

Décembre/December 2025



Cet exemplaire ne peut être vendu.  
Mensuel - Ne paraît pas en janvier, juillet et en août  
Verschijnt maandelijks - Niet in januari, juli en augustus  
Editeur responsable/Verantwoordelijke uitgever:  
Thierry Geerts

bpost  
PB-PP|B-00054  
BELGIE(N)-BELGIQUE  
P505378

Bruxelles 1050 Brussel - België/België  
Beci - Avenue Louise 500 Louizalaan



A close-up photograph of Santa Claus's face. He is wearing dark sunglasses and has a full, bushy white beard. The background is a warm, orange-red color.  
**100,000 jobs  
for Christmas!**

© Freeplk

**p.3**

Plus de 541 jours d'attente...  
et si on osait enfin le conclave ?

**p.4**

« Scale-up Europe » :  
la réponse de Bruxelles au  
déficit de capital-risque

**p.22**

BDO en Beci slaan de handen  
in elkaar voor een sterker  
ondernemend Brussel

# Edito

## ET MAINTENANT : UN GOUVERNEMENT D'UNION RÉGIONALE ?!

541 jours.

C'est donc un fait. Au moment où ce magazine part à l'impression, Bruxelles a dépassé le record mondial d'absence de gouvernement, un record détenu par... notre propre pays ! Une performance dont on se serait volontiers passé, et qui dit surtout une chose : personne n'a repris la main. L'an passé, on se prenait à rêver d'un « exécutif sous le sapin », douze mois plus tard, c'est plutôt « la paralysie sous le sapin ». À force, c'est indécent.

541, un chiffre indéfendable qui pèse sur la sécurité, sur la mobilité, sur les entreprises, sur le quotidien. Il fragilise la confiance, déjà bien entamée, envers celles et ceux qui prétendent gouverner. On finit par se poser la seule question qui vaille : y a-t-il encore un adulte dans la pièce ? Négocier fait partie de l'ADN belge. Le compromis aussi. Mais ici, on n'est plus dans la négociation : on est soit dans l'incapacité à trancher ou soit dans l'obstruction pure et simple.

Pourtant, les solutions existent et Beci les met au centre du débat : un Gouvernement d'Union Régionale des partis démocratiques pour faire corps et avancer sur un agenda de priorités. Et s'il faut un conclave, faisons un conclave. Enfermons tout ce beau monde jusqu'à la fumée blanche. Les locaux ? Nous les avons trouvés. Les acteurs ? Ils sont identifiés. L'urgence ? Elle saute aux yeux. ... reste à terminer de convaincre les politiques qui avaient semblé y adhérer pleinement lors du plateau des 500 jours auquel nous avions participé à l'initiative du Soir. Bruxelles a besoin d'un gouvernement, maintenant !

Heureusement, Bruxelles ne vit pas qu'au rythme de ces négociations qui durent. La Région continue de vivre parce que les entreprises continuent de tenir la boutique. De notre côté, chez Beci, on n'a pas cessé une seconde : on accompagne, on propose des solutions, on défend, on rassemble, on fait entendre la voix des entrepreneur·es, bref on fait le job ! Nos priorités : une ville plus sûre et plus propre, une mobilité qui fonctionne et une administration qui n'épuise pas l'envie d'entreprendre. C'est comme ça qu'on garde Bruxelles debout, pas avec la politique de la chaise vide.

Gouvernement ou pas, la capitale continue d'attirer, de créer, d'accueillir. Elue parmi les villes les plus cosy du monde, elle brille au rythme de ses Plaisirs d'Hiver. En cette période, soutenons celles et ceux qui font vivre Bruxelles. Achetons ici, mangeons ici, faisons tourner nos commerces. C'est aussi ça, faire tenir cette économie debout.

Beci vous souhaite de belles fêtes, fidèles à ce que Bruxelles sait offrir de meilleur. Rendez-vous en février avec, espérons-le, un peu plus de détermination côté politique, et autant d'énergie du côté des entrepreneur·es.

## EN NU: EEN REGERING VAN REGIONALE EENHEID?

541 dagen.

Het is dus een feit. Op het moment dat dit magazine naar de drukker wordt gestuurd, heeft Brussel het wereldrecord van de langste periode zonder regering verbroken, een record dat in handen was van ... ons eigen land! Een prestatie die we liever niet hadden gezien, want ze zegt vooral één ding: niemand heeft het heft in handen genomen. Vorig jaar droomden we nog van een regering "onder de kerstboom", twaalf maanden later is het eerder "verlamming onder de kerstboom". Het wordt stilaan dramatisch.

541: een cijfer dat niet te verdedigen valt en dat zwaar weegt op de veiligheid, de mobiliteit, de bedrijven en het dagelijks leven. Het ondermijnt het vertrouwen – dat al flink aangetast is – in zij die beweren te regeren. Uiteindelijk stellen we ons de enige vraag die ertoe doet: is er nog een volwassene in de zaal? Onderhandelen zit in het Belgische DNA. Compromissen sluiten ook. Maar hier zijn we niet meer aan het onderhandelen: dit is ofwel onvermogen om knopen door te hakken, ofwel pure obstructie

Nochtans bestaan er oplossingen, die Beci centraal stelt in het debat: een Regering van Regionale Eenheid bestaande uit democratische partijen, om samen de schouders te zetten onder een gedeelde prioriteitenagenda. En als er een conclaaf nodig is, laten we dan een conclaaf houden. Laten we iedereen opsluiten totdat er witte rook te zien is. De locatie? Die hebben we gevonden. De actoren? Die zijn geïdentificeerd. De urgentie? Die springt in het oog ... Nu moeten we nog de politici overtuigen, die tijdens het debat over de 500 dagen, waaraan we deelnamen op initiatief van Le Soir, nochtans volledig leken in te stemmen. Brussel heeft nu een regering nodig!

Gelukkig draait Brussel niet alleen op het ritme van deze eindeloze onderhandelingen. Het Gewest blijft leven omdat de bedrijven de boel draaiende houden. Bij Beci hebben we geen moment stilgezet: we ondersteunen, verdedigen, brengen mensen samen, laten de stem van ondernemers horen en stellen oplossingen voor. Kortom: we doen ons werk! Onze prioriteiten: een veiligere en schonere stad, goed functionerende mobiliteit en administratie die de ondernemingszin niet wegneemt. Zo houden we Brussel overeind, niet met legestoelpolitiek.

Regering of geen regering, de hoofdstad blijft aantrekken, creëren en verwelkomen. Winkels die open zijn, levendige straten, allerlei initiatieven ... Uitgeroepen tot een van de gezelligste steden ter wereld, straalt ze helemaal in het teken van de Winterinterpret. Laten we in deze periode degenen steunen die Brussel in leven houden. Laten we hier kopen, hier eten, onze winkels draaiende houden. Ook dat is de economie overeind houden.

Beci wenst u prettige feestdagen, trouw aan het beste dat Brussel te bieden heeft. Tot in februari, hopelijk met iets meer vastberadenheid aan de politieke kant en evenveel energie aan de kant van de ondernemers.

**Annick Hernot**

Présidente de Beci - Voorzitter van Beci

Editeur responsable / Verantwoordelijke uitgever  
**Thierry Geerts**

Directeur de la Rédaction/Rédactie :  
**Jean de Renesse - jdr@beci.be**  
Rédactrice en chef :  
**Era Balaj - eba@beci.be**

Journalistes ayant contribué à ce numéro  
Journalisten die aan dit nummer hebben bijgedragen  
**Era Balaj - Philippe Beco - Vincent Liévin -**  
**Alanah Reynor.**

Photos / Foto's : **Partenaires, getty images, Frip!k, Reporters, Beci**

Traductions / vertalingen: **Beci / Jonah Ramaut**

Layout et Graphisme / Lay-out en afbeeldingen  
**Initial P**  
**www.initialprint.be / jp@initialstudio.be**

Imprimerie / Afdrukker : **Initial Print**

Infos et réservations publicitaires :  
Advertentie-informatie en reserveringen :  
**media@beci.be**

Tirage moyen par numéro

Gemiddelde oplage per nummer:

**10.500 ex (à Bruxelles - voor Brussel)**

Rédaction / redactie

**Beci - Chambre de Commerce de Bruxelles**

**Avenue Louise 500, 1050 Bruxelles**

**Beci - Kamer van Koophandel van Brussel**

**Louizalaan 500, 1050 Brussel**

N°51

Décembre/December 2025

### Nos partenaires



# Plus de 541 jours d'attente... et si on osait enfin le conclave ?

**La Belgique connaît trop bien les crises politiques qui s'étirent, mais voir Bruxelles flirter à son tour avec le seuil des 541 jours sans gouvernement interroge. Si l'impasse dure, pourquoi ne pas tenter une méthode ancienne... et diablement efficace : un conclave.**

© Bernardo Lorena Ponte - Unsplash



On aurait préféré ne jamais revoir ce chiffre. Pourtant, 541 jours sans gouvernement planent à nouveau comme un fantôme sur Bruxelles. Le précédent datait de 2010-2011, un épisode devenu tristement célèbre. Cette fois, la capitale risque d'en reprendre la tête, non par bravoure mais par inertie. Dans cette ambiance de blocage généralisé, une proposition revient, simple dans son principe et redoutablement efficace dans son esprit : un conclave politique. Béci l'a mise sur la table, et l'idée a fait consensus. Peut-être parce qu'à force de tourner en rond, il devient urgent de simplement... s'asseoir ensemble.

## Le spectre du record qui revient frapper à la porte

On a longtemps cru que la Belgique avait vacciné sa vie publique contre ce genre de paralysie. L'épisode des 541 jours avait laissé des traces : une gestion en mode survie, un pays qui avançait sur ses acquis, des réformes qui attendaient sagement un gouvernement pour voir le jour. Ce score, personne n'en était fier, mais tout le monde a fini par le supporter, faute de mieux. À l'époque, les clivages communautaires (flamand vs francophone) avaient repris le dessus sur l'intérêt général. Le pays a survécu, mais au prix d'une image ternie, d'un ralentissement de réformes et, pour beaucoup, d'un sentiment de lassitude.

Bruxelles, aujourd'hui, se retrouve dans une situation tout aussi inconfortable. Contrairement à l'État fédéral, où l'administration avait pu amortir la secousse, la Région n'a pas les mêmes marges pour absorber l'inertie. Les chantiers sont trop urgents, trop visibles, trop quotidiens : sécurité et propreté, mobilité, simplification administrative. Autrement dit, tout ce

qui structure une ville et conditionne son attractivité. Le problème n'est pas seulement l'absence de gouvernement, c'est l'absence de décision.

Thierry Geerts, CEO de Béci, ne mâche pas ses mots : « C'est le record qu'on ne voulait absolument pas battre... D'abord parce que ce sont les citoyen·nes, les entreprises, les associations qui en paient le prix. Et puis parce que ça finit par abîmer la politique elle-même. »

## Le conclave : une vieille idée qui tombe à pic

L'idée du conclave ne date pas d'hier. Il y en a eu des tentatives en Belgique, des moments où l'on enfermait presque les négociateur·rices pour qu'ils et elles cessent de s'éviter. Les fantômes de Val-Duchesse, les nuits blanches, les portes closes : le pays en a connu quelques-uns. C'était une manière de rappeler que, lorsqu'on négocie, on avance mieux en se parlant qu'en s'ignorant.

Lorsque Béci a remis cette proposition sur la table lors du débat des 500 jours organisé par *Le Soir*, quelque chose a fait tilt. Même les partis, pourtant rarement enclins à s'enfermer volontairement quelque part, ont hoché la tête. Comme si, derrière les postures, tout le monde savait que la machine politique avait besoin d'un bon « reset ».

Parce qu'un conclave apporte exactement ce qui manque aujourd'hui : un sentiment d'urgence. Plus de « on verra bien la semaine prochaine », mais un « on reste jusqu'à ce qu'on avance ». Lisa Isnard, secrétaire générale de Béci, le résume avec une

simplicité presque désarmante : « Négocier, c'est profondément humain. Comment a-t-on pu perdre ce qui faisait la force du pays : cette culture du compromis ? Mieux vaut un bon compromis qu'aucun deal du tout. Aujourd'hui, on n'a pas de deal du tout. » Difficile d'être plus clair. Le conclave remet ce principe au centre : écouter, ajuster, concéder un peu pour avancer beaucoup.

## La Belgique, ce pays qui savait (vraiment) négocier

Le compromis à la belge n'était pas un mythe. Il faisait partie de l'ADN politique du pays, parfois moqué mais souvent efficace. On aimait dire que, chez nous, personne n'était complètement gagnant, mais personne n'était entièrement perdant non plus. C'était la manière belge de dépasser les clivages : un accord qui ne brillait pas toujours, mais qui fonctionnait.

Aujourd'hui, cette mécanique semble grippée. Les lignes se sont durcies, les gestes simples se sont perdus et le compromis, autrefois salué, apparaît presque comme un aveu de faiblesse. Pourtant, dans un paysage où l'absence totale d'accord devient la norme, le compromis retrouve soudain un éclat inattendu : celui du possible. C'est là que le conclave prend tout son sens. Non pas comme une punition collective, mais comme un rappel : la politique n'est pas une suite de postures, mais plutôt une série de décisions. Et un pays (ou une Région) ne peut pas longtemps s'en passer.

