

AMBASSADRICE POUR LES GRANDES ENTREPRISES : EASI

# Entreprise humaine

*Bien implantée sur le marché belge, la société nivelloise active dans l'informatique ambitionne dorénavant de déployer ses ailes à l'international. En se basant sur son premier capital : l'humain.*

GUY VAN DEN NOORTGATE

Société informatique fondée en 1999 par Salvatore Curaba, Easi est d'abord une histoire d'hommes et de femmes. Ce sont eux qui la font vivre et se développer à un rythme qui lui vaut de figurer cette année au top de notre classement des Gazelles wallonnes. Il est vrai que l'entreprise nivelloise enregistre ces derniers temps une solide progression de l'ordre de 15% par an. En 2018, son chiffre d'affaires s'élevait à 34 millions contre une vingtaine en 2014. Elle emploie aujourd'hui 275 salariés (elle a engagé une vingtaine de personnes durant la crise sanitaire). En Belgique, ses collaborateurs se répartissent, outre son siège social nivellois, sur quatre sites : Gand, Louvain, Genk et Liège. Par ailleurs, notre ambassadrice est également présente aux Pays-Bas, au Grand-Duché de Luxembourg et à Paris. Certes, cette présence hors de nos frontières est encore discrète, mais elle devrait se développer dans les années qui viennent. Tel est en tout cas l'objectif clairement affiché par Jean-François Herremans et Thomas Van Eeckhout, qui tiennent désormais les rênes d'Easi. « C'est l'un de nos principaux défis, confient-ils. L'autre étant de poursuivre notre recrutement et d'arriver à dénicher les bons profils. »

## Doubler le nombre de salariés en 2025

Easi édite et distribue ses propres solutions de gestion. Pointons notamment son logiciel de gestion comptable, Adfinity, ou encore SmartSales, son application pour les représentants et les équipes de vente. Par ailleurs, elle propose également des solutions de *cloud*. « Nos solutions sont standards, précise Jean-

François Herremans, mais avec un degré de customisation important. Elles sont donc adaptables à l'environnement et aux contraintes du client et peuvent s'imbriquer avec ses solutions. » La forte croissance que connaît Easi ces dernières années est inscrite dans l'ADN de l'entreprise, selon son CEO : « Nous avons développé une mentalité où nous nous efforçons toujours d'aller plus haut, en cherchant en permanence de nouvelles opportunités et en ciblant des gros clients potentiels. Notre objectif pour 2025 est de doubler le nombre de collaborateurs et d'être actifs dans de nouveaux pays. » Outre des bureaux aux Pays-Bas et à Luxembourg, Easi a pris une participation dans une société suisse, Soluware, qui distribue ses logiciels Adfinity et SmartSales. « Le but est de développer cette entreprise afin qu'elle

**« Nous nous engageons à continuer à atteindre les plus hauts standards de performance et à prospérer, même dans l'incertitude. »**

assure la promotion de nos produits. A terme, nous souhaitons dupliquer ce modèle dans d'autres pays, ajoute-t-il. Nous avons ainsi récemment prospecté le marché canadien. »

Tout en scrutant davantage les opportunités à l'international, Easi continue de se renforcer sur le marché belge. Dernière acquisition en date annoncée début mai : la société malinoise ICT Architect qui compte cinq collaborateurs. « Cette dernière est spécialisée dans les projets complexes de télécommunication pour des clients comme Skeyes, SES et Continental, explique Thomas Van Eeckhout. Cette connaissance de niche est particulièrement précieuse pour nous. La

connectivité des données est aujourd'hui cruciale pour toute entreprise, et l'évolution vers le *cloud computing* n'a fait que renforcer cette importance. Pourtant, cet aspect est trop souvent négligé en raison de son degré élevé de complexité. Grâce à cette nouvelle collaboration, Easi peut désormais se positionner en tant qu'expert et proposer de manière proactive la meilleure configuration de télécommunication pour chaque client, et ce dans les meilleures conditions. »

## Meilleur employeur pour la sixième année consécutive...

Avec cette acquisition, Easi confirme sa volonté de croissance. Une croissance fruit du travail réalisé par les collaborateurs d'Easi, qui bénéficient d'un environnement de travail « aux petits oignons ». Comme le rappelle le fonda-

teur de l'entreprise, Salvatore Curaba : « Le bonheur de mes collaborateurs a toujours été ma priorité. Je suis convaincu que le succès d'une entreprise est dû au bien-être de ses employés. Un collaborateur heureux travaille mieux, il est loyal, innovant et n'est pas souvent malade ». C'est donc sans réelle surprise qu'Easi a été élue en mars dernier et pour la sixième fois d'affilée « Best Workplace » belge dans la catégorie des entreprises occupant moins de 500 collaborateurs. A l'occasion de la remise de ce prix décerné par l'Institut Great Place to Work en partenariat avec la Vlerick Business School, Thomas Van Eeckhout a rappelé l'importance de la culture de la



