



# DEUXIÈME ÉTAPE: LE HAINAUT

Initiative de *Trends-Tendances* en partenariat avec BDO et ING, le Trends Business Tour, dont c'est la cinquième édition, met à l'honneur des entreprises belges innovantes et durables. Ce sont des sociétés emblématiques dans leur secteur. Certaines sont peu ou pas connues, d'autres davantage mais toutes présentent un profil qui se détache dans le paysage économique de leur région. Dans un premier temps, pour chacune des provinces, cinq entreprises ont été retenues par un jury composé de membres de la rédaction du magazine, de BDO, ING, Roularta Business Information et HEC-Liège. Dans un second temps, un lauréat sera désigné lors de la remise des prix qui se déroulera le 23 novembre au Diamant Centre Liège pour la province de Liège, le 1<sup>er</sup> décembre au Cercle de Wallonie à Namur pour les provinces du Hainaut, de Namur et du Luxembourg et le 7 décembre au siège d'ING pour la province du Brabant wallon et Bruxelles. Deuxième étape de cette édition 2016, la province du Hainaut dont les cinq entreprises finalistes sont AMB-Ecosteryl, D-Tek, Digiprint Suppliers, Univercells et Venyo. La semaine prochaine, nous nous rendrons dans les provinces de Namur et de Luxembourg.

© GUY VAN DEN NOORTGATE

[www.trendsbusinesstour.be](http://www.trendsbusinesstour.be)

AMB-ECOSTERYL

# STÉRILISATION AU TOP

*Société familiale, AMB-Ecosteryl a développé une solution innovante pour le traitement des déchets médicaux qu'elle exporte avec succès dans le monde entier.*

**F**ondée en 1947 à Jemappes par le père de l'actuel CEO, Philippe Dufrasne, AMB (Ateliers Mécaniques du Borinage) concevait et fabriquait à l'époque des machines spécifiques destinées à l'industrie extractive.

Au fil des années, AMB va évoluer et s'intéresser de plus en plus à l'environnement, fournissant entre autres des presses et des cisailles pour les entreprises traitant du recyclage des métaux, particulièrement des non-ferreux. Très attentif à l'évolution de son marché, Philippe Dufrasne identifie les nouveaux besoins et les marchés de niche qui se dessinent, notamment dans le domaine du traitement des déchets médicaux (seringues, aiguilles, produits sanguins, produits thérapeutiques, déchets anatomiques, etc.). Au début des années 2000, AMB se penche sérieusement sur cette question et développe un premier prototype. «Notre procédé combine une partie de broyage puissant à une technologie basée sur des micro-ondes industriels, explique Olivier Dufrasne, *sales director*. Le broyage quatre axes réduit les déchets à une taille inférieure à 20 mm; ceux-ci sont ensuite portés à une température de 100°C via une série de micro-ondes durant une heure afin de détruire tous les micro-organismes présents. Il est important de souligner que c'est un procédé continu qui peut fonctionner 24h/24 et permet une réduction de l'ordre de 80% du volume initial de déchets.»

Ce procédé innovant, baptisé Ecosteryl, a été approuvé par l'Institut Pasteur à Paris. «Nous sommes également recommandés par l'OMS et la section environnement de



**AMÉLIE MATTON, «SALES & PURCHASE DIRECTOR»  
ET OLIVIER DUFRASNE, «SALES DIRECTOR» D'AMB-ECOSTERYL**  
«Notre premier marché est la France mais nous exportons dans 35 pays.  
A ce jour, nous avons déjà vendu plus de 80 machines.»