## Repartons, enfin, dans le bon sens !

Il y a quelque chose de presque apaisant dans l'idée d'enfermer des négociateur·rices dans une grande salle d'hôtel, à distance des micros et des petites phrases. Loin du buzz, les discussions retrouvent une épaisseur. On se parle, on se contredit, on lâche un peu, on construit. S'il y a bien un endroit où un conclave aurait du sens, c'est Bruxelles. Pour la Région, ce serait le signal qu'une politique reprendrait ses responsabilités et se remettrait au travail.

Du côté des entreprises, ce serait la promesse d'un climat plus stable, plus lisible, plus propice à l'enthousiasme entrepreneurial. Pour les citoyen·nes, ce serait l'assurance que les dossiers prioritaires cessent de prendre la poussière. Comme le rappelle Thierry Geerts, sans gouvernement opérationnel, « les vrais problèmes de Bruxelles ne sont pas gérés ».

Évidemment, un conclave ne résoudra pas tout et personne n'en attend un miracle instantané. Cela dit, il peut redonner au compromis la place qu'il mérite. Et, soyons honnêtes, ce serait déjà beaucoup. Alors non, Bruxelles n'a pas besoin de battre le record national, mais d'un gouvernement. Et si cela doit passer par une méthode diablement efficace, autant ne pas tourner autour du pot.



# « Scale-up Europe » : la réponse de Bruxelles au déficit de capital-risque.

Avec ce nouveau fonds impliquant aussi de grands acteurs privés, l'Union européenne entend mieux retenir ses innovateurs deep-tech sur son sol.



Frederik Tibau, Expert Digital Innovation & Growth chez Agoria

1,4 milliard d'euros. C'est le montant fraîchement alloué par la Commission européenne à son bras financier, le Conseil européen de l'innovation (CEI). Objectif : soutenir les acteurs les plus prometteurs de la « deep-tech » en Europe à travers des programmes d'accompagnement, mais surtout d'importants investissements en capital.

Répondant aux recommandations du rapport Draghi et s'appuyant sur ce montant, la Commission a entrepris de lancer un nouveau fonds baptisé « Scale-up Europe », doté de plusieurs milliards d'euros. Pour Frederik Tibau, Expert Digital Innovation & Growth au sein d'Agoria, cela ne peut constituer toutefois qu'un premier pas. « Lorsque l'on compare les moyens de ce fonds – environ 5 milliards d'euros – aux montants investis dans les scale-ups en Chine ou Etats-Unis, il y a encore de la marge », souligne-t-il.

## Idées européennes, investisseurs étrangers

Si l'Europe s'est laissée distancée par ses grands concurrents sur ce front, c'est en partie la conséquence de politiques publiques plus timides, mais aussi d'une culture du capital à risque bien moins développée. De fait, d'après le rapport Draghi, la part des fonds de capital-risque mondiaux levés dans l'UE n'est que de 5 %, contre 52 % aux États-Unis, 40 % en Chine et 3 % au Royaume-Uni.

Par ailleurs, les scale-ups innovantes de l'UE se financent aujourd'hui en très grande partie hors de son territoire. « C'est aussi le cas en Belgique », souligne Frederik Tibau, qui pointe un paradoxe. Pour les start-ups prometteuses en quête de capital d'amorçage ou de lancement, l'écosystème local offre une large palette d'investisseurs. En revanche, dès que les montants atteignent 50, 100 ou 150 millions d'euros (les tours de série B, C et au-delà), « les entreprises doivent presque automatiquement se

tourner vers l'étranger, notamment vers les acteurs anglo-saxons ou asiatiques », témoigne-t-il.

## Ancrer l'innovation en Europe

Au final, que ce soit via des introductions en bourse ou des cotations sur des marchés non-européens, des fusions et acquisitions, ou les participations d'investisseurs dans le capital, la part des acheteurs non européens d'entreprises de l'UE dépasse aujourd'hui les 60 %, détaille encore le rapport Draghi. De quoi, à terme, entraîner la délocalisation des sièges sociaux des pépites européennes ou d'une bonne partie de leurs activités en dehors de l'UE, et empêcher le vieux continent de tirer pleinement parti des retombées d'innovation. « Si les entreprises doivent rester libres de rechercher les meilleures options de financement, l'Europe doit cependant leur offrir, à elles et aux investisseurs qui souhaitent s'en retirer, des conditions financières adéquates », expliquent les auteurs.

« Message reçu » semble répondre la Commission européenne. Jusque-là concentré sur des investissements plafonnés à 10 ou 30 millions d'euros selon ses différents compartiments, le CEI pourra, grâce à ce nouveau fonds scale-up, entraîner des participations directes s'élevant jusqu'à 100 millions d'euros. Des montants très importants mais nécessaires au développement de véritables technologies de rupture issues des laboratoires et applicables dans les domaines jugés stratégiques par l'Union Européenne. Parmi eux, il y a bien sûr l'IA, mais aussi les technologies quantiques, les semi-conducteurs, l'énergie, l'agricole ou le spatial. « Sans oublier les biotechnologies, la med-tech, la robotique et les systèmes industriels avancés, autant de secteurs où la Belgique compte quelques acteurs de pointe », relève Frederik Tibau.

## Acteurs privés

La Commission ne se lance pas seule dans ce nouveau véhicule, qui s'apparente à un véritable fonds privé. Pour chaque milliard d'euros public investi, elle compte, dans un premier temps, attirer au moins 2 milliards d'euros issus de ses partenaires privés. Au nombre des poids lourds attendus à bord, il y a notamment la Banque européenne d'Investissement, mais encore Novo Holdings, le Fonds danois d'investissement et d'exportation EIFO, CriteriaCaixa, Santander/Mouro Capital, Fondazione Compagnia San Paolo ou Intesa ou Cariplo.

Tous comptent agir vite et se sont fixé le printemps 2026 pour opérer leurs premiers investissements. Par ailleurs, le Fonds sélectionnera et nommera via un appel public une société de gestion chargée de le mettre en œuvre. « Ce pilotage par un acteur privé est un point crucial car l'administration de fonds par des autorités publiques est souvent synonyme de lourdeur et de lenteur. On parle de plusieurs candidats, notamment des gestionnaires de fonds scandinaves », précise Frederik Tibau.

A noter encore que parmi les parties prenantes au fonds « Scale-Up », figure le fonds de pension néerlandais ABP. Un signe d'espoir en soi. « En plus de moyens publics à la hauteur et de la création d'un marché unique des capitaux, le troisième grand enjeu est de capter les ressources issues des grands investisseurs institutionnels européens » précise en effet Frederik Tibau. Car même si ces derniers sont traditionnellement plus défensifs que leurs pairs US, ne vaudrait-il pas mieux, pour des questions évidentes de souveraineté, que ce soient eux qui financent en premier l'innovation deep-tech « made in EU » ?

## Pour les bruxelloises aussi

« Scale-up Europe » complète utilement les autres outils gérés par le CEI, au conseil duquel siège notamment Bart Becks, vétéran de la scène tech belge. Son programme phare est l'EIC Accelerator, qui combine des aides à l'investissement pour des montants jusqu'à 10 millions d'euros par entreprise. STEP, un autre programme, fournit des fonds propres à concurrence de 30 millions d'euros maximum, permettant aux plus innovantes de déployer largement leurs activités. Leurs moyens à eux aussi se sont vus récemment amplifiés.

Le processus de sélection de l'EIC Accelerator demeure toutefois très rigoureux. Seuls 4 % des dossiers examinés sont retenus, parmi lesquels on trouve plusieurs pépites bruxelloises, dont les medtechs moveUP et Axiles Bionics. Pour celles qui, elles aussi, rêvent de compter le fonds au rang de leurs actionnaires, un rendez-vous à ne pas manquer est l'EIC Summit, ouvert à tous, les 3 et 4 juin prochain à Tour & Taxis.

Philippe Beco  
pb@beci.be



Chaque dernier mardi du mois, les Scale-Ups se rencontrent chez Beci ! Ces entrepreneur·es qui ont su *scalier* viennent partager leurs histoires, leurs expériences et leurs défis. Rendez-vous à l'Avenue Louise 500, pour la dernière de l'année, le 15 décembre ! Un empêchement ? Les Inspirational Scale-Up Night reviennent à la rentrée de janvier. Inscriptions ici :



Rejoignez la communauté Entrepreneurship de Beci



# PRENEZ UNE LONGUEUR D'AVANCE

PROGRAMME JANVIER – JUIN 2026

**FORMEZ VOS ÉQUIPES AUX TECHNIQUES  
DU BÂTIMENT DURABLE EN RÉGION  
DE BRUXELLES-CAPITALE**

## SÉMINAIRES

- **06/02:** Adaptation du bâti et de son environnement aux changements climatiques
- **20/03:** Partage et Communautés d'Énergie
- **27/03:** Acoustique des écoles
- **19/05:** Architecture inclusive
- **05/06:** Rénovation énergétique en copropriété

## FORMATIONS

- Réemploi dans les projets RENOLAB.B
- Biodiversité dans les projets RENOLAB.B
- Pompes à chaleur dans les projets RENOLAB.B
- Eaux pluviales dans les projets RENOLAB.B
- Projets RENOLAB.B : centraliser ou décentraliser les installations techniques ?
- Retours d'expérience des projets RENOLAB.B
- Promouvoir la mobilité durable
- GRO pour une construction circulaire
- TOTEM et marchés publics
- Exemples inspirants de rénovations de bâtiments publics
- Workshop Gestion d'une Communauté d'Énergie
- Formations Bâti et Biodiversité

Découvrez les sujets des formations du 1<sup>er</sup> semestre 2026 sur notre site web !

50 €/JOUR



Consultez aussi:

### **FACILITATEUR BÂTIMENT DURABLE**

Le helpdesk professionnel gratuit pour vos projets en Région de Bruxelles-Capitale

**0800 85 775 · facilitateur@environnement.brussels**

### **GUIDE BÂTIMENT DURABLE**

Le site de référence d'aide à la conception  
**www.guidebatimentdurable.brussels**

**INFOS ET INSCRIPTION : [WWW.ENvironnement.BRUSSELS/FORMATiONSBATiDURABLE](http://WWW.ENvironnement.BRUSSELS/FORMATiONSBATiDURABLE)**



# Projet ZIN : la « mixité intelligente » au cœur des bureaux de Bruxelles

**Avec le projet ZIN, Befimmo redessine la manière de travailler à Bruxelles : bureaux, logements, hôtels, commerces et espaces partagés se répondent pour animer le quartier Nord. Un pari sur la mixité, la durabilité et la cohérence urbaine.**

© Befimmo



Jean-Philip Vroninks, CEO de Befimmo

Qu'on se le dise dans un coin de notre Bruxelles, le quartier Nord n'a jamais été réputé pour sa chaleur. Tours de verre, esplanades vides, silhouettes pressées... ce morceau de la capitale semblait tourner le dos à la ville. Et puis, il y a eu ZIN, un projet porté par Befimmo, livré en plusieurs phases depuis 2024 qui tente de changer la donne. Deux tours, une passerelle et surtout une idée : faire cohabiter sous un même toit bureaux, logements, hôtel, commerces et espaces ouverts au public.

« On voulait rompre avec la logique du monofonctionnel, explique Jean-Philip Vroninks, CEO de la société

immobilière active dans les bureaux et les espaces mixtes. Un quartier ne peut pas se résumer à des heures de bureau. Il doit vivre du matin au soir. » C'est aujourd'hui chose faite. Dans le quartier Nord, les anciennes tours du WTC 1 & 2 se transforment sous le nom de ZIN : 75.000 m<sup>2</sup> de bureaux, 15.000 m<sup>2</sup> de logements, 3.000 m<sup>2</sup> de commerces, un hôtel et une serre urbaine ouverte au public. Une micro-ville dans la ville, en somme.

## Réconcilier stabilité et flexibilité

Le monde du travail a changé. Télétravail, modèles hybrides, quête de sens : l'entreprise ne se pense plus comme hier, et l'espace de bureau non plus. Dans ce contexte, Befimmo veut offrir davantage qu'un plateau aménagé : des services, de la modularité, un lieu de vie complet, connecté à la ville. À la question « pourquoi venir au bureau ? », la réponse tient en un mot pour la société d'immobilier : mixité intelligente. Son projet ZIN, au cœur du quartier Nord, en est la démonstration la plus visible.

Selon le dernier baromètre mené par Befimmo avec l'institut d'études de marché Ivox, deux travailleur-euses belges sur trois préfèrent un poste fixe à un espace entièrement flexible. La stabilité reste une valeur, même à l'heure du tout-digital. Sept sur dix estiment que leur environnement de travail influence leur motivation et leur bien-être. Autrement dit, le bureau reste un repère, à condition d'être bien pensé. « On a longtemps cru que le flex office allait tout balayer, observe Jean-Philip Vroninks. En réalité, les gens ont besoin d'un ancrage. Ce qu'ils demandent, c'est de la flexibilité dans l'organisation, pas dans leur chaise. »

Befimmo cherche donc cet équilibre entre confort, liberté et qualité d'usage : espaces collaboratifs, zones calmes, conciergerie, vélos partagés, parkings digitalisés... tout ce qui rend le quotidien fluide. En parallèle, le groupe intègre design, hospitalité et coworking à travers Silver Square, Sparx ou Neps. Résultat : le bureau cesse d'être un produit immobilier pour redevenir un environnement à vivre. Le baromètre confirme que le retour sur site se fait plus naturel quand les lieux s'adaptent aux besoins plutôt que l'inverse.