JEAN-FRANCOIS HERREMANS ET THOMAS VAN EECKHOUT  
« Notre objectif à l'horizon 2025 est de doubler la taille de l'entreprise. »

confiance et du sentiment d'appartenance : « La positivité est l'une de nos valeurs fondamentales. Bien que tous nos employés doivent actuellement travailler à domicile, nous constatons que chacun fait tout ce qu'il peut pour aider nos clients et les équipes à travailler de la manière la plus constructive possible. En outre, nous accordons dès le départ toute notre confiance à nos employés. La force qui émane d'un groupe aussi positif est énorme. Personne ne veut trahir la confiance qui lui a été accordée et nous venons de constater avec le confinement que cette forte culture de la confiance chez Easi ne fait que renforcer le sentiment de groupe. »

En tant qu'entreprise, Easi s'est par ailleurs engagée depuis des années en faveur de la transparence. Non seulement celle-ci facilite le suivi de certains projets si quelqu'un tombe malade, mais elle se révèle aussi un confort pour les employés. « Ils savent que nous les tenons informés quotidiennement et que

nous leur envoyons aussi régulièrement des conseils sur la manière de nourrir un sentiment d'appartenance, ajoute le CEO. L'importance d'une bonne communication et d'une communication transparente, avec et entre employés, est cruciale et ne peut être sous-estimée. Ce sentiment assure la paix dans les périodes d'incertitude. » Un élément qui contribue également à ce sentiment est la possibilité offerte aux employés de devenir actionnaires de leur entreprise. « Cela a un effet indéniablement positif, intervient Jean-François Herremans. Les employés travaillent réellement pour leur entreprise et sont autant de locomotives pour celle-ci. C'est une forme de reconnaissance, d'autant que ce sont eux qui sont responsable de notre croissance et de notre succès. Sans ce capital humain, nous ne sommes rien. »

## ...et entreprise de l'année en 2019

Ce mode de management participatif a séduit fin de l'année dernière le jury de

« L'Entreprise de l'année », un événement organisé par EY, BNP Paribas Fortis et nos confrères de *L'Echo*. Easi a ainsi décroché le trophée célébrant de belle manière son vingtième anniversaire. *Last but not least*, Easi a conservé en mai le label « Best Managed Companies ». Ce programme a été lancé en 2017 par Deloitte Private en collaboration avec Econopolis et vise à fournir des conseils et à reconnaître les sociétés privées belges qui obtiennent d'excellents résultats. C'est la troisième année consécutive qu'Easi est honorée de la sorte. « Le fait de conserver ce label de qualité est une reconnaissance de notre résilience, de notre agilité organisationnelle et de notre fort esprit d'équipe. Nous nous engageons à continuer à atteindre les plus hauts standards de performance et à prospérer, même dans l'incertitude. Et nous sommes honorés de continuer à faire partie de cette communauté de sociétés privées et contrôlées par des Belges », conclut Jean-François Herremans. ©





AMBASSADRICE POUR LES MOYENNES ENTREPRISES : **AFELIO**

# Expérience utilisateur

*Fabrique de logiciels du Groupe NRB, Afelio conçoit, développe et implémente des applications web et mobiles à haute valeur ajoutée, pilotées par l'expérience utilisateur.*

GUY VAN DEN NOORTGATE

**D**éjà mis à l'honneur en 2019 avec Civadis, qui s'était parée du titre d'ambassadrice des grandes entreprises pour la province de Namur, le Groupe NRB est à nouveau sous les feux des projecteurs avec une autre de ses filiales, liégeoise cette fois. C'est en effet Afelio qui décroche cette année le titre d'ambassadrice nationale après avoir déjà raflé la mise pour la province de Liège. Une performance d'autant plus remarquable que l'entreprise compte moins de 10 ans d'existence.