l'ONU, ajoute-t-il. En outre, nous sommes homologués par les gouvernements français, russe et américain.» Aujourd'hui, la société montoise exploite deux sites: le premier historique à Jemappes où sont fabriqués les divers éléments de ses machines, le second sur le parc scientifique Initialis à Mons, où ces dernières sont assemblées. C'est également là que siègent l'administration ainsi que le pôle R&D. AMB-Ecosteryl emploie une quarantaine de collaborateurs et a réalisé l'année dernière un chiffre d'affaires de l'ordre de 11 millions d'euros. La société propose aujourd'hui une gamme de trois produits: l'Ecosteryl 75, l'Ecosteryl 125 et l'Ecosteryl 250 qui peuvent respectivement traiter jusqu'à 100, 175 et 300 kg/h. Une nouvelle machine d'une capacité de plus de 500 kg/h est actuellement en développement. Il est vrai que le marché est énorme, tant dans les pays industrialisés que dans les pays émergents. «Notre clientèle est composée à 80% d'entreprises qui collectent, traitent et recyclent des déchets, à 10% d'hôpitaux et à 10% d'Etats», précise Olivier Dufrasne. Outre ses implantations hainuyères et un bureau à Bruxelles, AMB-Ecosteryl dispose

également de bureaux commerciaux à Montréal et Kuala Lumpur pour couvrir respectivement les Amériques et l'Asie.

## Solution écologique

«Notre premier marché est la France, intervient Amélie Matton, *sales & purchase director*, mais nous exportons dans 35 pays. A ce jour, nous avons déjà vendu plus de 80 machines, en majorité des Ecosteryl 250.» L'entreprise hainuyère vise les grandes métropoles où les besoins sont énormes. Ainsi, on estime qu'il faut traiter environ 40.000 tonnes de déchets médicaux par an en Belgique et quelque 170.000 par an en France. Mais on parle de 30 tonnes à Ankara et de 100 tonnes à Sao Paulo... par jour. Outre que la technologie mise au point par AMB-Ecosteryl répond à une demande sans cesse croissante, elle est également plus écologique que les procédés existants. «Le déchet ultime est assimilable aux ordures ménagères et peut être valorisé comme source d'énergie, par exemple, conclut Olivier Dufrasne. Nos machines nécessitent peu de place, ne consomment pas d'eau et donc ne produisent pas d'effluents.»

© G.V.D.N.

REPORTERS

# DIAGNOSTIC INNOVANT

*Spécialisée dans le développement et la production de kits de diagnostic pour les maladies auto-immunes, la société montoise D-tek a dopé sa croissance avec sa dernière innovation : le BlueDiver Instrument.*

**F**ondée en 1995 par Alain Vigneron, l'entreprise s'est d'abord installée dans des anciens laboratoires de la Faculté Polytechnique de Mons où elle a développé ses premières trousse de diagnostic durant une quinzaine d'années avant de déménager, en 2010, dans un bâtiment flambant neuf de 1.200 m<sup>2</sup> localisé dans le parc scientifique Initialis.

Dès le début, D-tek s'est intéressée au diagnostic des maladies auto-immunes. Peu connues, elles sont pourtant redoutables et moins rares qu'on ne l'imagine. « Notre système immunitaire fait normalement la différence entre notre corps et les agents extérieurs, comme un virus, par exemple, explique Benoît Autem, *managing & marketing director*. Mais il arrive parfois que cette reconnaissance ne fonc-

tionne pas et que le système immunitaire se retourne contre nous. Il devient 'pathogène' et s'attaque au corps et aux organes qu'il est censé défendre. Ce sont les maladies auto-immunes, comme, par exemple, la polyarthrite rhumatoïde, le diabète de type 1, la sclérose en plaques, le lupus érythémateux systémique. Elles touchent entre 6% et 10% de la population mondiale, dont trois quarts de femmes et constituent la troisième cause de mortalité clinique dans nos pays industrialisés. »