## Construire sans gaspiller

ZIN, c'est aussi un chantier pilote en matière de durabilité. Plutôt que de démolir, Befimmo a choisi de transformer. 95% des matériaux ont été réutilisés ou recyclés, dont 60% du béton. Un geste à la fois technique et symbolique. « Il fallait prouver qu'on pouvait faire grand tout en restant responsable », souligne le CEO.

Cette logique circulaire irrigue tout le projet : réemploi des structures, matériaux certifiés *Cradle to Cradle*, toiture végétalisée, pompes à chaleur, panneaux photovoltaïques, monitoring énergétique en temps réel. ZIN est pensé comme un bâtiment évolutif, à faible empreinte carbone, capable de s'adapter aux usages futurs.

Au-delà de la performance environnementale, le projet rend surtout l'énergie au quartier. En y réintroduisant de la vie, des commerces et des services, Befimmo transforme un ancien désert administratif en un lieu habité, fréquenté et traversé.

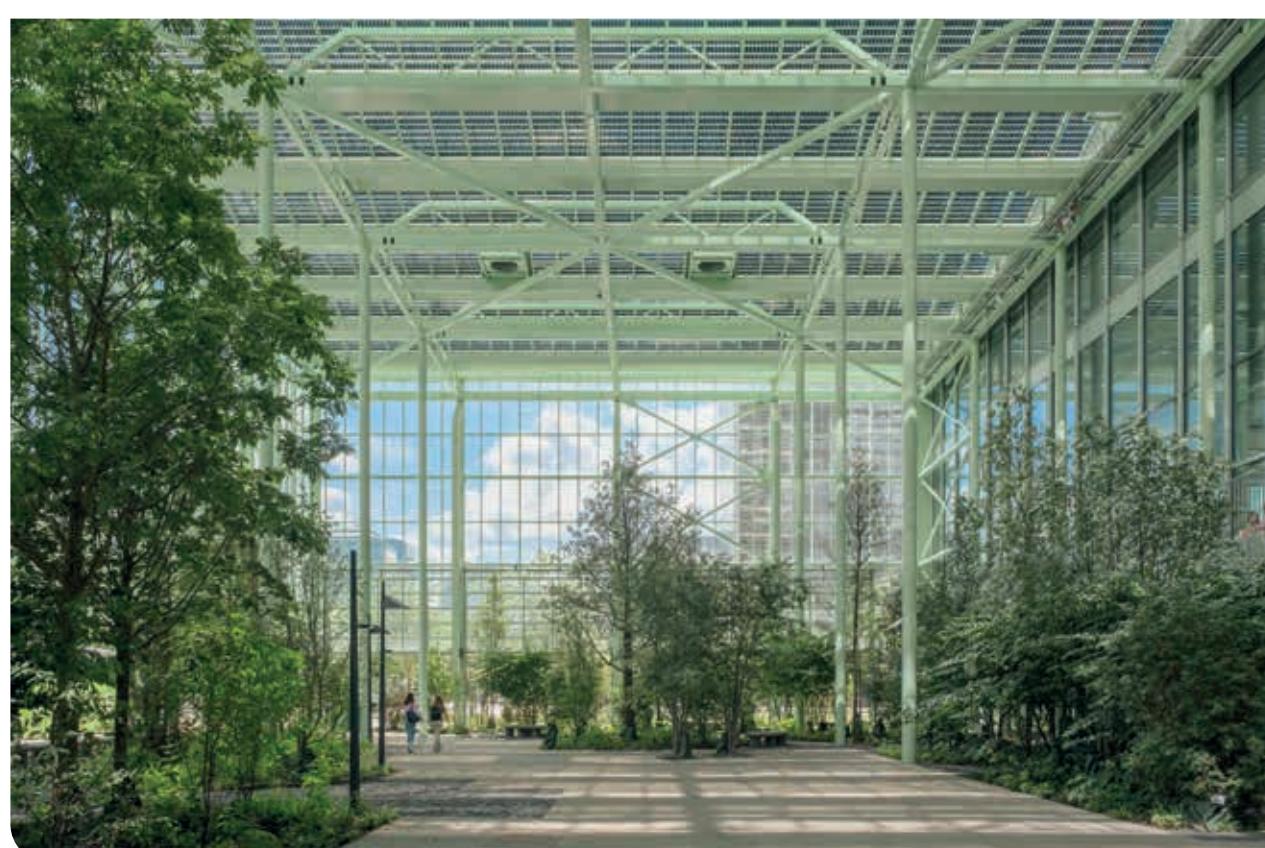
## Bruxelles, terrain haut potentiel

Avec ses 13 millions de m<sup>2</sup> de bureaux, Bruxelles reste l'un des marchés les plus importants d'Europe. Une capitale connectée, internationale, riche de talents et d'institutions. Mais pour Jean-Philip Vroninks, l'attractivité de la Région ne tient pas qu'à son offre immobilière. « Nous disposons d'un cadre exceptionnel, mais il faut que la ville reste compétitive. La mobilité, la propreté, la sécurité et la fiscalité personnelle restent des points sensibles sur lesquels nous devons agir », reconnaît-il.

Il regrette que Bruxelles n'ait pas davantage profité du Brexit, contrairement à d'autres grandes villes comme Paris ou Amsterdam. La faute, selon lui, à une fiscalité personnelle peu compétitive et à un environnement administratif complexe. Pourtant, le dynamisme existe : les initiatives privées comme ZIN prouvent que la transformation est possible.

L'avenir, selon lui, passera par un dialogue renforcé entre acteurs publics et privés. « Les initiatives existent, les projets aussi. Ce qu'il faut, c'est une vision partagée sur le long terme », plaide-t-il. Une stratégie durable, au-delà des cycles électoraux, pour faire de Bruxelles une ville où l'on choisit de travailler, pas seulement d'habiter.

© Befimmo



Serre du projet ZIN



ZIN vu d'en haut

### Un appel à la cohérence

L'élan privé, aussi exemplaire soit-il, ne suffira pas à lui seul. Pour que cette dynamique se diffuse, la Région devra soutenir l'effort en simplifiant les procédures, en investissant dans la mobilité, en offrant un cadre fiscal clair. Cela ne peut se faire que si un gouvernement bruxellois tient la barre.

■ Era Balaj  
eba@beci.be



Depuis plus de 500 jours Beci interpelle les décideur·euses politiques et invite à agir sans plus attendre. Les entrepreneurs, les citoyen·nes et les projets comme ZIN en ont besoin. Thierry Geerts et Lisa Isnard en parlent dans la chaîne YouTube de Beci :



Chaque mois, le cycle « ESG For All », organisé par Beci, questionne sur les enjeux liés à l'environnement, le social et à la gouvernance. Le 9 décembre, place à une nouvelle édition consacrée à la transition énergétique et à la décarbonisation chaud-froid.

Comment se préparer à l'objectif de neutralité carbone fixé par Bruxelles ? Nos expert·es vous donnent rendez-vous pour en débattre ! Inscriptions ici :



Rejoignez la communauté ESG de Beci

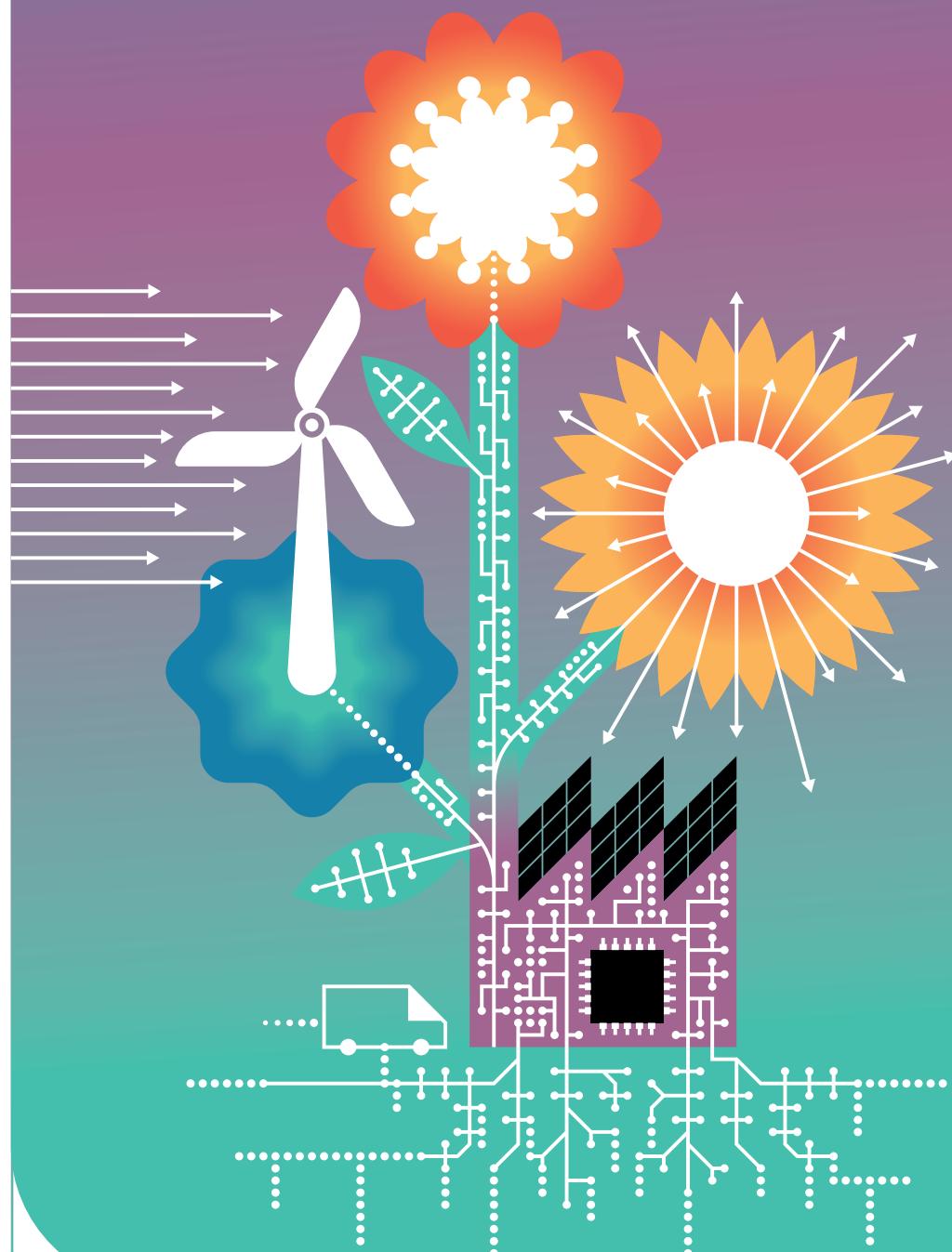


L'Echo et De Tijd présentent:

# changemakers 2026

Des prix destinés aux pionniers belges de l'entreprise durable

Pour la troisième année consécutive, L'Echo et De Tijd sélectionnent 30 entreprises qui, grâce à leur innovation, leur esprit entrepreneurial et leur impact social, marqueront la différence d'ici 2030.



### Votre entreprise œuvre-t-elle de manière radicale pour un changement d'ici 2030 ?

Soumettez votre candidature avant le 9 janvier 2026 et tentez de remporter l'un de nos prix Changemakers 2026.

Plus d'informations sur [changemakers.be](http://changemakers.be)

En collaboration avec



**BNP PARIBAS  
FORTIS**

Une initiative de Mediafin, l'éditeur de



# High Her : Une formation sur mesure pour les entrepreneuses

**Tout est possible : lever les barrières financières, promouvoir l'égalité, soutenir les ambitions de chaque femme grâce à une formation de qualité, améliorer les mises en relation d'une communauté solidaire et efficace. Le message d'High Her est clair !**



Juliette Malherbe, cofondatrice & CEO d'High Her

A Bruxelles, cette organisation dynamique et moderne entend réduire l'écart de financement entre les hommes et les femmes en offrant des programmes structurés (*Money Academy*, *Tech Academy*), du mentorat et une communauté de soutien. « Au quotidien, les femmes qui entreprennent restent souvent confrontées à la difficulté d'accès aux financements. High Her donne aux femmes entrepreneures les ressources, les connaissances et les réseaux pour financer et développer leur entreprise.

Nous aspirons à un écosystème entrepreneurial inclusif, où chaque femme et chaque minorité disposent des moyens nécessaires pour concrétiser leurs ambitions entrepreneuriales et où leurs contributions jouent un rôle-clé dans la croissance économique et l'innovation », ne cache pas Juliette Malherbe, cofondatrice & CEO.

## Un programme de 10 semaines

Concrètement, la *Money Academy* offre aux femmes entrepreneuses les outils pour sécuriser leurs premiers tours de financement. « Notre programme intensif de 10 semaines est spécifiquement conçu pour aider les entrepreneuses à naviguer dans les complexités de la levée de fonds aux étapes pré-seed et seed. » Ce programme permet aussi d'élaborer un solide plan financier et d'apprendre à le présenter avec dynamisme et impact aux investisseurs. »

Ce programme de formation exhaustif est conçu avec des expert-e-s dans le financement pour préparer chaque personne à une levée de fonds réussie. Cette réflexion s'inscrit évidemment dans l'air du temps pour toutes les entrepreneuses en Belgique qui aspirent à la croissance et l'expansion avec une présence de premiers clients validée soucieuse de la durabilité et de l'éthique.

