuelle tout en développant l'emploi en Belgique et à l'étranger. Par exemple, en Amérique latine, en Asie ou en



Hugues Bultot



Afrique. Ce concept innovant est soutenu par l'OMS. Des centres universitaires à la pointe comme le MIT américain font le pari que la manufacture distribuée sera le modèle de l'avenir. La Turquie, les pays du Maghreb, la Russie, l'Afrique du Sud, les Pays-Bas... s'y intéressent. Takeda Pharmaceutical, premier groupe pharmaceutique japonais, a injecté 3 millions d'euros dans Univercells qui a reçu 500 millions de la Région wallonne pour ses recherches. La société emploie 20 personnes et a développé un chiffre d'affaires de 1,5 millions d'euros en 2015.

GeonX

Usine virtuelle pour plus d'efficacité

Editeur de logiciels, GeonX a mis au point Virfac, une sorte d'« usine virtuelle » qui permet la modélisation de procédés complexes de fabrication.

Docteur ingénieur, **Laurent d'Alvise** possède un background en simulation des procédés de fabrication et du soudage. Pendant plusieurs années, au centre de recherche Cenaero à Charleroi, il a animé l'équipe de fabrication virtuelle. « Dès 2004, nous avons travaillé sur un nouveau logiciel pour réaliser de la simulation de soudage, explique-t-il. Voyant l'engouement de l'industrie pour ce produit, en 2012, je me suis associé avec le directeur général du Cenaero, **Michel Delanaye**, pour fonder la société GeonX. L'objectif était de développer le produit de manière industrielle et de l'installer chez de nouveaux clients dans le monde. Nous avons commencé le développement d'une interface utilisateur, un produit industriel appelé Virfac (usine virtuelle) dans lequel on intègre la technologie développée.

Il s'adresse à des ingénieurs de production ou des bureaux d'études qui veulent réaliser du soudage, de l'usinage, du traitement thermique, de la 3D printing et améliorer la qualité des pièces. Le logiciel intègre un moteur de calcul puissant qui permet de stimuler le processus de fabri-

cation et de prédire les caractéristiques des pièces, ses déformations et ses contraintes résiduelles notamment, allant jusqu'à estimer la durée de vie en service de la pièce manufacturée. Cela aide à régler au mieux les paramètres de production, à gagner du temps et donc de l'argent. » La majorité (90 %) des clients de GeonX se retrouvent dans les secteurs de l'aéronautique, de l'automobile, de l'énergie et de la construction navale, principalement en Europe, en Amérique du Nord et au Japon. En juillet 2016, sur base d'un nouveau produit qui permet de modéliser la fabrication additive, GeonX et une société alsacienne de l'impression 3D métallique par laser, BeaM, ont signé un partenariat afin de s'installer aux Etats-Unis. « Notre objectif est de nous aider mutuellement pour développer du business là-bas. Nous avons une antenne française et un partenariat avec une grosse entreprise japonaise, Jsol, où une équipe de 5 développeurs travaillent sur notre logiciel pour un produit en soudage, tout en étant nos représentants au Japon. » GeonX emploie actuellement 15 personnes. « Notre ambition est de doubler notre chiffre d'affaires chaque année. »





Octobre

Roumanie	10-13	Chisinau - Bucarest	Mission économique
Danemark - Finlande Norvège - Suède	10-20	Pays nordiques	Mission thématique : Grands projets d'infrastructures
Japon	12-14	Yokohama	BIO JAPAN 2016
Chine	14-16	Shenzhen - Wuhan/Zhengzhou - Hunan	CILF 2016 (stand de prospection)
France	16-20	Paris	Sial 2016 (stand collectif)
Côte d'Ivoire - Burkina Faso	16-22	Abidjan - Ouagadougou	Mission Economique
Brésil	17-20	Sao Paulo	FUTURECOM 2016 (stand de prospection)
Allemagne	18-20	Wolfsburg	IZB - Salon professionnel de la Sous-traitance Automobile (stand collectif)
Russie	24-27	St Petersburg + Région exploratoire Kaliningrad	Mission économique
Turquie	29-09 01-10	Istanbul	ANKIROS 2016 - Mission Sidérurgie (stand d'information)
Pologne	04-06	Varsovie	Mission thématique
Canada	05-06	Québec	SALON BENEFIQ 2016 (stand d'information)
Arabie Saoudite	0ct.	Riyadh	SAUDI BUILD (stand d'information)
Australie	0ct.	Melbourne	AUSBIOTECH 2016 (stand de prospection)
France	0ct.	Thionville	Salon à l'Envers (stand d'information)
Koweït - Oman - Qatar	0ct.	Koweït City - Mascate - Doha	Mission économique
Malaisie	0ct.	Kuala Lumpur	International Greentech & Eco-Products Exhibition & Conference - IGEM (stand d'information)



Jean Pierre
Industriel du bois



Arlette
Entrepreneur/Quincaillier



Yoann
Communicateur



Juste
Entrepreneur/Sanitaire



Pascale
Fondatrice d'école



Pamphile
Restaurateur

**“PLUS D'UN DEMI SIÈCLE D'EXPÉRIENCE AU
SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DU GABON ET DU
FINANCEMENT DES PROJETS DES GABONAIS”**