Si le fait de s'être appuyé dès l'origine sur un grand groupe a fortement contribué à accélérer la croissance, le mérite, au final, en revient d'abord et avant tout aux personnes qui composent la société. Les deux employés d'origine qui ont participé à son lancement durant l'été 2013 sont en effet aujourd'hui au nombre d'une petite centaine, auxquels il convient d'ajouter une trentaine d'indépendants. En termes de chiffre d'affaires, la progression a épousé la même courbe ascendante avec un résultat qui a plus que quintuplé entre 2014 et 2019, passant de 1,8 million d'euros à un peu plus de 10 millions d'euros.

## Structure agile et dynamique

« C'était notre volonté, dès le départ, de nous adosser à un acteur industriel majeur du secteur IT, confie Olivier Lallemand, l'un des fondateurs et l'actuel CEO d'Afelio. Et ceci essentiellement pour deux raisons : d'une part, nous pouvions bénéficier des canaux de vente du Groupe NRB, et d'autre part,

nous allions jouer le rôle d'une petite structure agile et dynamique au sein du groupe, permettant à ce dernier de proposer de nouvelles solutions à leurs clients. » Aujourd'hui, Afelio est filiale à 100% de NRB et connaît bon an mal an une solide croissance de l'ordre de 15%. « Nous sommes actifs principalement dans le *B to B*, poursuit Olivier Lallemand. Afelio développe des solutions et des applications centrées sur l'expérience utilisateur en s'efforçant d'allier qualité, efficacité et agilité. Plus précisément, notre métier consiste à proposer et développer des solutions digitales sur mesure répondant aux besoins spécifiques de nos clients. »

**« En apportant une approche et une méthodologie différente, axée sur la proximité avec nos clients, nous avons su créer notre place sur le marché et connaître cette croissance. »**

L'un des premiers gros contrats qu'elle a décrochés en 2015 a été la réalisation de solutions digitales pour la Sofico (Société de financement complémentaire des infrastructures), organisme d'intérêt public wallon qui assure la gestion du réseau structurant pour le compte de la Région wallonne. Le défi à relever consistait, en prévision de l'entrée en vigueur de la redevance kilométrique pour les poids lourds au 1<sup>er</sup> avril 2016, de doter la Sofico, en tant que percepteur de péage, d'une solution de gestion digitale. Cette dernière baptisée Stark, pour Système de traitement automatisé de la redevance kilométrique, a permis à la Sofico de répondre à ses obli-

gations légales, juridiques et contractuelles relatives à la mise en œuvre de cette redevance kilométrique. En pratique, il s'agit d'une plateforme applicative, évolutive et composée de différents modules (exonération, facturation, financier, opérationnel).

## Méthodologie proche du client

Dans un autre registre, Afelio a travaillé pour Total et a développé pour un des sites du groupe une application mobile destinée à remplacer les relevés papier par l'encodage des données sur smartphone. « C'est un bel exemple de notre approche orientée 'expérience utilisateur', précise Olivier Lallemand.

Nous avons ainsi accompagné un opérateur pendant sa tournée. Nous avons pu observer et analyser comment il procédait, mais aussi l'environnement dans lequel il évoluait et ses contraintes. Sur base de ces observations, nous avons proposé une nouvelle approche et fourni la solution qui répondait le mieux aux besoins de l'utilisateur. »

L'expérience utilisateur, ou UX en anglais (*user experience*), correspond à la qualité de l'expérience vécue par l'utilisateur dans toute situation d'interaction lors de l'utilisation d'une interface, d'un appareil digital ou, plus globalement, de tout dispositif ou service. L'implémentation orientée expérience utilisateur est



**OLIVIER LALLEMAND**  
« C'était notre volonté, dès le départ, de nous adosser à un acteur industriel majeur du secteur IT. »



l'un des points forts de notre ambassadrice liégeoise. Mais ce n'est pas le seul, on peut y ajouter l'agilité, le service design, l'expertise technologique ou encore l'approche MVP (*minimum viable product*). Quelques-uns des ingrédients qui composent la recette du succès d'Afelio et qui a déjà séduit plus d'une cinquantaine de clients...

Car, outre la Sofico et Total, Afelio compte déjà de belles références, telles que la CSD (Centrale de Soins à Domicile), Ethias, Engie, ISS, Intradel, le Service public de Wallonie ou encore le Parlement européen. En l'espace de sept ans, la petite entreprise a bien grandi et s'est imposée sur le marché belge mais aussi français et luxembourgeois. Un résultat qu'elle doit notamment, selon Olivier Lallemand, au fait d'avoir « apporté une approche et une méthodo-

logie différente, axée sur la proximité avec les clients ». « Grâce à elles, ajoutait-il, nous avons su créer notre place sur le marché et connaître cette croissance. »

Pour cette année, Afelio compte bien poursuivre au même rythme et afficher une progression à deux chiffres. S'il est un peu tôt pour mesurer l'impact de la crise sanitaire au bilan de l'année, il apparaît que l'entreprise liégeoise a démontré ses capacités d'adaptation et son agilité. Depuis le début du confinement, l'ensemble des collaborateurs opère en télétravail avec efficacité et a continué à fournir des services et des solutions à ses clients.

