

business

wapi

AOÛT-SEPTEMBRE 2025 | BIMESTRIEL

Portrait : Du hangar wallon à la franchise internationale : l'odyssée BattleKart

ÉDITO

Et si la rentrée était aussi celle des compétences ?

À l'heure où la rentrée scolaire rime avec nouveaux départs et reprogrammation des priorités, les entreprises ont elles aussi l'opportunité de se recentrer sur l'essentiel : le développement des compétences.

Dans un contexte économique en constante évolution, la formation professionnelle ne se résume plus à une obligation légale. Elle devient un véritable levier stratégique pour anticiper les mutations, fidéliser les talents et soutenir la compétitivité. Et cela, quel que soit le secteur d'activité : industrie, commerce, services, construction, technologies... tous sont concernés par les transformations en cours et la nécessité de renforcer l'agilité des équipes.

Chez AKT - CCI Wallonie picarde, nous croyons fermement que la montée en compétences est un facteur clé de résilience pour les entreprises de notre territoire. C'est pourquoi nous avons conçu un catalogue de formations ciblées, pensées pour répondre aux besoins concrets des dirigeants, managers et collaborateurs : techniques, soft skills, digitalisation, leadership...

C'est dans cette optique que nous avons également développé un partenariat avec la Maison de la Formation, qui propose des contenus complémentaires aux nôtres, permettant d'enrichir encore l'offre disponible pour les entreprises du territoire.

Mais notre engagement dépasse la seule formation continue : préparer l'avenir, c'est aussi accompagner les jeunes dès leur formation initiale. En soutenant l'apprentissage, l'alternance et les partenariats écoles-entreprises, nous contribuons à créer des passerelles solides entre éducation et emploi.

En cette rentrée, nous invitons les entreprises à ne pas simplement "cocher une case", mais à saisir une vraie opportunité : celle de faire grandir les femmes et les hommes qui composent leur organisation, aujourd'hui et demain.

Former, c'est investir. Investir dans l'humain, c'est garantir un avenir plus agile, plus innovant, plus performant.

Pierre Delcoigne
Président AKT CCI Wapi



SOMMAIRE

ÇA S'EST PASSÉ EN WAPI 3-4

- Assemblée Générale 2025
- Cyclisme, réseau et convivialité : une journée VIP au Tour de France
- Plongée dans les valeurs et les défis du Festival LaSemo

PORTRAIT 8-9

Du hangar wallon à la franchise internationale : l'odyssée BattleKart



VIE DES ENTREPRISES

- Con Mio
- Consullex
- Drafil
- Hôtel Hemera
- Lab9 Pro
- Waaaw
- Trustteam Wallonie SA



L'ENQUÊTE 16-17

En tant qu'employeur, vous pouvez encourager le « zéro absentéisme »

ÇA S'EST PASSÉ EN WAPI

Assemblée Générale 2025 : bilan d'une année dynamique et projection vers l'avenir

Fin juin, AKT - CCI Wallonie picarde a tenu son Assemblée Générale annuelle, marquant la clôture d'une année particulièrement riche en projets, collaborations et actions concrètes au service du développement économique régional.

Au-delà du bilan chiffré et des réalisations partagées, cette rencontre a surtout mis en lumière la force vive du réseau : celle

d'entrepreneurs, dirigeant-e-s et partenaires qui s'investissent avec conviction, partageant leur expérience, leur vision et leur énergie.

Dans une ambiance conviviale, cet événement a souligné l'importance de l'intelligence collective et de l'engagement local. Chaque membre, par sa contribution, participe activement à faire grandir un réseau dynamique, représentatif et tourné vers l'avenir.



Un grand moment d'échange et de cohésion, clôturé autour d'un verre estival, qui annonce une nouvelle année pleine de perspectives pour la communauté AKT.

Cyclisme, réseau et convivialité : une journée VIP au Tour de France

À l'occasion du passage du Tour de France 2025, l'équipe Intermarché-Wanty, en partenariat avec AKT - CCI Wallonie picarde, a offert aux entrepreneurs de la région une expérience exclusive au cœur de l'événement sportif le plus suivi au monde.

Installés dans le cadre exceptionnel de la Ferme des Templiers (Traiteur Biez), les participants ont profité d'un accès VIP aux abords de la course. Au programme : ambiance festive autour du passage de la caravane publicitaire, walking

dinner, rencontres entre dirigeants et moments d'échange informels dans une atmosphère à la fois sportive et détendue.

Cette journée a brillamment démontré comment le sport peut devenir un levier de networking et de dynamique

territoriale, en créant des ponts entre passion, visibilité régionale et développement économique.

Une initiative saluée par les participants, qui en garderont le souvenir d'un moment fort en rencontres humaines et émotions partagées.



Plongée dans les valeurs et les défis du Festival LaSemo

Dans le cadre de ses initiatives de découverte économique et territoriale, AKT - CCI Wallonie picarde a récemment organisé un Wapitour exceptionnel au Festival LaSemo, événement emblématique de la région.

Les participants ont eu l'opportunité de plonger dans les coulisses de l'organisation d'un festival majeur, alliant logistique, gestion de projets, partenariats et durabilité. Une visite guidée par le Directeur du Festival, Samuel Chappel et Raphaëlle

Aiglon, qui a permis de mettre en lumière les nombreux défis – mais aussi les bonnes pratiques – qui soutiennent un tel événement depuis plus de 15 ans.

Ce Wapitour s'est révélé être une expérience enrichissante, mêlant échanges professionnels et découverte culturelle dans un cadre à la fois familial et écoresponsable.

Une initiative qui démontre, une fois de plus, la richesse du tissu culturel et entrepreneurial de la Wallonie picarde.

Business Against Cancer : Les entreprises se mobilisent pour la bonne cause !



Entretien avec Dominique Duhayon, CEO de Masana & Intersysto

Le 26 juin 2025, une première belge a vu le jour à Tournai Ouest : un événement caritatif unique en son genre, le Business Against Cancer (BAC), mêlant sport, entreprise et solidarité. Aux commandes, un entrepreneur bien connu du tissu économique local, Dominique Duhayon, CEO des entreprises Masana et Intersysto, toutes deux actives dans le secteur de la santé.

Une conviction née de l'engagement personnel

Depuis huit ans, Dominique Duhayon est un pilier logistique du Relais pour la Vie. En 2024, il franchit une nouvelle étape : transformer cet engagement personnel en mobilisation entrepreneuriale. Le déclic survient lors de l'édition 2024 du Relais pour la Vie, en échangeant avec Nicolas Macau, autour d'un projet plus axé sur les entreprises. L'idée d'un événement sportif et solidaire au cœur d'une zone d'activité économique émerge.