## Trois axes clairs

L'ASBL High Her a développé 3 axes de travail basé sur les outils financiers, l'*empowerment*, et le *mentoring* pour soutenir les femmes dans leur recherche de financement. Pour rappel, de nombreuses études ont montré que, même actuellement, trop de banquiers ne font pas confiance aux femmes dans ce domaine. « Les femmes entrepreneures qui ont déjà leur business rejoignent la *Money Academy*. Elles postulent en ligne via un formulaire, se présentent devant un jury et, ensuite, sont sélectionnées. Nous les aidons dans leur business, leur vision, leur indicateur de performance et la croissance de leur entreprise. Tous les vendredis matin, nous nous retrouvons chez BECI pour des *workshops* avec des expert-e-s du monde du financement. Là, tous les moyens de financement de l'entreprise sont explorés : microcrédit, *crowdfunding*, crédit à la banque, levée de fonds auprès de *business angels*... »

Rien n'est laissé au hasard : des ateliers évoquent même la relation à l'argent. « Définir ses peurs à ce niveau est important. Sans oublier l'art de la négociation, de la vente, Comment bien pitcher son projet, monter un business plan et un plan financier solide... À la fin, les entrepreneuses se tiennent devant un jury composé d'investisseurs et d'investisseuses pour présenter les projets. Cette étape est essentielle : l'entrepreneuriat peut s'apprendre un peu en faisant des écoles de commerce, mais surtout sur le terrain. Au contact. »

“

**Pour permettre le meilleur développement, nous devons créer un espace qui soit vraiment inclusif**

Juliette Malherbe

## Qui sont les entrepreneuses ?

Le visage des entrepreneuses peut être très différent: « Nous accompagnons beaucoup de femmes *solo*preneures, seules fondatrices. » Cette réalité en amène une autre, qu'il convient de ne pas sous-estimer : la solitude de l'entrepreneuriat. « Cet investissement représente des situations au fil de la vie avec beaucoup de hauts et de bas. Il est important, pour elles, de pouvoir compter sur une communauté qui s'entraide et qui puisse se comprendre, aussi. Elles doivent être capables de s'entourer de personnes confrontées aux mêmes challenges. »

Cet échange d'expérience est central : « Pendant les ateliers, énormément de questions sont posées par la quinzaine d'entrepreneuses. Un groupe volontairement restreint facilite l'échange. Il n'y a aucune gêne à poser des questions. Nous voyons que lorsque les programmes sont mixtes, une grande majorité d'hommes s'y trouvent. C'est pour cela que nous avons décidé de passer par des environnements exclusivement féminins. A terme, cela va leur permettre de sentir aussi légitimes de postuler à des programmes mixtes. »

Ce programme entend aussi, lui-même, agrandir son réseau : des discussions sont en cours avec les universités, les hautes écoles. « Nous aimerais aussi lancer une étude sur les *start-up*. »

## Des secteurs identifiés

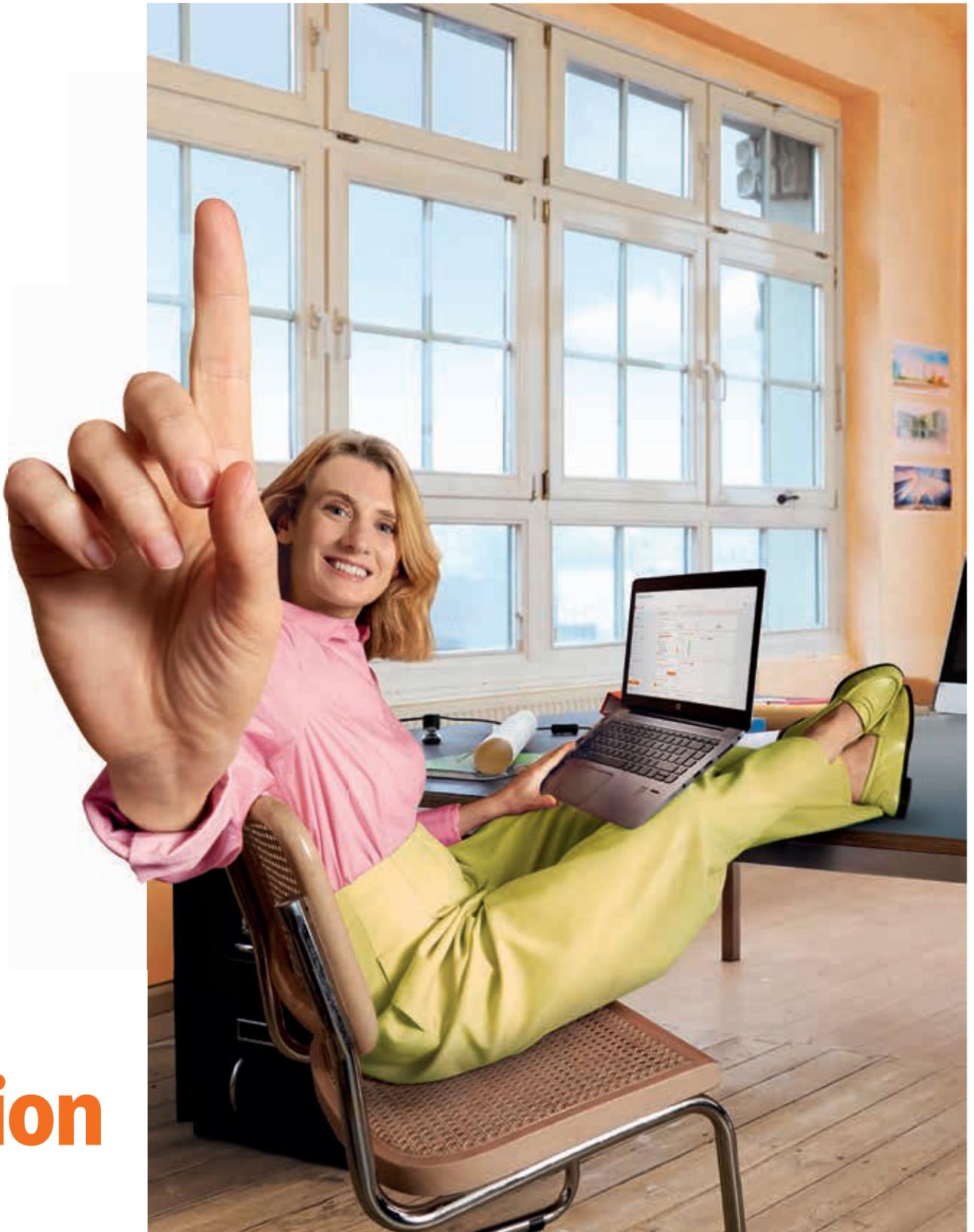
Toute cette réflexion est d'autant moins innocente que les femmes représentent 85 % des achats, alors que seulement 1 % de la recherche et du développement est dédié aux femmes. « Ces réalités de terrain montrent que le financement, l'engagement, le travail d'équipe, la diversité sont très importants. Pour permettre le meilleur développement, nous devons créer un espace qui soit vraiment inclusif. »

Aujourd'hui, les femmes qui osent prendre contact avec cette structure entendent développer des projets dans le textile, la santé de la femme (*post partum*, nutrition...) mais d'autres profils s'intéressent aussi à l'architecture, l'immobilier, la joaillerie, la technologie aussi...

La structure peut aussi compter sur des partenaires qui viennent donner les formations, dont *Finance Invest Brussels*, *Belfius*. « Grâce au partenariat avec *Funds for Good*, chaque entrepreneuse a un ou une coach spécifique qui l'accompagne pendant 3 à 6 mois. C'est super important, parce que les *workshops* sont collectifs. Là, elles bénéficient d'un accompagnement individuel avec des coaches bénévoles qui sont partie du réseau de *Funds for Good*. Sans oublier le partenariat avec les femmes chefs d'entreprise. »

■ Vincent Liévin

laplumevincent@hotmail.com



# E-facturation simplifiée. Gestion bancaire plus efficace.

**Un seul endroit** pour toutes vos opérations financières.

Envoyez et recevez vos factures électroniques via le réseau Peppol grâce à votre outil de facturation électronique gratuit, intégré dans votre environnement bancaire\*.

Ouvrez votre compte gratuit



\*Info et conditions sur [ing.be](#)  
ING Belgique S.A. • Banque/Prêteur • Avenue Marnix 24, B-1000 Bruxelles • RPM Bruxelles • TVA : BE 0403.200.393 • BIC : BBRUBEBB • IBAN : BE45 3109 1560 2789 • [www.ing.be](#) • Contactez-nous via [ing.be/contact](#) • Courtier en assurances, inscrit à la FSMA sous le numéro 0403.200.393 • Éditeur responsable : Saskia Bauters • Avenue Marnix 24, B-1000 Bruxelles • 731605F • 09/2025



# Bruxelles, à pas choisis : flâneries et trouvailles de fin d'année

**À l'approche des fêtes, Bruxelles déroule ses principales artères commerçantes. De la Rue Neuve à l'Avenue Louise, en passant par Ixelles et Dansaert, la capitale nous rappelle qu'on peut encore faire nos achats en choisissant local.**

En décembre, Bruxelles retrouve son charme qui donne envie de sortir. On le sent en marchant : le froid s'installe, les cafés se remplissent plus vite et les rues commerçantes reprennent ce rôle qu'on leur connaît si bien en fin d'année. Et même si la tentation du clic reste là, la capitale rappelle qu'il existe une autre manière de faire : flâner, pousser la porte d'une boutique, échanger quelques mots, choisir un cadeau qui a une histoire. Et si, cette année, on décidait vraiment de shopper bruxellois ?

## Rue Neuve et centre-ville : un classique revisité

Première étape : la Rue Neuve. On y va souvent par réflexe ou ne serait-ce que pour son énergie, et c'est précisément ce qui en fait l'artère la plus fréquentée de la Région. D'après le dernier baromètre retail de hub.brussels, elle accueille près de 43 800 passant·es par jour, un chiffre qui en dit long sur sa place dans le paysage commercial bruxellois. On y trouve les enseignes que tout le monde connaît, les cadeaux pratiques ou encore des petites idées rapides qui cochent une case.

Toutefois, réduire le quartier à un simple alignement de magasins serait passer à côté de ce qui fait son intérêt. En s'éloignant du flux principal, on tombe rapidement sur des boutiques plus discrètes, parfois tenues par des commerçant·es qui connaissent leur clientèle depuis des années. C'est souvent là que se trouve le cadeau auquel on n'avait pas pensé : une pièce faite à la main, une création locale, un objet qui ne ressemble pas à ceux que l'on voit partout. Sur le boulevard Anspach, on passe d'un magasin à un café, d'une librairie à une échoppe d'artisanat, sans devoir regarder sa montre. Le centre garde cette capacité à mêler rythme urbain et découvertes à petite échelle.



Coudenberg (la rue)

## Chaussée d'Ixelles : la proximité qui plaît

Direction ensuite la Chaussée d'Ixelles, ce mélange assumé entre enseignes bien établies et commerces indépendants. L'aménagement a quelque peu redessiné la vie du quartier : trottoirs élargis, circulation repensée, espaces conviviaux. Résultat : on s'y promène, on s'y arrête, on y revient.

Ce qui marque surtout, ce sont les commerces locaux qui façonnent son identité. Boutiques de vêtements, petites adresses gourmandes, projets tenus par des entrepreneur·es bruxellois·es... Un tissu économique vivant, apprécié autant par les habitant·es du quartier que par celles et ceux qui y passent le week-end. Pour les achats de fin d'année, c'est le terrain idéal pour trouver quelque chose de différent, sans quitter le cœur de la ville.

## Avenue Louise : élégance, repères et respiration urbaine

Plus au sud, l'avenue Louise déroule son long ruban de magasins, de maisons de mode, de galeries et d'adresses historiques. Certes, elle reste un axe emblématique pour les grandes enseignes, mais elle s'inscrit aussi dans un environnement plus large : le Bois de la Cambre à quelques minutes, les galeries latérales, les commerces voisins de Bailli ou du Châtelain.

Ce quartier fonctionne comme une respiration urbaine. On y fait son shopping, mais on peut aussi lever les yeux, ralentir, prendre un café dans une brasserie de quartier, découvrir une boutique de créateur·rice ou s'arrêter devant une vitrine. Tout rappelle que Bruxelles sait concilier élégance, diversité commerciale et vraie qualité de vie.

## Dansaert et ses quartiers créatifs : le style bruxellois bien affirmé

Impossible de parler shopping bruxellois sans évoquer Antoine Dansaert et le quartier qu'il traverse. Ici, l'offre est plus pointue, portée par des créateur·rices, des concept-stores. C'est aussi une zone où le commerce local s'exprime avec le plus de liberté, où les idées circulent autant que les client·es.

Autour, Sainte-Catherine, les Marolles ou encore certaines ruelles du centre complètent le tableau. Chacun de ces quartiers a su conserver une forme d'authenticité, mêlant artisanat, boutiques spécialisées, friperies, petites adresses gourmandes et initiatives locales. Dans ces rues, on entre souvent « pour voir » et on ressort avec un cadeau dont on connaît désormais l'histoire, la matière ou la personne qui l'a fabriqué.

