



# Troisième étape : Namur et Luxembourg

**I**nitiative de *Trends-Tendances* en partenariat avec BDO et ING, le Trends Business Tour met à l'honneur des entreprises belges qui sont 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, d'ING, de Business & Society et de B-information. Dans un second temps, un lauréat sera désigné lors de la remise des prix qui se déroulera le 26 novembre au Cercle de Wallonie à Liège pour la province de Liège, le 4 décembre au Cercle de Wallonie à Namur pour les provinces du Hainaut, de Namur et du Luxembourg et le 9 décembre au siège d'ING pour la province du Brabant wallon et Bruxelles. Après le Hainaut et le Brabant wallon, voici la troisième étape du Trends Business Tour qui s'arrête cette semaine dans les provinces de Namur et du Luxembourg. Avant la province de Liège et la Région bruxelloise, qui clôturera l'édition 2014.

© GUY VAN DEN NOORTGATE

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

## OPTIMIZED RADIOCHEMICAL APPLICATIONS

# Automates de pointe

Avec ses automates destinés à la production de traceurs radiopharmaceutiques, la société ORA s'est positionnée en l'espace de quelques années comme un acteur incontournable d'un marché en croissance.

Qui peut soupçonner qu'à Philippeville, au milieu des prés et des vaches, se niche une entreprise qui compte parmi ses clients des références telles qu'Eli

Lilly, Siemens, Hitachi et quelques-unes des universités les plus prestigieuses au monde? A vrai dire, peu de personnes en Belgique mais bien davantage dans les 25 pays où la start-up namuroise exporte aujourd'hui ses équipements médicaux. Vincent Tadino, son fondateur et *chief technological officer*, titre qu'il préfère à celui de CEO même s'il porte les deux, connaît particulièrement bien le petit monde de la radiopharmacie et de l'imagerie moléculaire. «Au départ, j'ai étudié la chimie organique à l'ULg, rappelle-t-il. C'est ensuite que je me suis intéressé à la radiochimie avec le fluor radioactif, plus précisément le fluorodesoxyglucose ou FDG. C'est le traceur le plus utilisé en imagerie moléculaire.»

## Un nouvel automate

Un traceur est la combinaison d'une molécule porteuse (vecteur), ici en l'occurrence le glucose, et d'un radio-isotope (marqueur) qui est, dans le cas du FDG, un isotope du fluor dont la demi-vie est de l'ordre de 2h. Ces traceurs sont injectés au patient et, en fonction du vecteur, se fixent dans tel ou tel organe et permettent de diagnostiquer grâce à un scanner appelé PET-scan différentes



**VINCENT TADINO, FONDATEUR D'OPTIMIZED RADIOCHEMICAL APPLICATIONS**  
 «Ce qui contribue aux succès de nos automates est le fait que nous les développons en pensant aux utilisateurs.»

pathologies telles que les cancers, les maladies cardiaques ou neurodégénératives (Alzheimer, Parkinson). Le couplage entre le vecteur et le radio-isotope se réalise le plus souvent de manière automatisée à l'aide d'automates de synthèse radiochimique opérant dans des conditions GMP (*Good Manufacturing Practice*) qui sont les normes de production d'usage dans l'industrie pharmaceutique.

Les traceurs étant indissociables des automates, Vincent Tadino a approfondi sa connaissance et son expertise de ces derniers au fil des années. Fin 2005, il revient en Belgique après une petite dizaine d'années passées à l'étranger durant lesquelles il a accumulé une belle expérience et constitué un solide carnet d'adresses. Et l'année suivante, il crée ORA. Durant les trois premières années, la société a comme activité principale la mise en route aux normes GMP de centres de production de radiopharmaceutiques et d'automates de synthèse existants jusqu'alors. En 2009, il conçoit et développe un tout nouvel automate.

Ce qui le différencie sur le marché est son approche de chimiste. Il décroche assez rapidement son premier client, une *spin-off* de l'université de Pennsylvanie, Avid, basée à Philadelphie, qui cherchait un automate pour son traceur destiné au diagnostic de la maladie d'Alzheimer.