« En tant qu'entrepreneur, et avec deux entreprises engagées dans la santé, cette cause résonne profondément. Pour toute notre équipe, c'est notre raison

d'être d'aider les personnes malades et vulnérables. Porter un événement comme celui-ci, c'est cohérent. Et c'est aussi une manière de donner du sens à notre engagement entrepreneurial. »

Un défi collectif, un pari réussi

Les discussions sérieuses débutent à l'automne 2024, mais c'est entre février et mars que le projet prend son envol. Dominique rassemble autour de lui quelques partenaires clés du bassin économique tournaisien. En avril, le top départ est donné, malgré un timing serré.

« C'était ambitieux. On savait qu'on partait tard. Mais l'énergie, la volonté, et surtout la diversité du comité organisateur ont été notre force. Il n'y avait ni étiquette, ni exclusivité d'un partenaire : juste un objectif commun de soutenir la Fondation contre le Cancer. »

Une mobilisation hors norme dans le Zoning de Tournai Ouest

Résultat ? 60 équipes, plus de 500 sportifs et 25.408 € récoltés au profit de la Fondation contre le Cancer. Le tout dans une ambiance fédératrice, avec un parcours vélo et une course à pied à travers le zoning, en passant par des entreprises emblématiques comme

NEGUNDO Business Sport Center, Banque Alimentaire, ModuHome ou encore Decaluwé.

100 % des inscriptions et dons ont été reversés à la Fondation. Et 100 % des participants interrogés ont déclaré vouloir revenir... preuve d'un engouement réel.

Un modèle à dupliquer partout en Belgique

Cette première édition, suivie de près par la responsable nationale de la Fondation, était aussi un test grandeur nature pour un concept appelé à se développer. « On voulait montrer que c'était possible, même en Wallonie où on dit souvent qu'on est à la traîne. Et bien, en Wapi, on l'a fait. »

Verviers devrait devenir la seconde ville belge à accueillir la prochaine édition dès octobre. Le BAC de Tournai devient un modèle, un outil de cohésion économique et sociale à répliquer.

Rendez-vous est déjà pris pour 2026 à Tournai.

Un événement qui n'aurait pas vu le jour sans Dominique Duhayon à la baguette & tous les partenaires de l'événement : notélé, IDETA, WAPINVEST, AKT CCI Wallonie picarde et les équipes de Masana & Intersysto. Il ne reste qu'à remercier ceux qui ont eu confiance en ce projet : IFC - International Fire Control, DESCARIMMO, Technord et Groupe Dufour, Desobry, The Belgian Biscuitier, Thiébaud, Fit Ta Vie & Herphelin.



Belgian Chambers a 150 ans : un pont entre le passé et l'avenir



Le 25 septembre 2025, la Fédération des Chambres de Commerce belges fêtera ses 150 ans d'existence. Un jalon qui invite non seulement à se tourner vers le passé, mais surtout à regarder vers l'avenir.

« Nous sommes jeunes de 150 ans, pas vieux », déclare le président René Branders. « Notre rôle aujourd'hui est plus pertinent que jamais. »

Les racines des chambres belges plongent loin. La première a vu le jour en 1665 à Bruges, suivie par Gand et Bruxelles. La création de la Fédération en 1875 a marqué le début d'une nouvelle phase : le soutien de chambres indépendantes, constituées de droit privé, proches de leurs entrepreneurs.

Aujourd'hui, Belgian Chambers réunit treize chambres régionales et plus de quarante chambres bilatérales à l'étranger. Cette

évolution a été rendue possible grâce à un système d'accréditation rigoureux et aux vagues de fusions de la fin du XXe siècle.

« Par l'agrandissement des structures et des alliances comme AKT, Voka, Beci et AVED-IHK, nous sommes à la fois ancrés localement et ramifiés internationalement », explique Wouter Van Gulck, directeur général. « Nous combinons proximité et puissance globale. »

À travers les réseaux internationaux Eurochambres et ICC, les chambres sont en contact direct avec les décideurs au niveau européen, voire mondial. C'est ce qui fait leur singularité.

« Aucune autre organisation n'est capable de soutenir les entrepreneurs à autant de niveaux en même temps », affirme Branders. « Depuis un permis dans une commune

wallonne jusqu'à une opportunité d'exportation en Asie. »

Pourtant, le principe de base reste inchangé : la chambre comme bâtisseur de ponts. Entre entreprises, entre entrepreneurs et autorités, et entre besoins locaux et opportunités internationales. Van Gulck souligne : « Nous sommes une tierce partie de confiance dans un monde de plus en plus complexe. »

Avec 150 ans d'histoire comme fondation solide, Belgian Chambers continue de construire un avenir où l'entrepreneuriat, la coopération et les connexions internationales sont au centre. Branders conclut : « Nous relierons les mondes. Et nous continuerons à le faire pour les 150 prochaines années. »

Exportations - Bilan du second trimestre 2025 pour AKT CCI Wapi : une légère augmentation des Certificats d'Origine par rapport au premier trimestre.

Au second trimestre 2025, AKT CCI Wapi, organisme chargé de la délivrance des Certificats d'Origine (CO) pour les entreprises exportant hors de l'Union Européenne a enregistré un total de 2910 CO délivrés.

Principaux pays d'exportation - Top 4

Les entreprises exportatrices de la région ont principalement orienté leurs produits vers les marchés suivants :

- Brésil : 257
- Etats-Unis : 172
- Mexique : 158
- Arabie Saoudite : 144

Il convient de noter que ce top 4 reste pratiquement semblable à celui du premier trimestre. Les pays principaux restent les mêmes, seul leur positionnement dans le top 4 diffère. De plus, il est important de savoir que le climat international actuel varie en fonction de l'actualité économique, ce qui peut faire différer les données.



Autres services internationaux rendus par AKT CCI Wapi

En complément de la délivrance des Certificats d'Origine, AKT CCI Wapi a également assuré les services suivants pour les entreprises :

- Carnets ATA : 10
- Traduction SIE : 3
- Dossiers ambassade : 31

« Des grands jalons, votre histoire, traduite en événements inoubliables »



Rencontre avec Stéphanie van Domburg, fondatrice de l'agence événementielle Con Mio

Créée en 2023, Con Mio est une jeune entreprise événementielle portée par la passion et l'expérience de sa fondatrice, Stéphanie van Domburg. Avec un solide parcours dans l'événementiel et marketing dans le FMCG, elle met aujourd'hui son savoir-faire au service des entreprises en quête d'événements sur mesure.