## Toujours en quête de collaborateurs

Société active en informatique, Afelio est certes davantage prédestinée que

nombre d'autres entreprises à répondre efficacement aux défis que la crise sanitaire a imposés, mais elle a prouvé que même dans des temps difficiles, elle était tout à fait apte à conserver son rythme de progression. Et dans cette optique, elle est toujours en quête de collaborateurs – plusieurs offres sont d'ailleurs proposées sur son site web – afin de préparer au mieux le retour à la normale et de remplir les futurs objectifs de croissance. Des objectifs qui épousent totalement ceux du Groupe NRB, comme nous le confiait son CEO Pascal Laffineur fin 2018, détaillant le plan industriel du groupe. Soit doubler le chiffre d'affaires et les effectifs dans les cinq ans. Afelio devrait sans doute y contribuer et continuer encore à galoper de nombreuses années en tête de nos classements. ©



AMBASSADRICE POUR LES PETITES ENTREPRISES : WIKIPOWER

# Achats gagnants

Active dans les achats groupés en énergie, combustibles et technologies durables, Wikipower a également lancé un e-comparateur des tarifs de l'énergie à destination des ménages belges.

GUY VAN DEN NOORTGATE

L'adaptabilité à un environnement changeant est l'une des qualités des Gazelles. La démonstration nous en est donnée avec Wikipower qui a fait preuve dans cette crise sanitaire de souplesse, rapidité et solidarité. Le 1<sup>er</sup> avril dernier, la société liégeoise a ainsi lancé une action solidaire, baptisée #wikisolidarity, afin de soutenir la Croix-Rouge contre le Covid-19. Pour chaque inscription à son achat groupé d'énergie, elle a versé un euro à l'organisme. Cette action était entièrement gratuite pour les ménages participants et leur a donné accès à une offre promotionnelle de contrat d'énergie. Son service de comparateur de prix a également pris part à cette campagne. A sa clôture, le 26 avril, Wikipower a versé un total de 23.092 euros à la Croix-Rouge de

de l'aide au personnel soignant qui lutte contre le virus. Vu le succès de cette initiative, nous sommes maintenant convaincus que nous pouvons intégrer une approche sociétale dans notre façon de travailler. Nul doute que Wikipower présentera d'autres campagnes solidaires dans un futur proche.

L'action menée récemment n'est pas la première pour notre Gazelle. Par le passé, elle a déjà collaboré avec Greenpeace ainsi que la Croix-Rouge. Elle envisage dorénavant d'adopter le modèle et de l'appliquer de manière plus régulière. Avec comme principe que pour chaque inscription gratuite à un achat groupé, Wikipower s'engagerait à verser une somme fixe à une association caritative partenaire.

«Ce modèle possède deux avantages, poursuit le CEO. D'une part, il permet à

ment. Elle a ainsi peaufiné le lancement en juillet prochain d'un nouveau comparateur destiné aux télécoms (Internet, télévision, GSM et ligne fixe). Par ailleurs, elle a signé une collaboration avec un groupe IT belgo-luxembourgeois dans le but d'accélérer son développement technique afin de lancer ses activités sur de nouveaux marchés. Premiers pays ciblés: la France, l'Espagne et l'Italie en primeur. Et bonne nouvelle: alors que l'économie redémarre doucement, la société continue à recruter et va engager cinq nouveaux collaborateurs durant ce mois. Enfin, en avril, Wikipower a établi un nouveau record en termes de *switches* sur le comparateur de prix (nombre de ménages qui passent par ses services pour changer de fournisseur). «Ils étaient près de 6.500 alors que nous étions en pleine crise du Covid-19. In fine, l'année 2020 devrait à nouveau être en croissance, malgré la morosité économique actuelle», ajoute Maxime Beguin.