## Made in Belgium

Si les ventes sont nulles en Belgique, les fournisseurs, en revanche, sont à 100% belges tant pour l'informatique qui a permis de développer le logiciel que pour la mécanique. Outre les sous-traitants, ORA, qui est implantée à Philippeville, est également bien ancrée localement en ce qui concerne l'emploi. A l'exception du COO, l'ensemble des collaborateurs habite dans la région. Dans les années qui viennent, les effectifs devraient suivre la même courbe ascendante que celle du chiffre d'affaires, lequel est passé de 600.000 euros en 2010 à 4 millions d'euros en 2014. ORA envisage de créer entre 20 et 30 emplois d'ici à 2017, pour une dizaine aujourd'hui.

© G.V.d.N.

TILMAN

# Croissance naturelle

Premier laboratoire de phytothérapie en Belgique, Tilman continue de croître tant sur le marché national qu'international en conservant sa dimension familiale.

Il y a 30 ans, Jean-Noël Tilman rejoignait l'entreprise familiale fondée à Durbuy par son père Lucien au sortir de la Seconde Guerre mondiale. A l'époque, un petit laboratoire, où étaient produites les Tisanes ardennaises, jouxtait la pharmacie. Progressivement Jean-Noël Tilman va créer de nouveaux produits et développer l'entreprise. En 1998, celle-ci déménage à Baillonville près de Marche-en-Famenne. Depuis elle connaît une croissance régulière de l'ordre de 15% par an. Elle devrait clôturer l'exercice 2014 à hauteur d'une vingtaine de millions d'euros, dont 25% sont réalisés à l'exportation. La société namuroise est présente aujourd'hui dans une trentaine de pays. Tout en continuant à progresser en Belgique, Tilman entend grandir à l'international d'autant qu'elle dispose sur son site de suffisamment d'espace pour étendre ses activités.

## Management par la confiance

Cette croissance s'est également traduite par une augmentation constante du personnel au fil des années. Alors que le laboratoire ne comptait qu'une demi-douzaine de personnes au milieu des années 1980, son effectif s'élève aujourd'hui à 125 personnes. Société en forte progression, Tilman n'a pas modifié profondément son organisation, conservant ses caractéristiques familiales et optant pour un management par la confiance. «Mon père

m'a laissé carte blanche pour développer le laboratoire, explique-t-il. A l'époque, il y avait moins de confiance vis-à-vis des employés qu'aujourd'hui. Je ne pense pas être un bon manager, j'ai donc tendance naturellement à faire confiance aux personnes avec qui je travaille. La confiance favorise l'autonomie et l'implication. C'est un facteur important de non-stress. Le turnover et l'absentéisme sont particulièrement faibles dans notre entreprise. Avec le respect

et la responsabilité sociétale, la confiance est l'une des trois valeurs de Tilman.»

Dans la pratique, on ne contrôle pas les temps de présence avec des horloges pointeuses et le travail à domicile est favorisé. «Pour l'anecdote, la personne qui travaille le plus souvent de chez elle habite à peine à 5 km de l'entreprise, poursuit Jean-Noël Tilman. Elle gère son temps de travail comme elle le souhaite afin d'atteindre les objectifs fixés. Je pense que c'est une tendance qui va se développer dans les années qui viennent. Maintenant, le corollaire de la confiance est évidemment le droit à l'erreur. Si une personne se trompe, elle n'est pas sanctionnée car elle a témoigné d'une prise d'initiative. Cette autonomie et cette implication de notre personnel constituent le premier des facteurs clés de notre succès.»

## Développement à l'international

Si le marché belge, où Tilman est leader, dispose encore de belles marges de progression, le laboratoire a les yeux tournés vers le grand large. Dans les 10 à 15 ans qui viennent, Tilman envisage de réaliser 80% de son chiffre d'affaires en dehors de nos frontières. Sans pour autant avoir fixé une stratégie toute établie. «On décide émotionnellement et pas rationnellement et la moitié du temps on se trompe. Mais ce n'est pas grave, on corrige et c'est comme cela que l'on avance», conclut Jean-Noël Tilman.

© G.V.D.N.



**JEAN-NOËL TILMAN, ADMINISTRATEUR DÉLÉGUÉ DE TILMAN**  
«L'autonomie et l'implication de notre personnel constituent le premier des facteurs clés de notre succès.»