« J'ai lancé Con Mio en juin 2023 pour continuer à exercer ce qui m'anime profondément : l'organisation d'événements avec une histoire », explique Stéphanie. Issue du monde du marketing et brand awareness, elle découvre très tôt un attrait particulier pour l'événementiel. « C'est dans le cadre de mon précédent emploi que j'ai pris conscience de cette passion. L'idée de me lancer est venue naturellement, encouragée par mon mari », poursuit-elle.

Le nom de l'entreprise, Con Mio, signifiant « avec moi » en italien, reflète bien sa philosophie : personnalisé, engagement et authenticité.

L'événementiel d'entreprise comme moteur créatif

Si Stéphanie a débuté dans l'organisation de mariages, baptêmes ou autres célébrations privées, c'est aujourd'hui dans l'événementiel corporate qu'elle s'épanouit pleinement.

« Ma volonté première est de comprendre l'ADN de l'entreprise afin de créer un événement qui lui ressemble. » Une approche sur mesure, qui donne lieu à des réalisations aussi originales que personnalisées. Elle évoque notamment la création d'un bar de champagne en carton, conçu spécialement pour s'aligner avec l'identité d'une société, ou encore les 10 ans de Battlekart, un événement marquant de son parcours. « Pour l'occasion, nous avons imaginé, avec nos partenaires, une structure lumineuse en harmonie avec l'univers de la marque. Ce fut un véritable succès. »

Des partenaires locaux pour des collaborations de confiance

Pour concevoir des expériences cohérentes et qualitatives, Con Mio s'appuie sur un réseau de partenaires de confiance, principalement locaux : « Je collabore régulièrement avec des entreprises telles que Domaine La Blommerie, Picobello, Holy Host

ou encore HD Technologie. Selon les besoins et la localisation de l'événement, je mobilise également d'autres prestataires spécialisés. »

Une offre en plein développement

Avec une approche humaine, créative et orientée client, Con Mio s'impose progressivement comme un acteur sérieux de l'événementiel professionnel. Sa fondatrice ambitionne de développer davantage le segment corporate, tout en continuant à privilégier la qualité et la personnalisation.

« Chaque événement est une page blanche. Mon rôle est de raconter l'histoire et la vision par nos événements tout en restant fidèle aux valeurs de l'entreprise. »





Consullex : rendre le conseil juridique stratégique à portée des entreprises

« Un réflexe, c'est Consullex », aime à répéter Emmanuel Maes, cofondateur de cette jeune structure juridique atypique, née d'une conviction simple mais puissante : le droit doit être abordable et accessible pour tous – particuliers comme entreprises.

C'est en 2023 que l'idée prend forme. À l'origine, Emmanuel, juriste de formation, intervient en tant que freelance dans le secteur du notariat. Rapidement, des proches le sollicitent pour des conseils sur des baux, des achats immobiliers, des questions juridiques du quotidien. Le constat s'impose : entre le bouche-à-oreille et les réalités du terrain, nombre de particuliers comme de professionnels manquent d'un relais juridique réellement accessible, pour des raisons à la fois budgétaires et pratiques.

Avec son épouse Cindy Attakuy, qui prend en charge l'accompagnement client et la relation humaine, le couple décide de fonder Consullex, officiellement lancé début 2024 avec l'appui d'Entreprendre.wapi et du coach Sébastien Beel.

De l'accompagnement B2C au conseil stratégique B2B

Après une première année d'activité, Consullex évolue. Si l'accompagnement des particuliers demeure dans son ADN, la demande des professionnels et PME se fait de plus en plus pressante.

L'entreprise redéfinit alors sa mission : se concentrer sur le B2B, avec un mode de fonctionnement simplifié, sans démarche commerciale agressive. L'objectif : établir une relation de confiance, directe et humaine, avec une seule personne de contact, à l'écoute des besoins concrets.

« Aujourd'hui, depuis mai, nous vivons exclusivement de Consullex. Les objectifs fixés sont dépassés depuis plusieurs mois et nos formules d'abonnement devraient nous permettre d'atteindre un chiffre d'affaires inespéré pour notre première année complète », souligne Emmanuel.

Une alternative humaine et agile aux grandes structures

Consullex se positionne aujourd'hui comme une alternative qualitative mais accessible à de nombreuses solutions de conseil présentes sur le marché. « Nos clients ont droit à un conseil juridique de qualité sans devoir y consacrer des sommes astronomiques. Le but, c'est de pérenniser l'activité des entrepreneurs, pas de les plomber financièrement », explique-t-il.

L'offre s'articule autour de formules d'abonnement mensuel, avec une logique de continuité : chaque mois, une rencontre, un point sur les problématiques rencontrées, des actions définies. Cette approche permet

de mettre en place une veille juridique proactive, notamment via des audits gratuits proposés aux entreprises.

Parmi les clients fidèles, Pulpe (réseau de franchises), Battlekart, Name at Work, tous séduits par la capacité de Consullex à s'adapter et à parler le même langage qu'eux.

Le droit, levier de croissance sociale

L'une des grandes forces de Consullex, c'est aussi sa vision sociale de l'entrepreneuriat. Loin de se limiter à la rédaction de contrats, la structure prépare les entreprises à affronter les défis juridiques actuels : droit social, inspections potentielles, négociations contractuelles...

Pour Emmanuel et Cindy, l'entreprise reste avant tout une aventure humaine : « C'est le lien que nous créons avec nos clients qui fait notre différence. Le droit ne peut pas être un simple service technique. Il est au cœur de la stratégie et de la durabilité d'une activité. »

Avec une croissance rapide, des clients satisfaits et un modèle d'abonnement déjà éprouvé, Consullex vise haut mais reste fidèle à ses valeurs : accessibilité, proximité et impact.



Du hangar wallon à la franchise internationale : l'odyssée BattleKart

Née d'un projet étudiant en Wallonie, BattleKart est aujourd'hui une entreprise en forte croissance, à la croisée des secteurs du divertissement, de la technologie.

En combinant karting électrique et réalité augmentée, la société a bâti un modèle économique fondé sur la franchise, avec 60 centres en développement dans le monde. Entre innovation technologique, stratégie d'expansion internationale et engagement écoresponsable, BattleKart incarne une nouvelle génération d'acteurs du loisir.