Sur le marché du diagnostic des maladies auto-immunes, on compte une dizaine d'entreprises dans le monde, parmi lesquelles la société montoise fait figure de petit poucet. Mais le petit poucet se distingue en misant sur la R&D qui mobilise un tiers de ses effectifs (15 salariés). D-tek a ainsi mis au point des kits de diag-

nostic plus performants et adaptés aux attentes des laboratoires. « Nous ne nous focalisons pas sur des tests classiques qui ne sont pas adaptés aux maladies auto-immunes, poursuit Benoît Autem. Nous avons choisi de rationaliser et d'automatiser le diagnostic. En collaboration avec la société namuroise WOW Technology, nous avons développé le BlueDiver Instrument. Ce système compact et innovant permet d'automatiser nos kits de diagnostic tout en réduisant la durée normale du test de près de 40%. Notre automate permet de tester jusqu'à 24 patients en seulement une heure et de diagnostiquer chez chacun de ces patients jusqu'à 25 biomarqueurs. »

## Grande exportation

Lancé en 2012, le BlueDiver Instrument a dopé les résultats de la société montoise dont le chiffre d'affaires avoisine maintenant la barre des 3 millions d'euros, dont 95% réalisés à l'exportation et même à la grande exportation puisque l'on retrouve ses produits « de Londres à Casablanca, de Moscou à Sydney, en passant par Rawalpindi au Pakistan », détaille Benoît Autem. D-tek a pour clients une quarantaine de distributeurs à travers le monde. L'entreprise a également décidé d'ouvrir le BlueDiver Instrument à d'autres kits de diagnostic pour les maladies infectieuses ou les allergies. Depuis son lancement, D-tek estime que son automate a permis de diagnostiquer plus d'un demi-million de patients.

« Sans l'innovation, nous ne serions plus là, souligne Benoît Autem. Au fil des années, nous avons tissé des relations avec de petites entreprises, des fournisseurs, des distributeurs, etc. Et ce réseau nous a renforcés. Nous ne dépendons pas de grandes structures et nous ne faisons pas peur aux membres de ce réseau avec lequel nous entretenons d'excellentes relations. » Une stratégie qui a permis à cette entreprise discrète de se démarquer et de s'ouvrir de nouvelles possibilités de collaboration avec d'autres acteurs du diagnostic. © G.V.D.N.



REPORTERS

**BENOÎT AUTEM, «MANAGING & MARKETING DIRECTOR» ET ALAIN VIGNERON, «FOUNDER ET SCIENTIFIC DIRECTOR» DE D-TEK**  
 « Depuis son lancement en 2012, notre automate BlueDiver Instrument a permis de diagnostiquer plus d'un demi-million de patients. »

DIGIPRINT SUPPLIES

# UNE NICHE DE NICHE

*Au départ de Gosselies, Digiprint Supplies propose une large gamme de pièces détachées, accessoires et périphériques pour imprimantes professionnelles qu'elle vend dans le monde entier.*

**E**n 2007, Esmeralda Desart crée Digiprint Supplies, une boutique en ligne spécialisée dans la vente de produits destinés à l'industrie de l'impression numérique. Active depuis quelques années dans ce secteur, elle a constaté les difficultés qu'éprouvaient les imprimeurs à remplacer une pièce défectueuse, entraînant pour ceux-ci des retards et des pertes. C'est ainsi que l'idée lui est venue de mettre sur pied un site d'e-commerce qui puisse délivrer rapidement la pièce ad hoc. « Nous sommes actifs dans une niche de niche, explique-t-elle. Nous fournissons des pièces détachées, accessoires et périphériques pour les imprimantes grand format de tout type dans le monde entier. Auparavant, les canaux de distribution étaient assez archaïques et souvent peu efficaces. Il était, par exemple, extrêmement ardu de dénicher une pièce détachée pour les vieilles imprimantes et il n'était pas rare, dans certains cas, de devoir attendre parfois trois semaines. »

Digiprint Supplies applique à merveille la maxime de Benjamin Franklin: « Le temps, c'est de l'argent ». Elle livre ainsi au départ de Gosselies en 24 heures partout en Europe et en 48 heures ailleurs dans le monde. Son stock comprend au total 16.000 références. « Nous avons beaucoup travaillé notre site Internet, poursuit Esmeralda Desart. Non seulement, chacun de nos produits a été photographié mais nous avons aussi réalisé des petits films pour expliquer comment remplacer certaines pièces. Par ailleurs, nous dispensons une formation certifiante