## « Success story » en bord de Meuse

L'année prochaine, Wikipower célébrera ses 10 ans d'existence. C'est en effet en 2011 qu'elle a été lancée, dans la foulée de la libéralisation du marché de l'énergie, avec une idée: rassembler un grand nombre de ménages afin de négocier ensuite des tarifs avantageux auprès des fournisseurs. A cette activité, s'est ajoutée un comparateur de prix qui, depuis, a pris de plus en plus d'importance. Sur le papier, le principe est simple. Mais encore faut-il contacter et réunir ces ménages. «Nous avons créé une plateforme numérique que nous avons améliorée au fil des années, rappelle Maxime Beguin. Quand Wikipower a été lancée à la fin 2011, nous avions un premier achat

## Wikipower va lancer en juillet prochain un nouveau comparateur destiné aux télécoms.

Belgique, soit 3.000 euros de plus que l'objectif minimum. Ces dons auront permis à l'association de mieux équiper ses équipes sur le terrain durant la pandémie. Grâce à ce premier succès, Maxime Beguin, CEO Wikipower envisage de développer à l'avenir un nouveau modèle pour soutenir le monde associatif.

## Campagnes et actions solidaires

Comme il l'explique, «la solidarité a toujours été une valeur clé de Wikipower. C'est l'essence même des achats groupés. Depuis quel temps, nous réfléchissons à un moyen de la coupler avec un soutien à des ONG. Quand la crise sanitaire s'est déclarée, nous avons donc décidé de nous lancer et d'apporter

l'association de réaliser une collecte de fonds sans devoir en gérer l'organisation et, d'autre part, il ne nécessite aucune dépense pour les consommateurs qui y prennent part. C'est pourquoi nous lançons un appel à projets auprès des ONG belges et, plus largement, auprès du monde associatif. Nous espérons, de cette façon, avoir un impact sur des causes sociétales telles que la santé publique, la lutte pour le climat, ou la défense des droits de l'homme.» Les associations désireuses de monter un nouveau projet solidaire avec Wikipower peuvent donc prendre contact avec elle dès à présent.

Outre cette action, Wikipower n'est pas restée inactive durant le confine-

groupé de 2.700 ménages qui a été remporté par Lampiris. Ce fut un succès! En janvier 2012, nous avons alors bénéficié de relais dans les médias et avons ainsi pu avoir plus de 1.000 inscrits en quelques heures pour une action. Nous avons ensuite travaillé sur des projets avec des associations et des groupements comme la Ligue des familles et Greenpeace, ainsi qu'avec des communes comme Seraing.»

A cette époque, la société compte deux employés, et cela jusqu'en 2014. Elle réalise une marge brute de l'ordre de 50.000 euros contre 1,6 million en 2018. En termes d'emploi, elle compte actuellement une trentaine de collaborateurs auxquels s'ajoutent une bonne vingtaine d'étudiants lors des pics d'activité. Aux côtés de Maxime Beguin, directeur de Wikipower, on retrouve aujourd'hui Quentin Gonay, Jérémy Wolf et Antoine Dumont. Tous trois ont rejoint l'entreprise dont ils détiennent des parts.

Wikipower a connu une forte croissance sur un court laps de temps qui n'a pas toujours été facile à gérer. «En 2017, quand nous avons lancé un nouveau comparateur de prix pour l'énergie, nous sommes passés de 10 à 18 personnes, cela a été vraiment chaud», confie-t-il. Aujourd'hui, ce cap franchi, l'ambassadrice liégeoise a atteint sa vitesse croisière qui demeure toutefois rapide comme en témoignent les chiffres. «En 2019, nous avons aidé 60.000 ménages à changer de fournisseur sur l'ensemble de la Belgique et cela a représenté une économie globale de 14 millions d'euros, souligne Maxime Beguin. Depuis le lancement de Wikipower, nos achats groupés ont concerné plus de 200.000 ménages.»

Pour son développement futur, outre les achats groupés, la société mise beaucoup sur son comparateur de prix ([www.comparateur-energie.be](http://www.comparateur-energie.be)) qui est le premier comparateur belge à avoir obtenu la nouvelle certification de la Commission de régulation de l'électricité et du gaz en août dernier. Un comparateur qu'elle compte dorénavant déclinier dans d'autres pays européens et pas seulement dans l'énergie et les télécoms. Par ailleurs, Wikipower entend multiplier les partenariats avec les villes et les communes pour des achats groupés d'électricité, de gaz, de technologies durables, de télécoms, etc. Enfin, la start-up devenue scale-up se dit désormais prête à accueillir des partenaires médias et IT afin de poursuivre sa croissance. La petite Gazelle n'a pas fini de courir... ©



**MAXIME BEGUIN**  
« Pour la croissance future, nous misons beaucoup sur le comparateur que nous avons développé non seulement en Belgique mais aussi en France, en Espagne et en Italie. »