Rencontre avec Sébastien Millecam, CEO de BattleKart

Il y a dix ans, dans les couloirs de la faculté polytechnique de Mons, un jeune ingénieur civil passionné d'informatique et de jeux vidéo défendait un projet original pour son travail de fin d'études. Son ambition ? Fusionner le karting traditionnel avec

les codes du jeu vidéo pour créer une expérience de loisir totalement inédite. Ce projet étudiant est devenu BattleKart, une success story belge à rayonnement international.

De l'idée au prototype

« Ce n'était pas mon TFE au départ, c'était une idée que j'ai d'abord présentée dans quelques concours d'entrepreneuriat. Ensuite, j'ai

demandé à pouvoir en faire mon travail de fin d'études », raconte Sébastien, fondateur et CEO. En 2013, un premier prototype voit le jour : un kart équipé pour interagir avec des effets visuels projetés au sol. L'année suivante, le financement est bouclé, et en 2015, BattleKart ouvre son premier centre dans un entrepôt industriel en Wallonie.

Le choix du bâtiment n'a rien d'anodin : il fallait trouver un espace immense sans poteaux, avec parking, permis d'exploitation pour les loisirs et un loyer abordable. « On a eu de la chance, on a trouvé ce bâtiment à un moment où c'était extrêmement compliqué, surtout pour un jeune entrepreneur de 26 ans, sans CV solide. »



Une expansion mondiale

Aujourd'hui, BattleKart compte 60 centres ouverts ou en développement à travers le monde, de la Belgique à l'Australie, en passant par le Mexique, et bientôt les États-Unis et la Malaisie, pour ne citer que ces pays. Le modèle économique repose sur la franchise. « C'est ce qui nous permet de croître rapidement tout en gardant une maîtrise du concept », explique Sébastien. L'objectif à long terme est ambitieux : atteindre 2 500 centres dans le monde, en prenant comme référence le marché du bowling.

Un concept technologique et ludique

BattleKart ne se contente pas d'être un karting. C'est une plateforme de jeu en réalité augmentée grandeur nature, où les joueurs interagissent avec leur environnement à travers des projections dynamiques et un système de géolocalisation précis. « Notre technologie nous permet d'imaginer une infinité de modes de jeu », précise le fondateur. Dernière innovation en date : le TrackCast, un outil qui permet de projeter des médias (vidéos, images, sons) sur la piste, avec des usages allant de la sécurité routière à la mise en scène artistique.

Une vision durable

Pionnier dans l'âme, Sébastien revendique aussi une conscience écologique très ancrée : « Depuis toujours, on essaie de faire les choses bien, naturellement. Nos karts sont électriques, nos bâtiments sont équipés de panneaux solaires, et on a installé des bornes de recharge pour le personnel. » Même les moindres détails comptent : les projecteurs s'éteignent automatiquement entre les parties pour économiser de l'énergie. « Être éco-responsable, c'est bon pour la planète, mais aussi pour la rentabilité. »



Le défi du recrutement et de la culture d'entreprise

La société emploie aujourd'hui une équipe d'une cinquantaine de personnes, dont une bonne partie travaille sur la R&D. « On garde une ambiance start-up. On recrute des gens qui partagent nos valeurs et qu'on peut faire grandir avec nous. » BattleKart se distingue par une culture d'entreprise forte, où les collaborateurs peuvent jouer librement, expérimenter, et surtout ressentir les effets concrets de leur travail. « C'est gratifiant pour un développeur de voir son code s'animer sur une piste. »

Accessibilité et mission sociale

Au cœur du projet, une mission claire : rendre l'expérience BattleKart accessible au plus grand nombre. « Plutôt que d'augmenter nos prix, on les a baissés cette année, de 20 à 19,50 € », explique Sébastien. « On pense que c'est un choix rentable à long terme, parce qu'un produit accessible attire plus de monde, renforce la notoriété et motive les équipes. »



Soutenu par **WAPInvest**

Une stratégie mondiale, mais locale

Pour renforcer sa présence à l'international, BattleKart mise sur l'ouverture de bureaux à l'étranger, notamment aux États-Unis et en Allemagne. « Il faut être proche du terrain pour adapter la communication, soutenir les franchisés et mieux comprendre les marchés locaux. » Ce pragmatisme va de pair avec une rigueur technologique : le système anti-collision par exemple, continuellement amélioré, assure une sécurité optimale et une expérience fluide.

Un avenir encore à construire

BattleKart, c'est plus qu'un jeu. C'est un écosystème innovant en pleine expansion, nourri par la passion, la technologie, l'expérience client... et une vision claire. Sébastien Millecam le résume simplement : « On veut partager l'expérience BattleKart avec le plus grand nombre. C'est notre mission, notre boussole. »



Le fil de fer ... fil conducteur de la stratégie européenne de Drafil !



Entretien avec François Vuylsteke, Directeur Général de Drafil

Drafil est aujourd'hui un acteur reconnu dans le domaine de l'aménagement de points de vente et des produits filaires dans le monde de la logistique. Tout a commencé... avec un simple fil de fer ?

François Vuylsteke :

C'est exact. À l'origine, notre entreprise transformait... du fil de fer pour toute sorte d'applications. Ce matériau, aussi discret que présent dans notre quotidien, est devenu notre fil rouge. Les générations qui nous ont précédés, ont transmis de père en fils, cette passion et ce savoir-faire. C'est peu après 1945 que la famille s'est installée dans la "Villa des Roses", et qui a commencé son atelier de fabrication d'articles ménagers – des objets simples, comme des fouets de cuisine.

Un héritage artisanal devenu industriel ?

Oui, chaque génération a apporté un nouvel élan à l'entreprise, en fabriquant notamment des cages à oiseaux – de nos jours, sur le grand Mouscron, l'usine est encore surnommée « l'entreprise de cages à oiseaux ». Ensuite, sont venus les grilles pour barbecue... et c'est avec la troisième génération, que l'orientation vers le rayonnage et l'aménagement de magasins s'est affirmée. D'abord comme simple sous-traitant pour des enseignes bien connues en Belgique. Aujourd'hui, nous réalisons des aménagements complets de surface de vente, comme ceux de l'enseigne **Tom & Co**.

Le fil de fer ne vous a jamais quitté...

Non, c'est notre fil rouge. Il reste notre matière de base, notre savoir-faire initial. Mais nous l'avons sublimé,

transformé, enrichi – en l'associant à la tôlerie industrielle, le travail du tube, les finitions tel que l'époxy, et depuis quelques années la menuiserie. Nous proposons désormais des solutions techniques et ingénieuses : de l'agencement standardisé aux projets 100% personnalisés. Chaque enseigne a son identité, et nous sommes là pour la transformer en « expérience » pour le consommateur.