## Et partout ailleurs, le geste compte en décembre

On pourrait passer une journée entière à traverser Bruxelles en enchaînant les découvertes. Derrière

© Ben Morris - Unsplash



chaque quartier, les chiffres confirment une réalité positive : selon les analyses menées par hub.brussels, les artères commerçantes évoluent, s'adaptent et retrouvent une solidité bienvenue. La croissance démographique, la diversité de l'offre et les initiatives locales nourrissent cette dynamique.

Les fêtes sont donc l'occasion parfaite pour contribuer à cette énergie : acheter local, soutenir les commerces de proximité, faire vivre celles et ceux qui donnent à Bruxelles son caractère. Car les chiffres rappellent aussi l'envers du décor : certains quartiers du centre affichent encore des taux de vacance élevés. Faire ses achats ici, c'est aider à maintenir un tissu commercial vivant et diversifié, et encourager les démarches artisanales, responsables ou simplement passionnées.

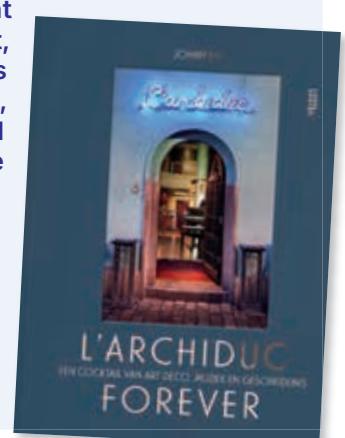
Bref, en décembre, Bruxelles accueille volontiers celles et ceux qui prennent le temps de flâner entre ses vitrines. Shoppons bruxellois !

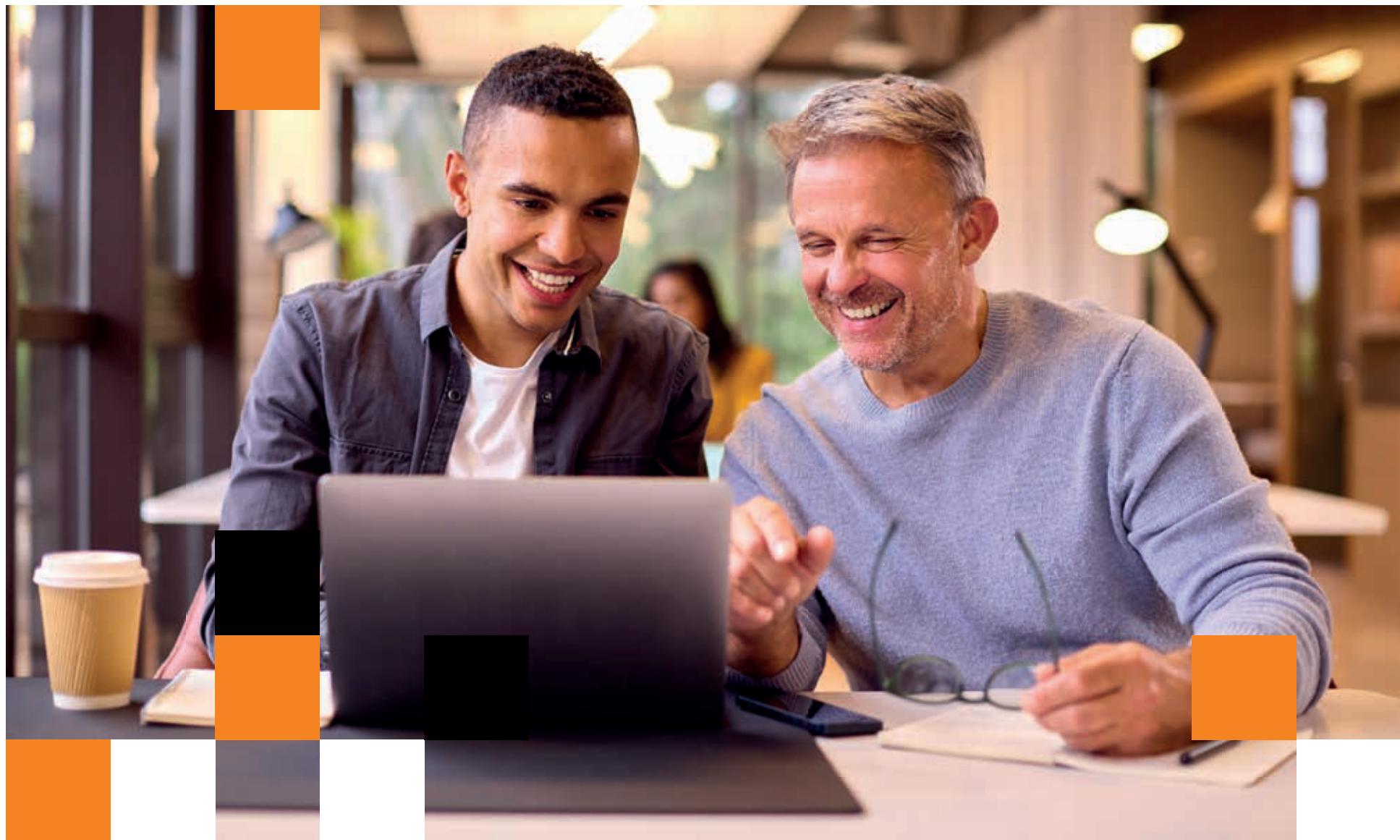
■ Era Balaj  
eba@beci.be



## L'Archiduc, toujours debout

Adresse culte du centre-ville, L'Archiduc traverse les décennies sans perdre son charme Art déco ni son esprit jazz. Autour de son piano mythique, des générations d'artistes et d'habituel·es ont façonné un lieu à part, élégant et discret. Dans « L'Archiduc Forever », le journaliste musical Johan Ral retrace cette histoire singulière, celle d'un bar devenu repère bruxellois. Une lecture qui se glisse aussi très bien dans l'idée d'un cadeau à offrir.





## Un partenariat au service des entreprises bruxelloises

Actif sur le marché bruxellois, vous mettez tout en œuvre pour développer votre entreprise. Avec BECI et Orange Business, vous bénéficiez de deux partenaires engagés à vos côtés pour soutenir votre croissance. Afin de renforcer encore votre développement dans les années à venir, nous avons uni nos expertises pour vous proposer une offre télécom exclusive.

### Une solution sur mesure pour votre croissance

Les solutions fixes et mobiles d'Orange Business sont conçues pour accompagner efficacement les besoins de connectivité et de performance des entreprises.

Les membres de la BECI profitent dès à présent d'un pack complet combinant internet fixe et mobile, à un tarif exceptionnellement avantageux.



# Business

### Offre exclusive pour les membres de la BECI !

valable jusqu'au 31 janvier 2026

**150 GB**  
de data mobile  
+ 1 Gbps internet

85 €/mois

**71€/mois** HTVA  
pendant 24 mois



Rejoignez Orange Business dès aujourd'hui et commencez à réaliser des économies substantielles! **Plus d'informations et conditions de l'offre sur <https://business.orange.be/fr/beci>**

Tous les prix et réductions s'entendent hors TVA. Connected Business Essential est une formule qui comprend une ligne Internet fixe (Connected Internet) et le plan tarifaire mobile Connected Mobile Intense. Le client bénéficie d'une remise mensuelle fixe qui se présente comme une remise convergente sur la facture mensuelle pour la téléphonie mobile et les solutions fixes pour tout nouvel abonnement en ligne Connected Business Essential souscrit entre le 01/10/2025 et le 31/01/2026 pour une durée de 24 mois. Elle s'applique dès que les deux lignes de produits sont actives et ce, pendant toute la durée du contrat et tant que les deux lignes de produits restent actives et facturées. Une reduction mensuelle de 5 € par carte Connected Mobile Intense, 7 € par position (câble coaxial) Connected Internet. En plus, la promotion Beci, une réduction mensuelle de 4 € (hors TVA) par abonnement Connected Mobile Intense pour une période de 24 mois est accordée. Cette promotion n'est pas cumulable avec d'autres réductions pour toute souscription d'un nouvel abonnement (sauf si une autre promotion est en cours au moment de la commande).



# Meet the Beci Team: Margot Féard, responsable de la communauté Digital/AI

Avec l'arrivée de Margot Féard à la tête de la communauté Digital/AI, Beci poursuit son engagement pour accompagner les entreprises bruxelloises dans leurs usages numériques de manière accessible.



Margot Féard, Digital/AI  
Community Manager

Arrivée début novembre, Margot Féard devient la nouvelle *Digital/AI Community Manager* de Beci, succédant ainsi à Ekaterina Clifford, qui poursuit son rôle au sein de la communauté internationale de l'organisation. Avec elle, Beci continue sa mission dans le digital et l'intelligence artificielle, en proposant

un accompagnement numérique auprès des entrepreneur·es bruxellois·es.

## De la communication à l'IT

Française et Luxembourgeoise, mais Bruxelloise depuis ses trois ans, Margot a construit une trajectoire à la croisée des métiers. Une Licence en Communication, un Master en Management des Systèmes d'Information à Paris : de quoi l'emmenier rapidement vers l'IT.

Project Manager et consultante, elle accompagne ensuite de grands groupes comme BNP Paribas Fortis ou Delhaize sur des projets variés (migrations de données, politiques RGPD, développement d'applications...).

Parmi ces expériences, elle se souvient de la migration d'une nouvelle infrastructure dans 700 magasins Delhaize. Un chantier fort qui lui a appris la gestion de projets

à grande échelle et l'importance du travail d'équipe.

Avec le temps, l'envie d'explorer autrement l'innovation la pousse vers l'entrepreneuriat. Elle lance alors MicroMégas, une plateforme qui met en relation des coachs certifiés et des professionnel·les en quête de nouvelles compétences. Une aventure qui lui permet d'élargir son regard sur les besoins des entreprises et leurs réalités quotidiennes.

## La communauté Digital/AI de Beci, c'est...

Chaque année, la communauté rassemble une cinquantaine d'événements, plus de 1 700 participant·es et une vingtaine d'expert·es mobilisé·es. Ateliers, formations, rencontres... Beci soutient les entreprises, PME et entrepreneur·es bruxellois·es, qu'ils ou elles soient novices ou déjà engagé·es dans une transformation numérique.

Avec l'arrivée de Margot, Beci poursuit cette dynamique. Utilisatrice régulière de l'IA, attentive à son usage et à ses limites, elle souhaite aider les entreprises à s'approprier ces outils sans pression ni jargon. Avec les partenaires de Beci, l'objectif est d'aider 10 000 entreprises à se former dans les trois prochaines années, afin qu'elles puissent comprendre, tester et adopter les technologies qui leur correspondent.

À travers son expérience hybride (communication, IT, gestion de projets et entrepreneuriat), Margot Féard vient renforcer une ambition chère à Beci : offrir aux entrepreneur·es un accompagnement proche et évolutif. Une approche qui privilégie le partage, la pédagogie et des formats qui donnent envie d'apprendre, quels que soient le secteur ou la taille de l'entreprise.

■ Era Balaj  
eba@beci.be

# French Tech Tour: le « cybersouffle » franco-belge chez Beci

Le 12 novembre, Beci a accueilli le French Tech Tour, organisé par Business France en Belgique. Une journée dédiée à la cybersécurité et à la FinTech, mais où il a surtout été question d'Europe, de coopération et de digitalisation, le tout dans une atmosphère à la fois studieuse et curieuse.



Thierry Geerts

Comment protéger nos données, nos infrastructures, nos entreprises et, surtout, rendre l'Europe compétitive en matière de cybersécurité ? Start-ups, spécialistes et décideurs se sont retrouvés chez Beci pour en parler.

Ce qui a marqué d'emblée, ce n'était pas tant le programme que l'ambiance dans la salle : un mélange d'expertise, de curiosité et de discussions sur la manière dont les entreprises affrontent

aujourd'hui les risques numériques. Avec, en toile de fond, une conviction largement partagée : avancer ensemble, ça compte.

## Une matinée pour comprendre

La matinée a permis de poser les enjeux. On y a parlé de cadres réglementaires qui évoluent, de nouvelles formes de menaces, d'entreprises qui doivent se protéger davantage et plus vite. Les échanges ont surtout montré que la cybersécurité demande désormais autant de coordination que d'expertise, et que l'Europe gagnera à avancer de manière plus cohérente sur ces questions.

À travers les interventions, un fil rouge s'est dessiné : comment accompagner concrètement les organisations – petites ou grandes – face à des risques

qui évoluent sans cesse ? Comment éviter que chacun·e se débrouille seul·e avec des défis désormais collectifs ?

## Une après-midi pour échanger

L'après-midi a ouvert la scène aux start-ups françaises venues partager leurs solutions en matière de cybersécurité et de FinTech. Des *pitches* courts, mais souvent très parlants, qui montraient la diversité des approches : gestion des identités, analyse des risques, protection des infrastructures, outils collaboratifs...

Les rendez-vous B2B qui ont suivi ont prolongé ces échanges de manière plus directe. On y parlait de défis du quotidien, d'outils qui pourraient faire gagner du temps, de collaborations possibles. Ce sont souvent ces

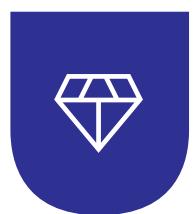
discussions-là qui permettent de faire émerger des partenariats utiles et de créer des ponts durables entre les deux côtés de la frontière.