REPORTERS

**ESMERALDA DESART, FONDATRICE DE DIGIPRINT SUPPLIES**  
« Ce qui fait notre force, c'est la qualité du service que nous fournissons à nos clients partout dans le monde. »

en ligne via la Digiprint University. » Digiprint Supplies emploie une trentaine de personnes dont 20 en Belgique et affiche des ventes qui s'élèvent à 2 millions d'euros par mois. Outre son siège de Gosselies, elle dispose de bureaux commerciaux au Mexique, en Australie et à Hong Kong et est en train d'ouvrir une filiale à Miami où elle va disposer d'un stock afin d'alimenter plus rapidement encore le marché américain.

## Leader mondial

Les ventes de Digiprint Supplies se répartissent à raison de 65% au sein de l'Union européenne et 35% dans le reste de la planète. « Ce qui fait notre force, c'est la qualité du service que nous fournissons, souligne la fondatrice. Nous pouvons répondre en interne à nos clients dans une dizaine de langues maniées par des natifs. Depuis le départ, nous avons constitué un stock de pièces important et surtout

un historique de la clientèle. Au fil des années, nous pouvons ainsi agir préventivement car nous connaissons, par exemple, la fréquence à laquelle certaines pièces doivent être remplacées. De plus, nous disposons en interne d'une imprimante 3D qui nous permet de reproduire des pièces que nous avons modélisées et qui ne sont plus nécessairement disponibles sur le marché. »

Active dans le B to B, Digiprint Supplies, qui affiche une croissance annuelle de l'ordre de 15%, prouve que l'on peut se distinguer dans l'e-commerce en Belgique. Forte de son expérience, Esmeralda Desart a parfaitement identifié un besoin du marché et a pu y répondre en s'appuyant sur les outils technologiques adéquats et une équipe de collaborateurs motivés. En l'espace de 10 ans, la jeune entreprise est ainsi devenue l'incontestable numéro un mondial dans la niche de niche qu'elle occupe. © G.V.D.N.



# PARTENARIAT GAGNANT

*Concepteur de systèmes de production intégrée de biomédicaments, Univercells collabore avec le numéro un pharmaceutique japonais, Takeda, à l'amélioration de sa plate-forme de production de vaccins.*

**B**asée à Gosselies, Univercells a été fondée en 2013 par José Castillo et Hugues Bultot, le premier officiant en tant que directeur technique et le second en tant qu'administrateur délégué. Tous deux travaillent ensemble depuis plus de 15 ans dans le secteur des biotechnologies et des sciences de la vie. Leur entreprise élabore de nouveaux procédés de fabrication de médicaments biologiques (vaccins, protéines thérapeutiques, anticorps monoclonaux) qui vont permettre de rendre ceux-ci accessibles au plus grand nombre. Le système de production intégrée permettra de réduire les coûts de fabrication offrant ainsi la possibilité à de nouveaux acteurs de développer des installations de bioproduction locales. En termes de marchés, la start-up vise notamment les pays émergents pour lesquels l'investissement dans des unités de production classiques (souvent surdimensionnées à leurs besoins spécifiques, était jusqu'à présent beaucoup trop élevé.