Vous évoquez souvent l'agilité comme un mot-clé de votre stratégie. Pourquoi ?

C'est ce qui nous distingue. Nous sommes devenus assez grands pour livrer des projets paneuropéens, mais assez souples pour travailler vite, bien et avec proximité. Cette agilité nous a permis de **grandir à l'échelle européenne**, tout en gardant notre esprit familial. Drafil continue sa croissance,

nous sommes aujourd'hui installés sur **cinq sites industriels** : à Mouscron naturellement, mais aussi dans le Centre de la France (Orléans, Goupil), en Espagne (Barcelone, Metalmalla) et en Roumanie (Cluj, Drafil). Cela nous permet de **couvrir efficacement l'Europe** et d'être au plus proche de nos clients, ou de les accompagner dans leur croissance.

Justement, parlons de vos dernières acquisitions.

Quelle est votre stratégie ?

Les dernières acquisitions ont toujours été motivées par la complémentarité et la zone d'implantation industrielle recherchée. L'intégration de **Metalmalla** en Espagne, par exemple, nous permet désormais de proposer des techniques pour la **logistique et les entrepôts** : platelages, grilles antichute, éléments invisibles mais essentiels à leur performance.

Une anecdote d'ailleurs dans le cadre de l'acquisition de Metalmalla, nous avons renforcé notre collaboration avec **Stow**, un voisin géographique avec qui nous avons pourtant peu de contacts auparavant !

Comment se structure aujourd'hui votre stratégie commerciale ?

Le groupe se structure avec un Board, dans lequel nous a rejoint récemment un **directeur commercial**, pour assurer une meilleure synergie entre nos équipes commerciales, ainsi que nos sites industriels. Chaque entité doit pouvoir profiter de la croissance « européenne » de nos clients, et des compétences propre à chaque usine.

Nous venons aussi d'inaugurer un nouveau bâtiment à Mouscron, cofinancé par **ING** et **Wapinvest**, et avons investi dans des **machines semi-automatisées** pour répondre à des cahiers des charges toujours plus exigeants.

Un marché qui évolue constamment, non ?

Très vite, oui. Pour le secteur de l'agencement de magasin, les nouveaux concepts se suivent rapidement. Chaque enseigne est en permanence occupée de remodeler son espace de vente. Dans les enseignes spécialisées (bricolage, animaleries, sport, ...), le cycle remplacement des agencements est encore plus rapide. Il faut sans cesse **repenser, recycler, adapter**.

Quels sont les objectifs pour les années à venir ?

Nous employons aujourd'hui plus de **300 personnes** sur nos 5 sites, avec un **chiffre d'affaires de plus de 65 millions d'euros**. L'ambition ? Faire partie des leaders dans nos deux métiers en Europe. Garder cet esprit de « challenger » qui nous correspond bien. **Et rester attentif aux belles opportunités qui se présentent actuellement sur le marché.**

Notre génération portera **DRAFIL** jusqu'aux frontières de l'Europe, avec quelques beaux projets industriels (à venir).

Le mot de la fin ?

Ne pas perdre de vue d'où l'on vient. Garder cet ancrage industriel, nous restons **des transformateurs de fil avant tout**, mais avec une ambition forte et européenne. Les quatre générations ont bâti une entreprise reconnue et bien positionnée. Nous comptons bien garder cette position... tout en continuant à évoluer avec sincérité, technicité, curiosité, et passion.



Soutenu par **WAPinvest**





Hôtel Hemera : Serge Di Girolamo redonne vie à l'ancien Hôtel Cathédrale

Déjà aux commandes de l'Hôtel Alcantara, Serge Di Girolamo poursuit son aventure hôtelière à Tournai avec un nouveau défi d'envergure : la renaissance de l'ancien Hôtel Cathédrale, transformé en Hôtel Hemera, dont l'ouverture a été actée au cours de l'été 2025.

Créé en 1991, l'Hôtel Alcantara a été repris par Serge Di Girolamo en 2017. En huit ans, l'établissement a connu une véritable métamorphose : rénovation, agrandissement, création de 11 chambres supplémentaires et modernisation des espaces communs.

Malgré la crise du Covid, l'hôtel a su tirer profit de cette période pour se réinventer. Résultat : entre 2017 et 2024, l'Alcantara a doublé son chiffre d'affaires, au point de devoir parfois refuser des clients. Une preuve qu'à Tournai, la demande est bien présente.



Hemera : un projet ambitieux pour dynamiser Tournai

Fort de cette expérience, Serge Di Girolamo s'attaque aujourd'hui à un chantier encore plus ambitieux : l'Hôtel Hemera. Anciennement Hôtel Cathédrale, le bâtiment a été entièrement repensé.

- 44 chambres opérationnelles et 13 encore à venir prochainement.
- Deux salles dédiées aux événements, l'une de 75 m², et l'autre de 170m², idéales pour séminaires, formations et événements d'entreprise, mais aussi aux événements privés en tout genre.
- Une grande terrasse dans la cour extérieure avec vue imprenable sur la cathédrale
- Un bar convivial ouvert à tous y compris pour les déjeuner, brunch,...

L'Hemera a bénéficié du soutien financier de Wapinvest, preuve de l'ancrage régional du projet et de sa dimension stratégique pour le tissu économique local.

Une offre dédiée aux entreprises

Avec ses infrastructures adaptées aux groupes et aux séminaires, l'Hôtel Hemera souhaite désormais séduire la clientèle affaires. La polyvalence et la cohésion de son équipe de 6 à 8 collaborateurs, tous internalisés, garantissent une qualité de service constante et personnalisée.

« À l'Alcantara, nous étions souvent contraints de rediriger des clients vers d'autres hébergements, faute de capacité », explique Serge Di Girolamo. « Avec Hemera, nous répondons enfin à cette demande et ouvrons une nouvelle page pour l'accueil des entreprises à Tournai. »

Un enjeu plus large : redynamiser le tourisme à Tournai

Si l'ambition est claire côté business, le constat reste préoccupant : Tournai peine à attirer des touristes. Le défi pour l'avenir sera donc de transformer les séjours d'une nuit en véritables expériences prolongées, en capitalisant notamment sur les événements sportifs et culturels.

« Tant qu'il n'y aura pas une dynamique touristique, de nouveaux projets resteront difficiles à envisager », souligne l'entrepreneur.