En accueillant cette journée, Beci a voulu offrir un espace où l'on apprend, où l'on rencontre, où l'on construit aussi, chacun·e à son rythme. Une manière d'ancre un peu plus le lien franco-belge et de contribuer, ensemble, à un écosystème numérique européen plus solide, plus ouvert et plus cohérent.

■ Era Balaj  
eba@beci.be

Rejoignez la communauté Digital/AI de Beci





# Bruxelles : près de 100 000 offres d'emploi, un paysage à réapprendre

Près de 100 000 annonces actives ont été identifiées à Bruxelles et dans sa périphérie. Une photographie inédite qui bouscule les idées reçues et invite à repenser la rencontre entre talents et employeurs.



De Gauche à droite : Thierry Geerts, CEO Beci - Maxime Bollengier, CEO Beljob - Christer Trompet, Head of Partnership Beljob - Roeland Van Dessel CEO Partena Professional

Quand on parle du chômage à Bruxelles, le discours dominant reste souvent celui du manque : trop de demandeur·euses d'emploi, pas assez d'opportunités. Pourtant, la carte du marché de l'emploi commence à changer de relief. À l'initiative de Beci et Partena Professional, et grâce au travail de Beljob, une analyse fine révèle un volume d'offres que personne n'imaginait réellement : 99 237 annonces distinctes, actives sur un an, et réparties entre la capitale et sa zone d'influence socio-économique élargie (Brabant wallon et Brabant flamand). Une matière brute qui dit beaucoup d'une région en mouvement et d'un marché plus vivant qu'il n'y paraît.

## Le diagnostic : la partie invisible du marché de l'emploi

Pour dresser cette photographie, Beljob a passé au crible des centaines de milliers de contenus : annonces publiées sur les sites d'emploi, pages d'entreprises, portails locaux... et surtout réseaux sociaux. Grâce à un dispositif de *crawling* massif (technique d'automatisation de la collecte de données sur le web) et des algorithmes d'intelligence artificielle, l'équipe a d'abord collecté environ 240 000 offres d'emploi publiées sur un an.

Après un travail de nettoyage – suppression des doublons, harmonisation des intitulés, géolocalisation – le volume final atteint 99 237 annonces. Un chiffre impressionnant, mais surtout révélateur du fonctionnement réel du marché. Comme le résume Maxime Bollengier, CEO de Beljob : « Les offres d'emploi existent, mais elles restent souvent dispersées et difficiles à lire. Une part croissante d'entre elles circule désormais sur les réseaux sociaux : le marché de l'emploi a changé. »

Près de 75% des annonces identifiées proviennent des réseaux sociaux. Les entreprises recrutent là où circulent les talents, souvent via des publications informelles qui échappent aux canaux classiques. Autre enseignement clé : une part importante de ces offres concerne des *first skills jobs*, autrement dit, des postes accessibles sans haut niveau de diplôme. Exactement le profil d'une grande partie des Bruxellois·es aujourd'hui sans emploi.

## Le paradoxe bruxellois : entre l'offre et la demande

Les derniers chiffres d'Actiris (fin octobre 2025) font état de près de 96 000 personnes sans emploi dans la capitale. La situation reste complexe, mais ce n'est pas l'impasse que l'on imagine parfois. Entre ces 96 000 chercheur·euses d'emploi et les 99 237 offres identifiées, il y a un espace, une marge d'action, une piste à explorer collectivement. Pour Thierry Geerts, CEO de Beci : « Cela ne signifie pas que tout va s'aligner automatiquement, mais ce chiffre doit redonner confiance. Il montre qu'il existe un potentiel réel. Notre rôle est d'encourager, de guider et de mieux faire connaître ces opportunités. »

L'étude met aussi en évidence un enjeu de mobilité. Une partie importante des offres se situe dans la zone d'attraction socio-économique de Bruxelles, où les entreprises recrutent activement. Ce sont des postes accessibles, mais encore trop éloignés des habitudes de recherche des Bruxellois·es. Pour décloisonner le marché, il faudra encourager les déplacements, faciliter les correspondances et mieux accompagner les transitions professionnelles. « L'enjeu est désormais de renforcer la rencontre entre les offres et les chercheur·euses d'emploi, mais également de motiver les Bruxellois·es à se déplacer », communiquent Beci et Partena Professional.

## La transformation : un marché en transition

Pour Partena Professional, rendre ces offres plus visibles, c'est clarifier le terrain de jeu des employeurs. Roeland Van Dessel, CEO de Partena Professional, insiste sur ce point : « Les entrepreneurs bruxellois ont de l'énergie et des projets, mais ils manquent parfois de visibilité sur le marché de l'emploi. En révélant l'ampleur des offres réelles, nous leur donnons un levier concret pour avancer. Clarifier ces signaux, c'est soutenir ceux qui entreprennent et renforcer un écosystème qui ne demande qu'à prospérer. »

Au-delà du volume, l'enjeu est la lisibilité. Aujourd'hui, une grande partie de l'information circule sous forme de signaux faibles : posts LinkedIn, annonces glissées sur Facebook, messages partagés entre groupes locaux. C'est précisément là que Beljob intervient, en transformant ces traces éparses en une cartographie exploitable grâce à l'IA appliquée au langage.

Le potentiel est important : en élargissant les sources, en intégrant les services, et en affinant la détection des contenus pertinents, ce volume pourrait même dépasser les 100 000 offres. Mais l'objectif n'est pas de courir après un chiffre. L'enjeu est d'aider les institutions, les entreprises et les chercheur·euses d'emploi à mieux se repérer dans un marché devenu mouvant, décentralisé, fragmenté.

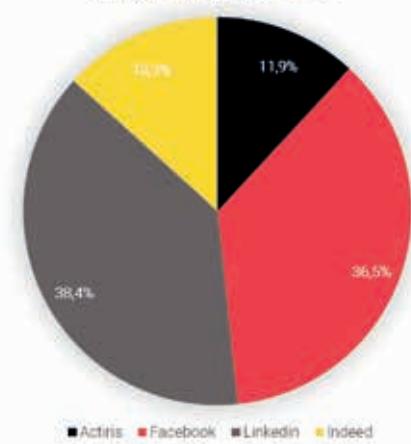
## La conclusion : l'effort du collectif

Avec cette étude, Beci et Partena Professional proposent une manière de relire le marché bruxellois de l'emploi sans l'enrober ni l'assombrir. Oui, Bruxelles

doit continuer à investir dans la formation. Oui, il faudra accompagner les changements générationnels, rendre les opportunités plus accessibles, et oui, une grande partie d'entre elles se diffuse désormais en ligne. Les défis restent nombreux, mais ils ne doivent pas masquer le potentiel révélé par ces données. Ce premier chiffre (ces presque 100 000 offres) permet de regarder le marché autrement. Il dit qu'il existe un terrain fertile, qu'on peut activer, à condition d'agir collectivement : acteurs publics et privés ont chacun une pièce du puzzle.

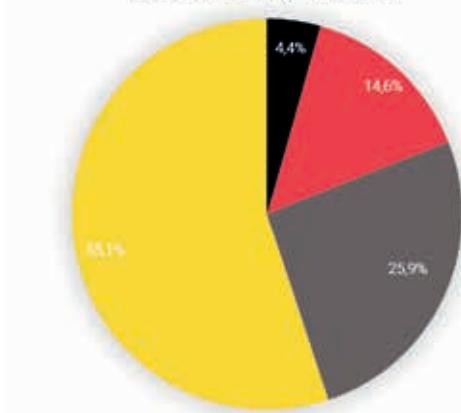
■ Era Balaj  
eba@beci.be

Distribution by sources



© Beljob

Distribution by location



© Beljob

## À Propos de Beljob

Beljob est une startup qui développe un service numérique permettant de cartographier les emplois accessibles sans haut niveau de diplôme en Belgique à partir de données issues de nombreuses sources locales. « Nous aidons les institutions belges à rendre ce marché plus lisible et plus exploitable afin de mieux orienter les chercheurs d'emploi. »

Rejoignez la communauté  
Talents de Beci



# Opleiden in het tijdperk van technologische vernieuwing

**Artificiële intelligentie, virtual reality, sociale innovatie: deze technologieën veranderen hoe de arbeidsmarkt er vandaag uitziet. Eulep begeleidt bedrijven en leerlingen bij deze transformatie.**

De arbeidsmarkt is nog nooit zo snel geëvolueerd. In slechts enkele jaren tijd hebben nieuwe technologieën de manier van produceren, beheren en communiceren ingrijpend veranderd en hebben ze nieuwe beroepen doen ontstaan. Data-analist, prompt designer, virtual reality-technicus, specialist in digitale transitie ... de vereiste vaardigheden veranderen voortdurend, waardoor permanente vorming een must is voor wie bij wil blijven. Dat is precies het doel van Eulep (European Learning Experience Platform), het project dat wordt ondersteund door de Europese Unie en in Brussel wordt uitgevoerd door Beci: bedrijven en werknemers helpen zich aan te passen aan een beroepsWereld die volop in verandering is.

## Leren in tijden van AI

Eulep brengt twintig partners uit acht landen samen om het onderwijs op Europees niveau te herzien. Uit hun onderzoek naar "de ontwikkeling van opleidingen die zijn afgestemd op de behoeften van de leerling en de arbeidsmarkt" blijkt dat veel bedrijven moeite hebben om de nieuwe technologieën bij te houden. Werknemers daarentegen blijken moeite te hebben om te bepalen welke vaardigheden ze moeten verwerven.

Om hierop in te spelen, heeft het Europese project opleidingen ontwikkeld rond drie thema's: artificiële intelligentie, virtual reality en sociale innovatie. Elk domein combineert technische kennis met reflectie over manieren om AI in een dienst te integreren, virtual reality als pedagogisch instrument te gebruiken of creativiteit en inclusie in een digitale omgeving te stimuleren. Deze opleidingen zijn zowel bedoeld voor technici als voor managers, HR-verantwoordelijken of projectleiders en voor iedereen die betrokken is bij de transformatie van organisaties.

## Tussen Europa en Brussel: Beci

Als partner van het project leidt Beci elk jaar duizenden studenten en professionals op in de nieuwste digitale ontwikkelingen via zijn scholen CVO Semper en EPFC. Deze instellingen spelen een centrale rol in de uitvoering van het Eulep-project door toegankelijke, hybride opleidingen te ontwerpen die aansluiten bij de behoeften van bedrijven. Dankzij deze samenwerking kan Brussel zich volledig inzetten voor de Europese dynamiek: een arbeidsmarkt die nieuwsgierigheid, flexibiliteit en levenslang leren waardeert.

■ Era Balaj  
eba@beci.be



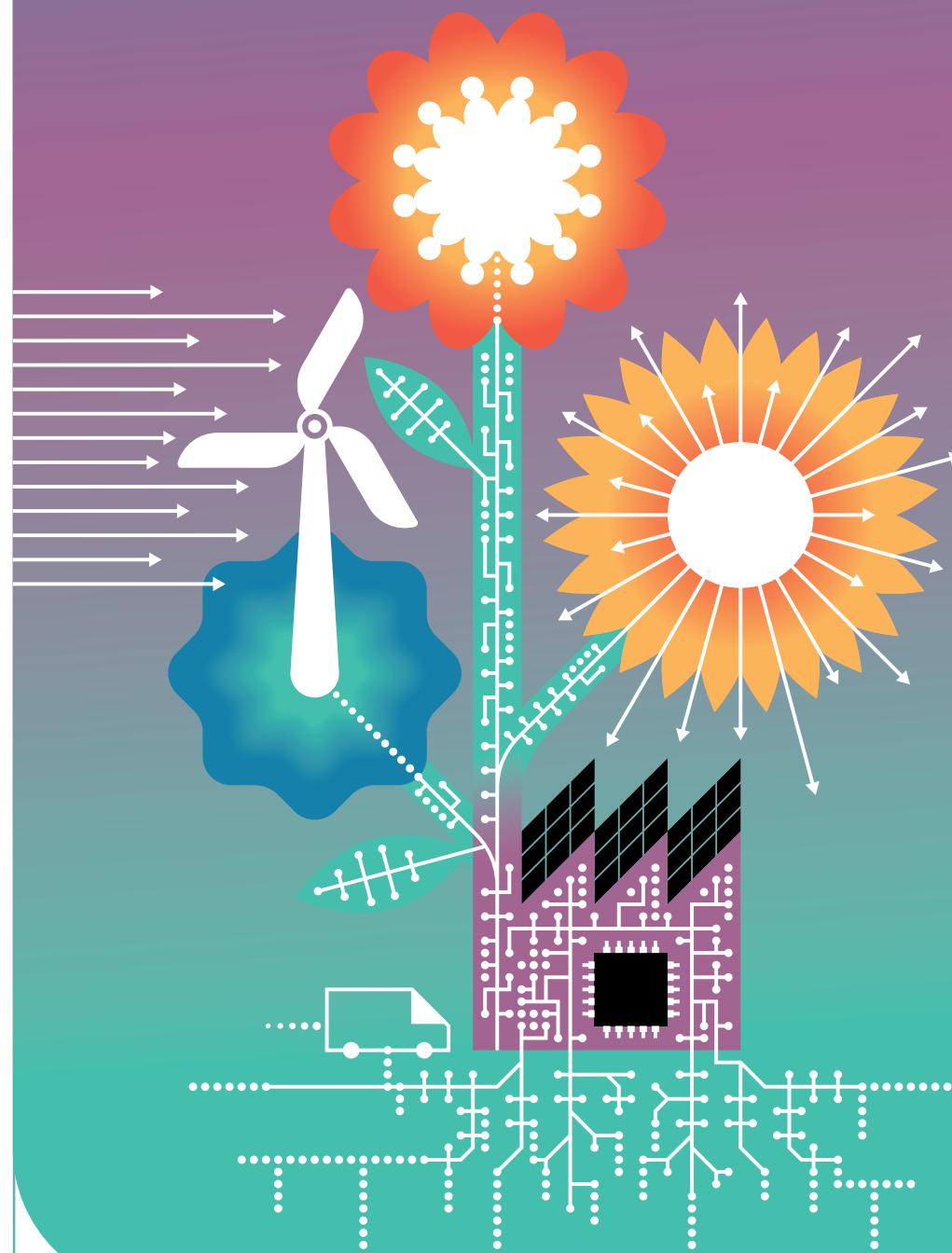
Funded by the European Union

De Tijd en L'Echo presenteren:

# change makers 2026

Dé awards voor Belgische pioniers in duurzaam ondernemen

Voor het derde jaar op rij gaan De Tijd & L'Echo op zoek naar 30 bedrijven die met innovatie, ondernemingszin en aandacht voor hun sociale impact tegen 2030 het verschil maken voor een duurzame toekomst.