Le système innovant développé par Univercells a suscité l'intérêt du numéro un pharmaceutique japonais, Takeda Pharmaceutical qui, via sa filiale d'investissement Takeda Ventures, a injecté 3 millions d'euros dans la jeune entreprise fin de l'année dernière. Sur son site de Gosselies, Univercells emploie une ving-

taine de collaborateurs et dispose de laboratoires où sont testés les équipements ainsi que les méthodes de production. « Nous concevons notre système de pro-



**JOSÉ CASTILLO, CTO, ET HUGUES BULTOT, CEO D'UNIVERCELLS**  
« La collaboration avec Takeda Pharmaceuticals élève notre niveau de qualité et nous apprend à être très pointus sur les services que nous délivrons. »

duction entièrement, confie Hugues Bultot. Tout est réalisé en interne du design au software. Nous sommes pour l'instant dans la phase finale. Actuellement, nous fournissons des services à notre partenaire Takeda Pharmaceutical pour sa

plate-forme de production de vaccins afin d'optimiser ses *process*. » Un partenariat gagnant pour les deux parties. « Nous apportons certes nos innovations mais surtout nos équipes sont confrontées aux exigences d'un grand groupe et à la pression du marché. Cette collaboration élève notre niveau de qualité et nous apprend à être très pointus sur les services que nous délivrons. » Parallèlement à ce partenariat, Univercells poursuit de nombreux projets de R&D.

## multiples projets

Parallèlement à ce partenariat, Univercells poursuit de nombreux projets de R&D. Elle participe ainsi, dans le cadre du septième programme-cadre de l'Union européenne (FP7), au consortium HepaMab. Celui-ci a pour objectif de développer des anticorps monoclonaux afin de lutter contre le virus de l'hépatite C. Un virus qui infecte 200 millions de personnes dans le monde dont 15 en Europe, selon l'OMS. « Nous sommes le partenaire privilégié pour tout ce qui concerne le développement du procédé de production », ajoute Hugues Bultot. D'autres projets sont en voie de concrétisation. Il est vrai que le marché des biomédicaments est en plein essor. Ces derniers sont produits au départ de cellules vivantes. On en recense actuellement 200 et des centaines sont en phase de développement. En 2015, ce marché a été évalué à plus de 200 milliards de dollars. Avec ses petites unités de production

plus flexibles et nécessitant moins d'investissements et d'espace que les usines classiques actuelles et son partenariat avec Takeda Pharmaceuticals, Univercells a tous les atouts en main pour trouver une place de choix dans ce marché. © G.V.D.N.

VENYO

# DÉCOLLAGE IMMÉDIAT

*Avec son simulateur de vol professionnel innovant, la société carolorégienne Venyo a séduit les compagnies aériennes et les grands centres de formation.*

**E**n 2013, Venyo crée l'événement au Salon du Bourget. Rendez-vous incontournable des professionnels de l'aéronautique et de l'espace, le salon parisien a vu atterrir un simulateur de vol dans ses travées. «Nous avons été les premiers et jusqu'à présent les seuls à exposer un simulateur de vol que les pilotes pouvaient tester, explique Gregory Bronchart, CFO et cofondateur en 2006 de Venyo avec Fabrice Cornet, CEO. Il s'agissait alors encore d'un prototype mais il y a eu autour de ce dernier un véritable buzz. Aujourd'hui, tout en poursuivant nos activités de R&D, nous sommes en phase de

commercialisation. Un premier appareil est déjà en activité à Paris.»

Si l'activité de Venyo est aujourd'hui entièrement consacrée à la conception et à la fabrication de simulateurs de vol professionnels, elle était orientée à l'origine vers le développement d'outils de gestion de réputation sur Internet. C'est en 2009 qu'elle se réoriente vers l'aéronautique sous l'impulsion de Fabrice Cornet et décide de mettre au point un simulateur de vol innovant. Encore fallait-il choisir l'appareil. Ce sera le 737NG, avion commercial le plus vendu au monde avec l'A320.