Un signal fort pour l'avenir

Avec l'ouverture de l'Hôtel Hemera, Tournai dispose désormais d'une infrastructure hôtelière moderne et compétitive, capable d'accueillir entreprises, groupes et voyageurs exigeants. Un investissement qui dépasse la simple hôtellerie : il s'agit d'un levier pour l'attractivité économique et touristique de toute la région.



Soutenu par **WAPInvest**



Lab9 Pro, le partenaire IT « Apple » qui simplifie la vie des entreprises

Entreprise belge fondée il y a plus de 30 ans, Lab9 Pro accompagne les indépendants, professions libérales et PME dans leur transformation numérique. Spécialisée dans les solutions Apple pour les entreprises, Lab9 Pro est aujourd'hui le premier Apple Premium Partner B2B en Belgique, mais va bien au-delà des seuls produits Apple, en proposant une offre IT complète et un service sur mesure.

Lab9 Pro est aussi un centre agréé officiel de réparation Apple en Belgique, ce qui garantit aux clients des réparations conformes aux standards d'Apple, avec des pièces d'origine et un savoir-faire certifié.

« Nous voulons que nos clients puissent se concentrer sur leur métier en toute tranquillité. C'est à nous de prendre en charge leur environnement informatique, de l'installation à la maintenance », explique l'équipe Lab9 Pro.

Présent dans toute la Flandre, Wallonie et à Bruxelles, Lab9 Pro privilégie

la proximité et le contact humain. Cette implantation locale permet de bâtir une relation de confiance avec les clients, mais aussi d'être réactive pour toutes les interventions, que ce soit pour équiper un cabinet d'architectes en Mac, sécuriser le réseau d'une fiduciaire ou gérer les iPhone et iPad d'une entreprise en pleine croissance.

Au-delà d'Apple, Lab9 Pro intègre des solutions réseaux et sécurité (pare-feux, Wi-Fi, sauvegardes), Office 365, Adobe Creative Cloud et dispose même d'un centre de formation agréé Adobe unique en Belgique, preuve de son expertise et de son engagement à accompagner ses clients dans la durée.

Miser sur les talents et la durabilité

Lab9 Pro est avant tout une entreprise de passionnés. Ses collaborateurs, techniciens et account managers suivent des formations continues pour rester à la pointe des évolutions, tout en partageant des valeurs fortes : respect, esprit d'équipe et orientation client. Cette cohésion est un véritable moteur pour l'entreprise.

« Notre plus grande fierté, c'est notre équipe. C'est grâce à elle que nous pouvons offrir un service personnalisé et réactif. Nous construisons des relations durables, tant en interne qu'avec nos clients ».

Face aux défis actuels — pénurie de talents IT, évolution rapide des technologies, exigences environnementales croissantes — Lab9 Pro mise sur une croissance maîtrisée et responsable.

L'entreprise encourage la gestion durable des parcs informatiques et intègre des pratiques écoresponsables, du recyclage des appareils à l'optimisation énergétique.

Voir plus loin, ensemble

Lab9 Pro entend continuer à innover pour faciliter la vie des entreprises. « La technologie doit rester au service de l'humain. Nous voulons être le partenaire de confiance qui aide les entrepreneurs à évoluer sereinement, sans se soucier des contraintes informatiques ».





Waaaw, le petit frère créatif de Mediakod, qui voit grand !

**De la rencontre de trois passionnés
à la naissance de deux marques
complémentaires, Mediakod et Waaaw,
l'histoire s'écrit avec la même énergie :
dépasser le simple cahier des charges
pour laisser une empreinte. Retour sur une
aventure qui n'a jamais cessé d'évoluer.**

Pouvez-vous revenir sur vos débuts ?

En mai 2012, Vincent Bachely, Lionel Cloërec et Jérémy Reignier fondent Mediakod avec une idée simple : réunir des expertises complémentaires pour mieux répondre aux besoins de communication. Graphisme, développement web et motion design constituent les premiers piliers de l'agence et ouvrent la voie à une offre couvrant la vidéo, le print et le digital. Grâce à cette approche, Mediakod devient rapidement un acteur capable de gérer des projets complets. L'analyse, la documentation et la créativité guident chaque réalisation, tandis que l'équipe s' étoffe de nouveaux talents. En grandissant, l'agence s'impose comme un véritable architecte de communication.

Comment s'est faite la croissance de l'entreprise ?

Nos premiers projets sont venus grâce au bouche-à-oreille, notamment avec le Tournai Jazz Festival et sur le réseau économique et culturel local (CHOQ dont Vincent en est l'actuel président, IDETA et AKT CCI Wapi). Nous avons vite compris qu'un gestionnaire de projet était indispensable pour piloter les missions et traduire le langage technique auprès des clients. Cette approche nous a permis de grandir de manière maîtrisée, en nous entourant de freelances plutôt que de recruter massivement.

En quoi la période Covid fut bénéfique ?

Elle a agi comme une opportunité. Nous avons pris le temps de nous poser des questions simples : « Que fait-on de vraiment bien ? Que veut-on vendre ou tout simplement ne plus faire ? »

D'un côté, nous souhaitions pousser plus loin la performance et l'éco-conception dans le développement web. De l'autre, nous voulions libérer davantage notre créativité. Mais ces deux ambitions avaient parfois du mal à coexister sous une seule et même marque. La solution a été de clarifier notre positionnement avec la création de WAAAW en parallèle de Mediakod.

Pourquoi avoir choisi ce nom ?

Dans notre jargon, les projets où l'on pousse le curseur créatif au maximum sont appelés des « projets waouw » : ce sont ceux qui marquent les esprits, qui racontent une histoire. En y ajoutant trois « A », nous avons voulu symboliser notre démarche de recherche et développement, ainsi que notre volonté de nous diversifier dans l'industrie du divertissement à l'événementiel, en passant par la communication de marques.

Comment se complètent aujourd'hui Mediakod et Waaaw ?

Mediakod est la marque sous laquelle existe notre agence de développement web. Nous proposons de l'accompagnement et du développement de solutions numériques sur-mesure. Notre ADN : coder en œuvrant pour des résultats orientés performance, éco-conception et accessibilité.

waaaw.studio est la marque de la créativité et les contenus visuels qui marquent les esprits, racontent des histoires et donne vie à l'effet WAAAW. Notre mission est claire : donner vie à vos idées et créer des expériences visuelles qui marquent, en Belgique comme à l'international. Du motion design aux illustrations 2D & 3D, en passant par le design graphique, la direction artistique, la vidéo immersive ou encore les mappings vidéo monumentaux.