## Maakt uw onderneming radicaal mee het verschil richting 2030?

Stuur dan uw kandidatuur in vóór 9 januari 2026 en ding mee naar de Changemakers Awards 2026.

Meer info op [changemakers.be](http://changemakers.be)

In samenwerking met



**BNP PARIBAS  
FORTIS**

Een initiatief van Mediafin, uitgever van

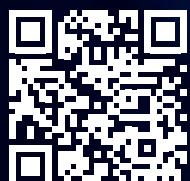




## Et vous, comment ça va ?

En tant qu'indépendant on ne prend pas toujours le temps de se poser la question.

Scannez ce code QR pour savoir comment vous allez réellement.



**feeling  
Great**  
by Partena Professional

# Comment communiquer dans un monde polarisé ?

Pour Julien Radart, Managing Partner du bureau akkanto, l'« hibernation communicationnelle » ne se justifie que sur un temps donné. Car certaines thématiques peuvent aussi être des opportunités pour se positionner.



Julien Radart, Managing Partner au bureau akkanto

**Dans des sociétés de plus en plus polarisées, notamment par les réseaux sociaux, artistes, influenceur·euses, intellectuel·les ressentent de plus en plus une « injonction » à se positionner. En va-t-il de même pour les entreprises ?**

En premier lieu, il faut bien comprendre que communiquer pour se positionner n'est qu'un moyen parmi d'autres dans la gestion de sa réputation. La réputation, elle, va bien au-delà de la communication et est une fin en soi. Mais sa gestion est un défi car la perception que l'on peut avoir de vous n'est pas quelque chose que l'on maîtrise. Face à des points de vue très polarisés, le réflexe de certaines entreprises est alors de rester en retrait, pour éviter tout risque. Se mettre en mode « pause » sur le plan communicationnel peut très bien se justifier.

Mais dans un monde qui change, bousculé de façon permanente et saturé d'information, il faut aussi savoir saisir les fenêtres d'opportunité pour se différencier.

**Comment, dès lors, savoir quand on doit communiquer ?**

En comprenant le mieux possible de quelle réputation l'on jouit, où l'on souffre, auprès de ses parties prenantes : clients, employé·es, grand public, ONG, concurrents, fournisseurs, voisins... La première fonction d'un·e communiquant·e, c'est donc d'abord de se mettre à l'écoute. Partant de là, on peut alors identifier les sujets sur lesquels, aux yeux de ces parties prenantes, vous avez une légitimité à vous exprimer.

Et aussi comprendre si celles-ci attendent réellement de vous que vous vous positionniez sur telle ou telle thématique. Sur toutes les autres, on peut très

bien décider de ne pas se prononcer, même si elles occupent une place importante dans le débat public.

**Reste qu'il peut y avoir des attentes différentes entre ces parties prenantes, y compris vos propres employé·es...**

Si l'on décide de se positionner, il faut le faire avec un message fort et être en mesure de le prouver pour être crédible. Vos actes doivent être visibles, alignés et cohérents dans le temps et dans l'espace. Et ce même si des changements sociaux, qui se traduisent par exemple en changements de majorités politiques, s'opèrent.

Une marque qui, pendant le mois des fiertés, décide d'arborer le drapeau LGBTQIA+ dans une région du monde mais pas dans une autre, s'expose à un risque. C'est d'ailleurs pour cela que tant d'entreprises se penchent avec soin – et elles ont raison de le faire – sur leur définition de mission, leur stratégie et leurs valeurs.

**Quels sont les thèmes au regard desquels les entreprises, aujourd'hui, réexaminent leur réputation ?**

Il y a des sujets que l'on croyait complètement disparus et qui sont revenus sur le devant de la scène. Les questions de souveraineté, de patriotism et même de nationalisme, avec parfois des réactions très émotionnelles de la part de parties prenantes, peuvent avoir un impact important. Certaines entreprises reviennent donc la façon dont elles présentent leur stratégie, à l'aulne de ces considérations, alors qu'il y a quelques années encore, c'est l'angle de la durabilité et de la transition qui primait.

C'est par exemple le cas dans les secteurs de la production d'énergie ou la production alimentaire. Les narratifs et les messages évoluent donc pour mieux résonner auprès des parties prenantes, sans pour autant que les valeurs et la stratégie aient fondamentalement changé.

**Est-ce ce qui explique le greenwashing, le fait que les entreprises s'expriment beaucoup moins sur leurs efforts de durabilité ?**

En partie, oui. Mais fondamentalement, plusieurs entreprises ont aussi compris que l'on avait peut-être surcommunié sur le sujet. Quel intérêt y avait-il, pour une entreprise, à s'enorgueillir d'un tri des poubelles ? Par ailleurs, d'autres ont compris qu'elles s'exposaient, en communiquant très largement, à des réactions du type « jamais assez » de la part de certaines parties prenantes.

Sans pour autant cesser leurs efforts, elles se concentrent aujourd'hui sur leurs actes. Elles utilisent des moyens de communication plus directs et moins grand public, par exemple via des réseaux ou fédérations d'entreprises, pour convaincre.

**Après que Donald Trump a demandé aux entreprises ayant des contrats avec l'Etat américain de renoncer à leurs programmes de diversité et d'inclusion, se dirige-t-on à présent vers du D&I hushing ?**

À nouveau, les sociétés où le recrutement de talents d'origines diverses fait partie intégrante de la stratégie et des valeurs d'entreprise trouveront des moyens de communiquer différemment. Sur leurs actes plutôt qu'en affichant très ouvertement leur charte D&I. Même si, évidemment, trouver un tel équilibre et les bonnes nuances est plus compliqué pour une multinationale que pour une société belgo-belge.

**On observe aussi de plus en plus une remise en question de la science dans le débat public. Est-ce le bon moment, par exemple, pour les entreprises pharmaceutiques de réaffirmer leur foi en la recherche scientifique ?**

Sans doute. Mais il faut pouvoir le faire de façon authentique dans sa prise de parole. Et surtout de façon équilibrée, en évitant des prises de position partisanes qui attisent la polarisation. N'oublions pas que la vocation d'une entreprise est de fédérer plutôt que de diviser. C'est peut-être différent pour des organismes publics ou des universités, qui ont plus de légitimité à défendre certains acquis sur ces questions.

**Quel rôle le ou la dirigeant·e d'entreprise doit-il jouer ?**

Dans certaines entreprises, la personnification des messages via le CEO est très forte. Cela peut être une opportunité lorsqu'un·e dirigeant·e est très charismatique. Mais cela peut aussi être une menace. Que se passe-t-il lorsque cette personne quitte l'entreprise ? Ou si elle doit faire marche arrière sur certains sujets ? Ou encore si elle va trop loin dans ses prises de position ? On a tous en tête l'exemple d'Elon Musk et de son impact sur la réputation de Tesla, dont les ventes ont chuté en partie à cause des déclarations de son dirigeant.

■ Philippe Beco  
pb@beci.be



# Une entreprise doit-elle porter le nom d'une famille ?



© Frédéric Raevens

Par Giles Daoust,  
Entrepreneur et écrivain

Vous avez peut-être appris que notre entreprise familiale **Daoust change de nom** en janvier 2026, pour s'appeler désormais DaJobs.

Ce nouveau nom est le fruit d'une **réflexion stratégique** visant à moderniser notre marque, et disposer d'une appellation anglophone mieux adaptée aux trois régions de notre beau pays. La volonté aussi d'aligner le nom de notre marque commerciale avec celui de notre application mobile DaJobs, désormais omniprésente dans le quotidien de nos travailleurs. Nous avons d'ailleurs fait de même un an plus tôt pour notre activité Titres-Services, rebaptisée DaHome.

Ce changement de nom est aussi l'occasion pour moi de poser dans cette chronique une question plus large, qui intéressera sans doute bon nombre de (futurs) entrepreneurs et dirigeants : **une entreprise doit-elle porter le nom d'une famille ?**

Quand le fondateur donne son propre nom à son entreprise, il provoque une **identification** forte entre sa marque et sa personne. Ceci peut comporter des avantages, surtout s'il dispose d'une personnalité emblématique et est très présent dans les médias.

En revanche, lorsque le temps sera venu pour lui de **transmettre la direction** de l'entreprise (à un CEO familial ou non), porter le nom de l'entreprise risque de compliquer les choses : cela ne l'aidera

pas à **prendre de la distance** et à supporter que la nouvelle direction vole de ses propres ailes et fasse évoluer l'entreprise.

Dans tous les cas, si l'entreprise développe sa notoriété, **les enfants** de la famille seront exposés à un phénomène particulier : leur nom sera associé à celui d'une marque commerciale, parfois dès l'école. Ceci n'est pas toujours facile à vivre quand on est en plein développement de son identité propre.

Arrivés à l'âge adulte, certains enfants ne seront pas impliqués dans l'entreprise. C'est leur droit le plus strict, car chacun doit pouvoir choisir librement son orientation de carrière. Mais ils n'auront pas d'autre choix que de **porter le nom d'une marque commerciale** toute leur vie.

Si l'entreprise a du succès, il peut y avoir une forme de **fierté** à cela. Mais à mon humble avis celle-ci est **déplacée**, puisque ce succès ne leur est en aucun cas imputable. Chacun devrait être fier de ses propres réalisations, et non de celles de sa famille ou d'une entreprise qui porte son nom.

Pour tous les membres de la famille, actifs ou non dans l'entreprise, le fait que leur nom ou celui de leur ancêtre figure sur l'enseigne risque d'introduire des **sentiments et émotions fortes** qui peuvent obscurcir leur jugement. « C'est notre nom, tout de

même ! », entend-on parfois dans les assemblées générales ou conseils d'administration, alors que cette considération ne devrait pas affecter la stratégie de l'entreprise.

En revanche, le nom de la famille a l'avantage de faire résonner le **poids de la tradition**, de la qualité ou des valeurs humaines. De nombreuses entreprises familiales s'en réjouissent d'ailleurs.

A contrario, un nom de famille qui indiquerait une **appartenance linguistique** ou régionale, pourrait constituer un désavantage dans certaines autres zones que l'entreprise essaiera de conquérir.

**Chacun se fera sa propre opinion : ce qui compte, c'est prendre une décision qui nous ressemble.**

Au bout du compte, face à ces différents arguments (et vous en imaginerez peut-être encore d'autres), **chacun se fera sa propre opinion**. Donner son nom à son entreprise est le choix personnel du fondateur. Conserver ce nom au fil des générations est le choix de la famille. Ce qui compte, c'est examiner les différentes facettes de la question avec soin et prendre une décision qui nous ressemble !

## Good Morning 500 passe en mode hivernal

**En décembre, le Good Morning 500 accueille les artisan·es des Plaisirs d'Hiver. L'occasion de mêler café, rencontres et savoir-faire bruxellois dans une atmosphère chaleureuse. Ça nous donne envie !**

Les jeudis de décembre auront un parfum particulier à l'Avenue Louise. Le Good Morning 500, rendez-vous matinal bien connu de la communauté Beci, enfile son manteau d'hiver en s'associant aux Plaisirs d'Hiver. Quatre matinées pour découvrir des artisan·es bruxellois·es, échanger autour d'un café et prolonger l'énergie qui anime l'un des plus grands événements de la capitale.

### Un marché d'artisan·es au petit déjeuner

Pour cette édition, six créateur·rices seront présent·es à tour de rôle dans le lounge du 500. Une manière de mettre en lumière les talents locaux, qu'ils soient issus des Plaisirs d'Hiver ou du Creators Factory, organisé les 13 et 14 décembre à la Bourse.

Bees Api apportera ses produits à base de miel. TulipArt Café réalisera des portraits et caricatures sur place. L'Annexe Brasserie fera découvrir ses limonades naturellement fermentées et ses bières. La Beer Epoque proposera ses savons à base de bière. Resyne présentera bouquets, accessoires et objets

de slow fashion. Timeless Luxury Scents complètera la sélection avec ses parfums artisanaux. Autant de haltes pour commencer la journée autrement, entre savoir-faire local et rencontres informelles.