Au coeur du développement

HÔTEL MARRIOTT
LYON CITÉ INTERNATIONALE

CLASSE EXPORT LYON 2016



01
et
02
déc

2 JOURNÉES
800 ENTREPRISES
150 EXPERTS
8 COLLOQUES
14 CONFÉRENCES
POUR VOUS DÉVELOPPER
À L'INTERNATIONAL

Inscription et programme sur
lyon.classe-export.com

Organisé par



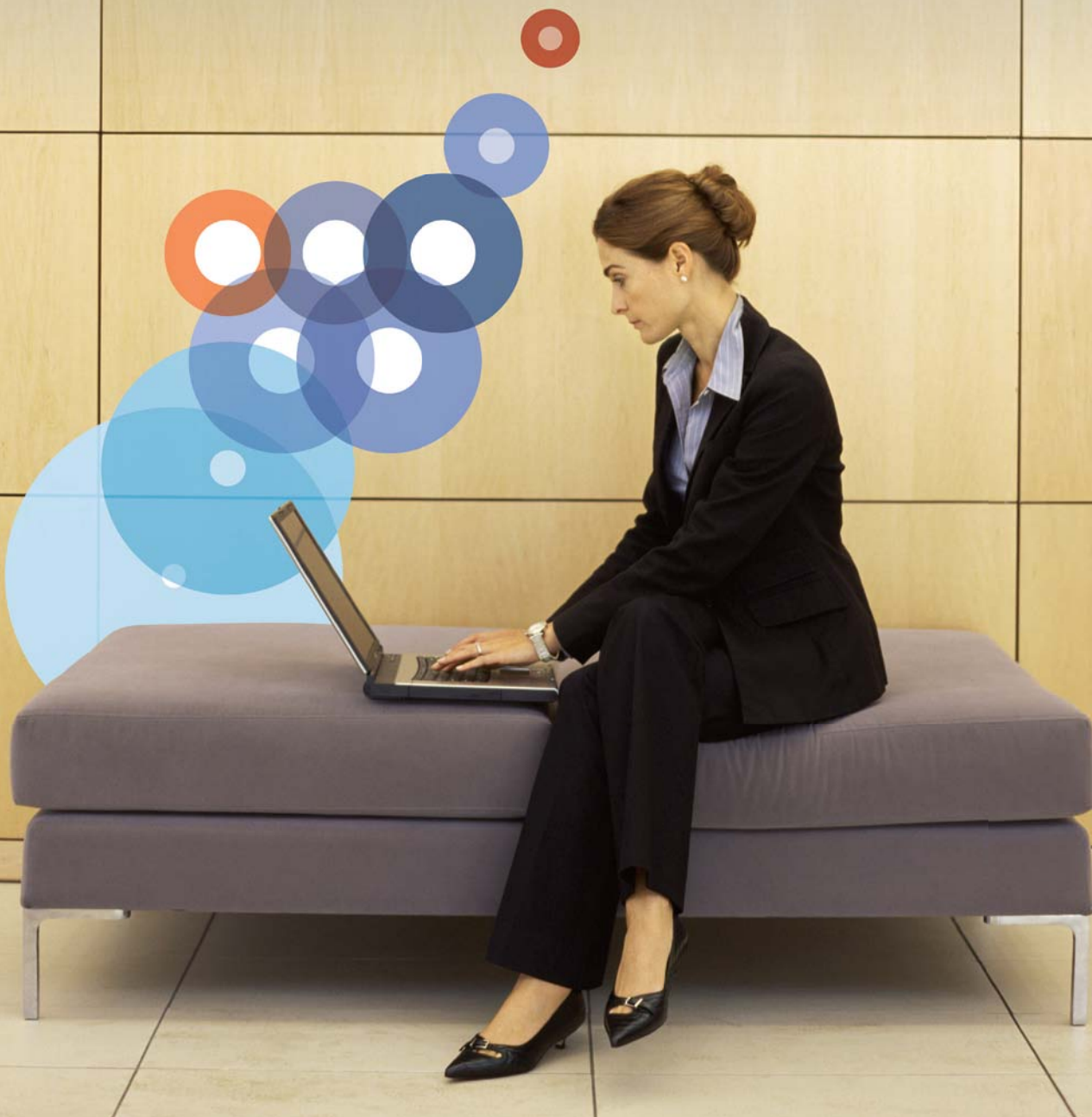
Partenaires associés

L'équipe Rhône-Alpes de l'export
et l'international devient plus simple



Feel inspired

Tomorrow starts today



Vous ambitionnez un développement international ? Alors, ensemble, mettons le cap !

Information, coaching, prospection, expertise commerciale, consultance en design, webmarketing, partenariat, financements internationaux... : l'AWEX, c'est une offre de services complète et taillée sur mesure, en temps réel. Avec votre entreprise, nous relevons dès aujourd'hui les défis de demain.

Laissez-vous inspirer par l'exportation !

Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers / www.awex.be



Wallonia.be

EXPORT
INVESTMENT