Pouvez-vous citer quelques réalisations emblématiques ?

waaaw.studio a eu l'honneur d'être invité par Antoine Manier et Les Rencontres Audiovisuelles à participer à une résidence de création dans le cadre du Vidéo Mapping Festival 2025. À Saint-Omer, la ville a souhaité célébrer la rénovation de sa place centrale : nous y avons conçu et signé un mapping

monumental, une véritable symphonie visuelle et pyrotechnique, réalisée en synergie avec l'ensemble des acteurs du festival. Ce projet, pensé et initié dans une dynamique collective, est le fruit d'une collaboration artistique riche et inspirée.

Nous avons également travaillé pour Amazon dans la création d'expositions interactives, produit des vidéos immersives pour Lutosa et des motions design pour Decathlon, ou encore imaginé des inaugurations fortes en émotions pour des hôpitaux comme

CHWAPI et Epicura. Côté Mediakod, nous avons par exemple tout récemment permis à la chaîne BX1 de disposer d'un site deux fois plus rapide et stable ou encore aux Cercles des naturalistes de Belgique de migrer vers une gestion de membres et de réservations en ligne totalement numérique.

Quelle est votre vision pour l'avenir ?

Nous voulons aller plus loin dans l'immersif digital : video mapping culturel, expériences interactives dans les musées, modernisation des supports

pour ramener le public. L'objectif est clair : marquer les esprits en associant créativité et nouvelles technologies.

En parallèle Mediakod continuera d'apporter une expertise de pointe dans le domaine du Web restant fidèle à ses approches de développement headless et d'éco-conception.

Et si vous deviez résumer votre philosophie ?

Nous aimons aller au-delà du cahier des charges. L'effet WAAAW résume bien notre démarche : créer un message mais surtout un impact. Après 13 ans, nous restons indépendants, guidés par la créativité et fidèles à nos valeurs. C'est sans doute ce qui nous rend les plus fiers : nous avons construit tout cela avec nos propres moyens et l'aventure ne fait que commencer.



Article illustrant le video mapping de Saint-Omer (La Voix du Nord)



Mediakod



Waaaw

Ghalan intègre Trustteam Wallonie SA – une fusion officialisée depuis le 1er juillet 2025

Depuis le 1er juillet 2025, Ghalan a intégré Trustteam. Riche d'une équipe de plus de 100 professionnels, Trustteam Wallonie offre aux entreprises un éventail de services comprenant l'installation et la maintenance. Ce changement marque l'aboutissement d'un processus d'intégration entamé il y a plusieurs mois. Il permet à l'entité de Tournai de renforcer sa présence sur la dorsale wallonne et de proposer une offre encore plus large à ses clients.

Un groupe en forte croissance

En 2024, le groupe Trustteam a réalisé un chiffre d'affaires de 150 millions d'euros et a collaboré avec plus de 8000 clients. L'intégration de Ghalan avec Trustteam Wallonie SA s'inscrit

dans cette dynamique de croissance et de consolidation de son expertise IT et télécom régionale.

Une offre élargie pour les clients

Grâce à la fusion, les clients bénéficieront de l'ensemble du portefeuille de produits et services de Trustteam Wallonie SA tout en conservant leur point de contact habituel. Les équipes resteront basées à Tournai, assurant ainsi une continuité de service optimale.

Ce portefeuille élargi fait de Trustteam Wallonie SA un point de contact unique pour tous les besoins IT et Télécom des entreprises.



En tant qu'employeur, vous pouvez encourager le « zéro absentéisme »

Près de quatre collaborateurs sur dix ne sont jamais malades, pas même un seul jour par an. C'est ce que nous révèle une étude à grande échelle menée par Mensura auprès d'environ 60.000 travailleurs.

La Dr Gretel Schrijvers, CEO de Mensura, explique les mesures incitatives visant à atteindre l'absentéisme zéro.



Dans le débat sur l'absentéisme, l'accent est généralement mis sur les personnes qui sont (souvent) absentes. Pourtant, certains travailleurs ne s'absentent jamais. Pour les organisations, il est intéressant de savoir ce qui caractérise ces collaborateurs qui ne sont jamais absents et quels facteurs jouent un rôle dans leur comportement.

Différences selon l'âge et le secteur

L'étude de Mensura met en évidence des différences notables entre les groupes de travailleurs. Les plus de 45 ans, par exemple, semblent se faire porter malades nettement moins souvent que leurs collègues plus

jeunes : 40,8% ont déclaré une année sans aucune maladie, contre 33,5% dans le groupe d'âge plus jeune.

Le type d'emploi joue également un rôle : les cadres affichent le taux d'absentéisme nul le plus élevé (51,2%), suivis des employés (37,2%) et des ouvriers (30,3%). Enfin, les managers (46%) se font porter malades nettement moins souvent que les non-managers (34,3%).

Importance de la motivation

La motivation joue un rôle crucial. Plus une personne est motivée, moins elle est susceptible de se mettre en arrêt maladie. Seul 1 collaborateur sur 5 qui

ne se sent pas motivé n'a pas manqué un seul jour de travail au cours de l'année précédant l'enquête. Chez les collègues très motivés, ce chiffre grimpe à près de 44%.

L'autonomie et la maîtrise de son propre travail contribuent également de manière visible à réduire l'absentéisme. La reconnaissance, les possibilités d'évolution et la cohésion sociale jouent un rôle important dans la motivation. Lorsque les collaborateurs se sentent considérés et appréciés, ils restent engagés et dynamiques. Investir dans le développement personnel et une culture d'équipe forte a donc un effet positif sur l'absentéisme nul.

Résilience et fatigue au travail

Le fait que l'absentéisme zéro soit moins fréquent chez les ouvriers et les femmes s'explique par plusieurs raisons. La pénibilité physique peut entraîner plus rapidement des problèmes de santé. Mais le degré d'implication dans les tâches domestiques peut également jouer un rôle. Il incombe clairement aux dirigeants et aux organisations d'engager le dialogue à temps et d'examiner les mesures préventives qui peuvent être prises.

Le bien-être des collaborateurs au travail a également un impact considérable. Les travailleurs qui envisagent de quitter leur emploi se portent plus souvent malades. Plus cette intention est forte, plus le taux d'absentéisme nul est faible. La résilience mentale joue aussi un rôle : les personnes résilientes restent plus souvent en bonne santé pendant toute l'année (39,8%) que celles qui ne le sont pas (28,3%).