UNIVERSEM

# Visibilité digitale

Lancée en 2007, Universem est spécialisée en marketing digital et entend se forger un nom dans le référencement.

L'histoire d'Universem débute en 2006 avec la rencontre des trois futurs fondateurs au Club des étudiants entrepreneurs de Namur: Sébastien François, Simon-Pierre Breuls et Hubert de Cartier qui décident dans la foulée de créer l'année suivante leur start-up. A l'époque, ils lancent une boutique en ligne à destination des particuliers proposant des cadeaux issus de l'artisanat belge. Cette première expérience leur permet de faire leurs armes dans le SEO (*search engine optimization*) ou référencement naturel. Pendant trois ans, ils développent cette boutique virtuelle tout en travaillant sur le côté. C'est en 2010 qu'ils s'investissent entièrement en créant la marque Universem, qui va également donner son nom à la société. C'est un nouveau départ qui se traduit par l'engagement d'un premier collaborateur.

## Forte progression

Quatre ans plus tard, ce sont 12 personnes qui travaillent au sein d'Universem. L'entreprise a déménagé fin de cet été dans un tout nouvel espace de 230 m<sup>2</sup> au sein du parc Crealys, situé aux Isnes. Ces bureaux doivent permettre à la PME namuroise d'accompagner la forte progression qu'elle enregistre depuis quatre ans. Elle a ainsi vu son chiffre d'affaires passer de 45.000 euros en 2010 à plus de 800.000 cette année, affichant pour l'exercice de cette année une croissance de 70% par rapport à 2013. Dans son domaine, Universem a choisi de se concentrer sur le référencement. «Nous concevons et implémentons des stratégies mêlant le référencement naturel, la publicité en ligne et le *web analytics* afin d'optimiser le retour sur investissement des sites internet et applications mobiles des orga-

nisations», explique Simon-Pierre Breuls, *marketing director*. Universem compte parmi ses clients déjà quelques belles références comme Media Markt, Carrefour, Touring Assurances ou encore l'Unicef.

«Dès le départ, nous avons voulu nous spécialiser dans un domaine d'expertise et devenir une référence dans ce domaine, poursuit Simon-Pierre Breuls. Depuis 2010, nous sommes l'un des rares acteurs spécialisé dans le référencement en Wallonie. Nous avons également développé des outils d'analyse sur mesure afin de simplifier au maximum la compréhension de ce qui se passe sur les sites Internet de nos clients. Notre objectif vise d'une part, à attirer du trafic qualifié sur un site via différents canaux et, d'autre part, à convertir ces visiteurs en clients réalisant l'action souhaitée par le propriétaire du site (achat en ligne, remplissage d'un formulaire de contact, téléchargement d'un fichier, etc.)»

## Création réussie

A l'heure où l'on évoque le manque d'esprit d'entreprise dans notre pays, il est heureux de constater que des jeunes font mentir cette réalité et démontrent que pour réussir il faut d'abord oser. Comme ils le soulignent, leur motivation au départ a consisté à «créer une entreprise de pointe dans leur domaine et également créer de l'emploi dans leur région». Et ils affichent des objectifs de croissance ambitieux puisqu'ils espèrent doubler leur effectif d'ici trois ans. «Nous sommes en croissance rapide et devons faire face à de nombreux challenges pour gérer au mieux celle-ci tant au niveau humain que commercial. Ce sont ces défis quotidiens qui font que la gestion d'une entreprise est captivante», conclut Simon-Pierre Breuls.

© G.V.D.N.



SÉBASTIEN FRANÇOIS, SIMON-PIERRE BREULS ET HUBERT DE CARTIER, FONDATEURS D'UNIVERSEM

«Nous souhaitons créer une entreprise de pointe et de l'emploi dans notre région.»



Exôzt est une jeune société,  
10 ans quand même.  
Elle s'est développée étape par étape  
dans le domaine du catering événementiel.

Fournisseur exclusif du Cercle de Wallonie  
à Liège, Namur et Beloeil,  
ses équipes, gratifiées d'un 14/20 au Gault/Millau,  
assurent des prestations de haut niveau.

Non seulement au Cercle de Wallonie  
mais également dans de nombreux  
autres endroits emblématiques  
comme l'Opéra Royal de Wallonie à Liège,  
l'Abbaye du Val Saint Lambert,  
la Chapelle Musicale Reine Elisabeth,  
chez vous ou ailleurs.