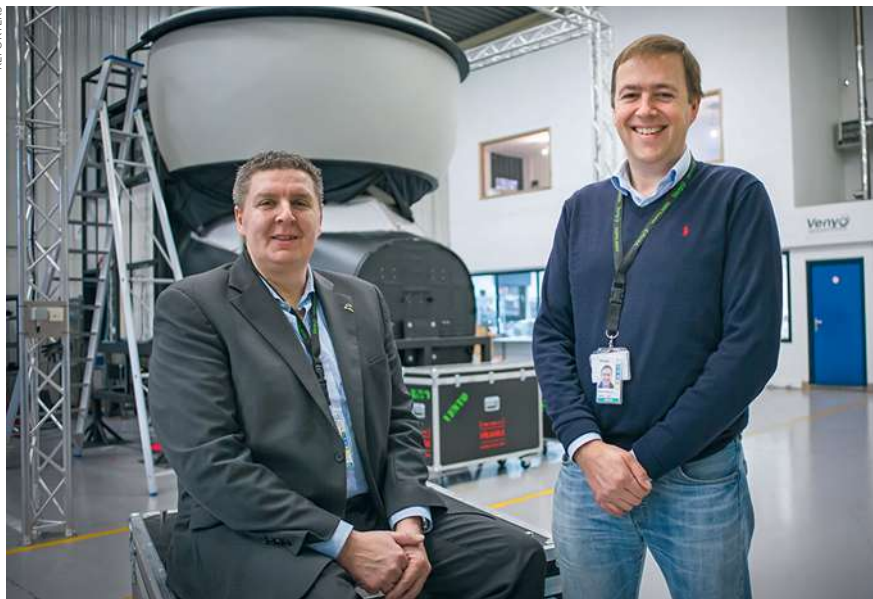
«Cet avion est entré en service en 1998, intervient Jean-Claude Streel, *business development manager*. Deux cents compagnies l'utilisent dans le monde, certaines comme Southwest Airlines ou Ryanair en utilisent plusieurs centaines mais sinon la moyenne se situe entre 20 et 40 appareils. Et quand on sait qu'il faut compter une dizaine de pilotes par appareil, cela donne une idée du marché poten-

tiel.» Un marché qui est aujourd'hui essentiellement occupé par de grands acteurs dont le numéro un mondial, le canadien CAE, détient la plus grande part.

Pour se distinguer, il a fallu innover et être imaginatif. «A la différence de nos concurrents, nous n'achetons pas de cabines de pilotage neuves, nous en achetons sur des avions qui partent à la casse, les désossons et les rééquipons complètement pour qu'elles correspondent au poste de pilotage du 737NG. Notre simulateur est plus léger, plus écologique en termes de consommation énergétique et plus simple à opérer. Nous pouvons reproduire toutes les situations auxquelles des pilotes peuvent être confrontés. Ils sont conçus pour tourner 24h sur 24 et sept jours sur sept.»

## Leasing opérationnel

Outre les grands centres de formation, Venyo cible également les compagnies aériennes. Elle ne vend pas ses simulateurs mais les loue. «Nous avons opté pour du leasing opérationnel et facturons à l'heure, reprend Gregory Bronchart. Tout dépend des besoins du client. Il peut s'agir aussi bien de formations que de qualifications.» Les simulateurs de vol sont assemblés sur le site de l'entreprise à Goselies où travaillent une vingtaine de personnes. Venyo est active dans un marché qui croît régulièrement chaque année de quelques pour cent. «Et même s'il y a des crises ponctuelles, le nombre d'avions en exploitation ne cesse d'augmenter. Parallèlement, bon nombre de pilotes atteignent l'âge de la retraite et devront être remplacés dans les années qui viennent. Enfin, les pilotes sont sans cesse soumis à de nouvelles procédures et réglementations et des mises à niveau sont nécessaires. Le secteur aéronautique aura besoin de davantage de simulateurs à l'avenir», souligne Jean-Claude Streel. Dans un premier temps, Venyo vise le marché européen tout en songeant déjà à d'autres avions pour de nouveaux simulateurs. © G.V.D.N.



FABRICE CORNET, CEO, ET GREGORY BRONCHART, CFO DE VENYO

«Notre simulateur est plus léger, plus écologique en termes de consommation énergétique et plus simple à opérer.»