L'accord de gouvernement Arizona souligne l'importance

d'une politique active en matière d'absentéisme. Nos chiffres confirment que l'absentéisme nul n'est pas seulement lié à la santé des collaborateurs, mais aussi à la prévention, à la culture et à la motivation, autant de facteurs sur lesquels l'employeur peut agir activement. Investir dans la confiance et le dialogue, c'est investir dans des résultats durables.

**Article paru initialement dans
Dynamisme d'AKT for Wallonia**



ILS SONT DEVENUS MEMBRES D'AKT CCI WAPI



- 1| **Excel Horse**
Fabrication d'aliments pour animaux de ferme
Contact : Libberecht Thiébaud



- 2| **Digiwapi**
Outil de gestion tout en 1 pour gérer la CRM, les devis, la signature en ligne, la gestion de projets jusqu'aux factures.
Contact : Stalon Mathieu



- 3| **Eleni Arvanitis**
Photographe
Photographe
Contact : Arvanitis Eleni



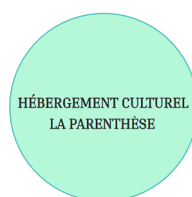
- 4| **Con Mio**
We create events of happiness.
Contact : Van domburg Stéphanie



- 5| **ABC Organisation**
Aménagement & agencement de vos espaces
Contact : Desmet Aurélie



- 6| **Rocridel**
Conseil en entreprise - M&A, Plateforme de commande béton
Contact : Brisson Jean-Marie



- 7| **Valoris Belgium**
Hébergement touristique et professionnel
Contact : Lejeune-Gustafsson Cécile



- 8| **Maugraph Studio Graphique**
Graphiste - Infographiste
Contact : Duray Maurine



- 9| **LPC Patrimoine - Les Nocturnales**
Spectacles
Contact : Petit Luc



- 10| **Mercier Van Lanschot**
Banque privée
Contact : Depoortere Yves



- 11| **Eric Abraham**
Ingénieur son & musicien producteur
Contact : Abraham Eric



- 12| **Polyphonit**
Service informatique pour PME - Comptabilité - Gestion Commerciale - Facturation électronique - Hébergement Cloud
Contact : Nuttens Xavier



- 13| **Ice Clean**
Nettoyage/décapage Cryogénique et Laser
Contact : Hespel Geoffrey



- 14| **Gland Studio**
Agence de stratégie, design & web
Contact : Galand Tristan



- 15| **Del Piazza**
Pizzeria, Foodtruck Pizzas
Contact : Masure Jonathan



- 16| **BOA Concept**
Pionniers de l'innovation intralogistique
Contact : Masquelier Thierry

Changement d'identité pour notre site internet : La transition numérique de la CCI Wapi vers AKT CCI Wapi

L'alliance AKT avec les Chambres de commerce et d'Industrie remonte maintenant il y a un an. La transition vers notre nouvelle identité s'est faite de manière engagée. Pourtant, certains projets prennent plus d'envergure. AKT CCI Wapi est fière de vous présenter son nouveau site internet aux couleurs d'AKT.

Pouvez-vous nous expliquer la mission que vous aviez confiée à Webiome ?

Sylvie Lericque : Nous avons missionné Webiome de refondre entièrement notre site internet selon notre nouvelle identité, AKT CCI Wapi.

Quel était le plus grand défi de ce projet ?

(S.L.) : Le plus grand défi était d'offrir à nos membres leur propre espace, leur lieu d'échange afin qu'ils puissent communiquer sur leur actualité. Ma volonté claire était d'avoir un site vitrine afin d'expliquer nos missions, nos services à nos non-membres mais surtout un espace réservé à nos entreprises membres. Nous voulions permettre à nos membres qu'ils puissent communiquer sur leur actualité mais aussi qu'ils puissent informer sur leurs besoins en matière de personnel ou de stagiaires. En conclusion, notre souhait était qu'ils puissent s'approprier notre nouveau site internet.

Qu'est-ce qui vous a convaincu de travailler avec Webiome ?

(S.L.) : Plusieurs de nos membres sont actifs dans le domaine de l'informatique et nous ne voulions décevoir personne. Même si choisir, c'est renoncer ! Webiome a donc répondu comme 11 autres membres à notre demande. Ludovic Moreau de Webiome a été le seul à me proposer de travailler en collaboration avec un autre membre et m'a ouvertement demandé si cela me posait un problème. En tant que Chambre de Commerce, il était évident que j'étais ravie de faire plaisir à deux membres plutôt qu'un. La collaboration et le travail d'équipe ne pouvait que nous offrir un meilleur résultat. C'est ainsi que la société Base Crème s'est jointe à l'aventure !

Comment s'est passée la collaboration avec Webiome ?

L'équipe a fait preuve d'un professionnalisme exemplaire et a su relever les différents défis qui se sont imposés avec brio. Mon équipe et moi-même ne sommes pas des experts de l'informatique, le langage n'était donc pas le même. Nous sommes qui plus est, une équipe passionnée par notre métier qui court souvent après le temps et donc en avons peu à consacrer à Webiome. Malgré les challenges que représente un tel projet, la collaboration avec Webiome s'est déroulée sans accroc et s'est même caractérisée par une communication fluide, une grande réactivité et une compréhension mutuelle.

Quels seront vos prochains défis ?

L'objectif maintenant est que nos membres apprécient notre nouveau site internet, l'utilisent et se l'approprient. Nous souhaitons aussi développer d'autres projets ambitieux tels que celui-là avec des partenaires de confiance comme Webiome !



Une production



Découvrez en exclusivité
notre nouveau site



AKT CCI
WALLONIE PICARDE ASBL
Rue du Follet 10, bte 003
7540 Kain



PB-PP1B-05422
BELGIE(N) - BELGIQUE

business Wapi



AKT CCI
WALLONIE PICARDE ASBL
Rue du Follet 10, bte 003
7540 Kain
www.cciwapi.be
info@cciwapi.be



WAP INVEST
Rue du Progrès 24/1
7503 Froyennes
www.wapinvest.be
invest@wapinvest.be

PARTENAIRES



Toute reproduction totale ou partielle est strictement réservée à l'éditeur.

Éditeur responsable : AKT CCI Wapi | Chef d'édition : Anne-Charlotte Beatse & Antoine Vandeputte | Diffusion : 1750 exemplaires
Maquette, mise en page : Diction SPRL | Imprimerie : Imprimerie Parmentier