## Un des sites

### proposés par Exôzt

Le Cercle de Wallonie  
à Beloeil

Cadre historique, exceptionnel  
6 à 1000 personnes  
Vaste parking  
8 salles de toutes tailles  
Orangerie

sva@exozt.be  
069 67 26 87



info@exozt.be  
www.exozt.be

MACORS

# Richesses humaines

Basée à Hamois, l'entreprise générale Macors privilégie une main-d'œuvre locale qu'elle forme en maçonnerie et en menuiserie, ses deux activités principales.

**L**a société a été fondée au début des années 1980 par Claude Macors. Gérard Sevrin l'a rejoint en 1988 avant d'en prendre la direction en 2007. Macors a connu une belle évolution ces dernières années. Tout en privilégiant une main-d'œuvre locale à l'heure où le secteur de la construction est confronté à une concurrence étrangère qui exerce une énorme pression sur les prix. «Notre entreprise a fait le pari de n'utiliser que de la main-d'œuvre locale belge et de qualité, explique Gérard Sevrin. Pour ce faire, nous avons créé notre propre centre de formation afin d'être en phase avec notre métier et son évolution.» Une méthode qui semble fonctionner puisque les jeunes formés au sein de l'entreprise condruzienne s'illustrent régulièrement lors de championnats des métiers manuels et techniques tant au niveau belge qu'au niveau européen. L'entreprise est également ouverte au monde de l'art au travers d'expositions d'art contemporain organisées dans ses locaux.

## Ancrage local

C'est le leitmotiv de Gérard Sevrin : l'emploi local. «Si nous voulons que nos jeunes aient un avenir dans ce pays, il ne faut pas penser à court terme et ne voir que les gains financiers immédiats. Notre objectif est de former les jeunes dans le but de les garder et de pouvoir proposer à nos clients des prestations de qualité. Maintenant, cela a un prix. Dernièrement, un client nous a contactés pour une offre de prix et nous étions plus chers pour la menuiserie. J'ai pu lui expliquer que je pouvais arriver au même prix, il suffisait que je fasse fabriquer les châssis en Pologne mais que c'était au détriment de l'emploi local. Il a compris et accepté de payer plus cher. Que l'on me comprenne bien, je n'ai rien contre les

étrangers qui viennent travailler ici. Au contraire, je les plains car leurs conditions sont difficiles. En ce qui nous concerne, notre zone d'activité autour de notre siège à Hamois est globalement d'une heure de route afin que les ouvriers n'aient pas des déplacements longs et de trop lourdes journées de travail.»

L'entreprise emploie une soixantaine de personnes dont une trentaine de maçons et une dizaine de menuisiers. Un mariage rare dans le secteur. «C'est

lents et travaillons aussi bien sur des chantiers d'un jour que sur des chantiers de trois ans. Il faut également souligner que notre secteur devient de plus en plus technique et que cela se reflète aussi dans l'augmentation des coûts.»

## Bouche à oreille

En investissant dans la formation et l'apprentissage, la société Macors a clairement une vision de long terme qui paie chaque jour auprès d'une clientèle que



**GÉRARD SEVRIN, GÉRANT DE MACORS**

«Nous devons investir dans nos jeunes et leur donner des perspectives d'avenir.»

vrai, mais c'est un mariage qui permet un réel échange entre les deux métiers», note Gérard Sevrin. Cette année, Macors prévoit un chiffre d'affaires de l'ordre d'une dizaine de millions d'euros. Un beau résultat dans un contexte difficile. «Ce n'est pas facile pour le secteur de la construction actuellement. Pour notre part, nous essayons d'être polyval-

l'on retrouve pour l'essentiel dans la province de Namur et alentours, Bruxelles compris. Une clientèle qui se recrute via le bouche à oreille - l'entreprise ne faisant pas de publicité. Et elle prouve également que la jeunesse dans nos régions est une richesse qui ne demande qu'à être valorisée pour le bien de tous.

© G.V.D.N.

# SANS INFORMATION VOTRE ENTREPRISE EST AVEUGLE COMME UNE TAUPE



#### Ouvrez vos yeux avec Trends Top:

- ✓ Vous prenez connaissance des données détaillées de **400.000 entreprises**.
- ✓ Vous sélectionnez les **contacts sains** et découvrez quels **clients** courent un **risque**.
- ✓ Vous exportez pas moins de **2.500 contacts** par an.
- ✓ Vous suivez jusqu'à **500 entreprises** et **10 secteurs**, grâce au **service d'alerte**.
- ✓ Vous disposez d'un **accès illimité** à des **rapports financiers** concis avec **conseil de crédit**.

T 02 702 71 21  
TRENDSTOP.BE

Trends Top XL – Plus besoin de lunettes!

HUET BOIS

# Ressources locales

Nichée au cœur des Ardennes, la société Huet Bois est active dans la vente de bois ronds en résineux qu'elle exporte dans toute l'Europe.

**H**uet Bois, ou de son nom complet Exploitations Forestières Georges Huet, a été créée en 1947 par Georges Huet au départ d'une petite exploitation forestière. Il commence ensuite le commerce de bois rond et étoffe progressivement sa gamme à des piquets, des bois de mines, des grumes de sciage, etc. A sa mort en 1978, la société est reprise par certains de ses enfants et son fils Christian en devient

demande en termes de dimension, diamètre et traitement. Notre gamme s'étend de produits semi-finis comme des piquets, tuteurs, étaçons à des produits hautement finis destinés aux tables de jardin, jardinières et chalets.»

## Filière bois

L'entreprise Huet est emblématique de la province de Luxembourg et de l'une de ses principales richesses: le bois. La matière première provient à 99%

l'Irlande, l'Italie et l'Allemagne. Depuis peu, elle exporte également hors Europe, notamment en Afrique ainsi que dans des départements français d'outre-mer. «Cette grande exportation ne représente que quelques pour cent de nos ventes, tempère Loïc Vinckenbosch. Nous pourrions nous développer davantage sur de nouveaux marchés mais nous entendons d'abord privilégier nos clients de longue date tant en Belgique qu'en Europe.»

Depuis 2006, l'entreprise familiale est passée d'un stade artisanal à un stade industriel. Elle a bien traversé la crise en surfant sur la vague des énergies renouvelables mais surtout en investissant dans des moyens de production qui lui ont permis de répondre à une demande qu'elle ne pouvait plus satisfaire. Son chiffre d'affaires tourne aujourd'hui autour de 8 millions d'euros, soit le double de celui réalisé en 2006. Elle emploie une trentaine de collaborateurs. «Globalement, notre filière est en croissance et nous en profitons, poursuit Loïc Vinckenbosch. La construction est un secteur qui fait de plus en plus appel au bois, par exemple.»

## Gestion durable

La forêt wallonne produit chaque année 1,5 million de m<sup>3</sup> de résineux sur 540.000 ha soit 32% du territoire wallon. Huet Bois exploite surtout les éclaircies en ayant encore recours aux moyens traditionnels, comme le débardage chevalin. Elle entend valoriser au mieux les jeunes bois en produisant une gamme complète de bois ronds certifiés par le label de gestion durable des forêts PEFC. Société familiale, Huet Bois s'inscrit parfaitement dans la vague durable qui entend également privilégier les ressources locales et, par extension, les producteurs locaux.

© G.V.D.N.



BELGAIMAGE/RUDY LAMBORAY

## CHRISTIAN HUET, ADMINISTRATEUR DÉLÉGUÉ DE HUET BOIS

L'entreprise est passée ces dernières années du stade artisanal au stade industriel.

l'administrateur délégué. «L'entreprise est l'une des seules de son secteur à focaliser son *core business* uniquement sur le bois rond en résineux, explique Loïc Vinckenbosch, responsable administratif et financier. L'outil de production a été pensé et réalisé en interne par notre propre équipe de mécaniciens. Il nous permet de répondre à n'importe quelle

de la province. Bon an mal an, la société ardennaise usine plus de 86.000 m<sup>3</sup> de bois, dont plus de 26.000 m<sup>3</sup> de découpes (produits semi-finis et finis) et 30.000 m<sup>3</sup> de grumes de sciage. Si la production est on ne peut plus locale, les débouchés sont internationaux à 60%. Les principaux marchés à l'export sont les Pays-Bas, la France, la Grande-Bretagne,