### Plaisirs d'Hiver : du centre-ville au 500

La 24<sup>e</sup> édition de Plaisirs d'Hiver a débuté le 28 novembre et se tiendra jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier, avec un prolongement jusqu'au 4 janvier place De Brouckère.

Cette période marque, comme chaque année, un moment important pour la capitale : artisan·es, commerçant·e·s, artistes et associations y occupent l'espace public et rappellent la diversité des savoir-faire bruxellois... sans oublier le marché de Noël !

En invitant une partie de cette dynamique au Good Morning 500, Beci tisse un lien naturel entre sa communauté entrepreneuriale et un événement qui rassemble largement. Ce rendez-vous matinal chez Beci permet de faire circuler les idées et de donner à l'hiver une couleur clairement bruxelloise.

Era Balaj  
eba@beci.be

Chaque jeudi matin  
chez Beci, venez  
découvrir de petites  
créations bruxelloises  
et soutenir le commerce  
local ! Inscriptions ici :



# 100 ans de fidélité : Beci remercie ses membres !

Certaines histoires se construisent dans la durée. Cette année encore, Beci a tenu à saluer celles qui, depuis des décennies, avancent à ses côtés.



L'Assemblée Générale de Beci s'est réunie en octobre pour décerner les médailles aux membres.

Ce n'est pas tous les jours qu'on fête 25, 50 ou 100 ans (comme l'entreprise Shell) de confiance, et ce n'est pas rien non plus. Dans l'économie, les liens vont et viennent, les cycles s'accélèrent, les priorités changent... Mais il y a des relations qui tiennent. Cette année, Beci a voulu remercier les entreprises qui, au fil du temps, ont choisi de rester dans la maison. Une façon de rappeler qu'il est membre chez Beci, c'est avancer accompagné·e. La discussion, l'information, le réseau, le regard extérieur, ça compte. Faire partie d'une communauté, ça change la manière dont on traverse les périodes plus calmes comme les plus tendues. Et puisque l'on en parle, c'est peut-être l'occasion de dire à nouveau ce que Beci met en œuvre, jour après jour, pour qu'elle reste vivante.

## Voice, Connect & Serve

Tout part de là : donner de la voix, connecter et servir. Voice, d'abord : il s'agit de faire entendre les besoins des entreprises, de défendre leurs intérêts et de porter leur message auprès des institutions bruxelloises.

Connect, ensuite : créer des moments où l'on se rencontre. Une table, un événement, un atelier, du réseautage... Il suffit d'une conversation au bon moment pour ouvrir une porte, débloquer une idée ou lancer un projet.

Serve, enfin : c'est tout l'accompagnement pratique. Conseil juridique, support administratif, export, ressources, formations, programmes spécialisés. Ce sont des outils mis à disposition par des expert·es, afin de avancer plus sereinement, se structurer et ne pas devoir tout affronter seul·e.

En résumé : une voix pour représenter, des liens pour échanger, du soutien pour progresser. Bref, l'aide qui permet d'avancer sans perdre pied.

## Un an de rebranding

Voilà presque un an que Beci a revu son identité. Nouveau logo, nouveau ton, nouvelle énergie, le « rebranding » a permis de montrer ce que l'organisation est devenue aujourd'hui : « The Voice of Business in Brussels ». C'était aussi l'occasion d'affirmer une image plus claire, plus accessible, plus en phase avec Bruxelles et la diversité de ses entreprises.

Aujourd'hui, Beci (et non plus BECI) est une marque à part entière et s'écrit avec un B majuscule. Comme

le soulignait le CEO Thierry Geerts : « Cette marque, c'est avant tout Bruxelles, les entreprises et Beci »

## Les médaillé·es 2025

Les entreprises mises à l'honneur cette année témoignent de la diversité de l'écosystème économique bruxellois. Formation, coaching, énergie, mobilité, enseignement, services linguistiques : Beci rassemble des secteurs différents qui ne se côtoieraient pas toujours ailleurs.



Bernard Dewamme, Executive Coach & Client Partner (gauche) - Mentally Fit Institute et Annick Hernot, Présidente de Beci (droite)



François Macq, CEO - Macq (gauche)



Caroline Boixeda, Managing Director - F9 Languages in Brussels (gauche)

**Mentally Fit Institute**, cabinet international spécialisé dans la formation et le coaching d'équipes, membre depuis 25 ans.

**F9 Languages in Brussels**, acteur de l'apprentissage des langues, au service du multilinguisme bruxellois, membre Beci depuis 25 ans.

**Fédération Belge du Stationnement / Belgische Parkeerfederatie**, organisation active dans la mobilité et de gestion du stationnement urbain, membre Beci depuis 25 ans.

**VTI (CVO Semper)**, établissement de promotion sociale dédié à l'apprentissage continu, affilié depuis 25 ans.

**E.P.F.C.**, école de promotion sociale, historiquement liée à Beci et membre depuis 25 ans

**Macq**, entreprise active dans le secteur de la mobilité, affiliée depuis 50 ans.

**SHELL**, acteur historique du secteur des hydrocarbures, membre de Beci depuis un siècle (100 ans).

En remettant ses médailles à plusieurs entreprises membres cette année encore, Beci rappelle que la vie économique se construit dans la durée.

■ Era Balaj  
eba@beci.be



Patrick Minnaert, General Manager Belgium chez Interparking - Fédération Belge du Stationnement/ Belgische Parkeerfederatie (gauche)



Ria Cauchie, Directrice de CVO Semper - VTI (gauche)



Serge Bressers, Directeur Général - E.P.F.C (gauche)



**5** ANS  
GARANTIE\*\*

## NOUVELLE ALFA ROMEO TONALE INTENSA LA PASSION DANS LES MOINDRES DETAILS

DÉJÀ UN TONALE  
**APD 280€/MOIS HTVA\***



1,3 – 5,8 L/100 KM • 30 – 143 G CO<sub>2</sub>/KM (WLTP) DONNONS PRIORITÉ À LA SÉCURITÉ.

Informations environnementales [A.R. 19.03.04] : [www.alfaromeo.be](http://www.alfaromeo.be). Contactez votre point de vente Alfa Romeo pour toute information relative à la fiscalité de votre véhicule. Plus d'information sur [alfaromeo.be](http://alfaromeo.be). \*\*La garantie Alfa Romeo Extended Care Premium gratuite de 5 ans est une extension de la garantie constructeur standard de 3 ans complémentaire, sur base de 75.000 km /5 ans (jusqu'à un des deux termes atteint). L'extension de la garantie constructeur ne limite PAS les droits du consommateur dans le cadre de sa garantie légale. Offre valable pour les particuliers et les professionnels (hors contrat-cadre) à l'achat d'une voiture neuve, du 01/05/2025 au 31/05/2025 dans le réseau Alfa Romeo belge et luxembourgeois. Non valable sur un achat online. Conditions disponibles dans les points de vente Alfa Romeo. \*Exemple en Renting Financier pour une 1.6 130 DS Sprint FWD, sur base d'une durée de 60 mois et de 100.000 km. Prix de vente : 31.180,00 € HTVA. Loyer mensuel de 280,00 €, moyennant un 1er loyer majoré (optionnel) de 6.511,62 € et une option d'achat de 12.666,94 € HTVA. Le Renting financier est exclusivement à usage professionnel. Tous les prix s'entendent hors TVA. Sous réserve d'erreurs ou de changements de prix. Conditions valables du 01/05/2025 au 31/05/2025 inclus. Proposition de Renting Financier faite par Stellantis Financial Services Belux SA (prêteur), avenue du Bourget 20-1 à 1130 Bruxelles, Belgique, RPM: Bruxelles, n° BCE 0417.159.386, tel. : +32 (0)2/370 77 11, IBAN : BE86 3100 0100 5250, BIC : BBRU BE BB, adresse e-mail : [services4you@stellantis-finance.com](mailto:services4you@stellantis-finance.com), sous réserve d'acceptation du dossier. E.R. : Laurent Barria - FCA Belgium SA - Avenue du Bourget 20 Boîte 1 - B-1130 Bruxelles Belgique, inscrite à la BCE sous le numéro 0400.354.731 - IBAN: BE20 5701 3164 8256 - Tél: +32 800 55 666. Le véhicule illustré ne correspond pas à la version ni au prix décrit.

# Aiming for international growth? How the EEN can help

The Enterprise Europe Network (EEN) is an international network, launched and funded by the European Commission, with the aim of supporting SMEs. It is the world's largest network of its kind, operating in 56 countries through 600 member organisations and no fewer than 3,000 experts.

© Freepik



The EEN is a network made up of hundreds of local contact points around the world. In Brussels, there are two such contact points: Beci and hub.brussels. While hub.brussels will take the lead on any queries relating to innovation, digitalisation and sustainability, Beci is on hand to offer support with companies' internationalisation needs. "We are able to offer information and advice on the development of a company's activity to EU and non-EU markets, as well as try to establish contact with companies around the world for potential partnerships," explains Jean-Philippe Mergen, Director of Internationalisation at Beci.

## Fostering partnerships

In addition to hosting B2B matchmaking events, the EEN provides an online partnership platform with profiles of thousands of company looking for partners on an international scale. Use of this platform is part of what Beci offers its members. Jean-Philippe Mergen helps companies prepare their profile, then uploads it to the platform and follows up. He also supports Beci members by personally reaching out to local contacts to identify potential partners.

Partnership opportunities are just one of the many types of support that Beci can offer through the EEN. But what if a company has a specific issue they would like help with? Or if they would simply like some support as they expand to new markets?

## How does it work?

After initial contact is established, Jean-Philippe Mergen will evaluate a company's needs, most often through means of a short questionnaire to identify exactly what kind of support is needed and in which area of the world. For trade within the EU single market, this may be about CE marking, cross-border VAT, posting of workers or public procurement. Outside of the EU, information about local regulations and customs may be of greater interest. Companies may also have a specific question. For instance, Jean-Philippe Mergen recalls being asked for help by a chocolate producer, who was enquiring about packaging and packaging-waste regulations in a

particular country. In this case, the wording of the new regulation was unclear, making the company unsure of the date upon which the new rules would enter into force.

Once up to speed with the company's activities, needs and objectives, Beci will try to find the information they need as soon as possible. Sometimes, they can do that using their own tools and research, such as the European Commission's Access2Markets platform. In other cases, however, they might need to contact their local EEN partner in the target country in order to obtain the right information. Mergen remembers one company

who wanted to know if they could sell their products in the United States by setting up a small local subsidiary there and what the advantages of that would be. In order to answer all of the company's questions, they set up a meeting with the local EEN contact in the US. In another case, a company in the food sector wanting to export to South Korea was able to get the information they needed through an email exchange with the EEN partner on the ground. Mergen notes: "If we don't have the expertise to answer a certain query, we usually know someone who can. For example, we work with a Beci member who is specialised in the field for all queries relating to VAT".

## Support, even beyond the EEN

The EEN is present in the EU's 27 countries and 29 non-EU countries, but what if a company has a query relating to a non-EEN member? Often, Beci can still help. They may be able to facilitate cooperation through European Trade Promotion organisations, business organisations or bilateral chambers of commerce in third countries. Mergen recounts: "We had a company who wanted to export to countries in West Africa and they asked us to check which taxes would be imposed by local governments. The EEN isn't present there but we were able to establish contact with the Belgian Chamber of Commerce in Ivory Coast".

In short, the support Beci offers through the EEN is invaluable to members wishing to expand their operations abroad. No query is too big or too small.

To obtain advice, contact Jean-Philippe Mergen at [internationalisation@beci.be](mailto:internationalisation@beci.be)

■ Alanah Reynor  
[alanah@alanah-reynor.com](mailto:alanah@alanah-reynor.com)



## Case in point: Stanley/Stella



© Stanley/Stella

Stanley/Stella's entire collection is 100% sustainable, with expert oversight and traceability across every stage of the value chain. Their business model is built on strong partnerships, as they operate through a direct network of carefully selected dealer partners who share their values and vision.

Having been the European leader in premium, sustainable blank apparel since 2012, Stanley/Stella is now expanding its global footprint to the United States. Head of Logistics Bruno Somers tells us "I first

contacted Jean-Philippe back in 2021 because we had issues exporting our products to non-EU destinations. Every time we try to ship to a new non-EU country, we find it very difficult to organise shipment and meet customs' requirements. We have now launched our business in the United States, starting on the West Coast where we have a local office and distribution centre set-up. Setting up warehouses in the U.S. is very different to Europe. The market is less structured around third-party logistics, meaning that most companies own their own logistics operations. We are also looking to open a second warehouse on the East Coast. We were invited by Beci to a day where several people from Greenville (South Carolina) were introducing the city and its logistics possibilities."

"Jean-Philippe has given me some helpful contacts, including the contact of the "attaché douanier belge" for some issues we were having shipping to Russia (before the war). It is very helpful to get those contacts to facilitate flows. We are also often in touch with Beci for other topics, such as Certificates of Origin," explains Bruno Somers.



# De la visio à la poignée de main : le rôle clé des missions économiques

**L'accueil de délégations commerciales étrangères fait partie intégrante de la vocation « connect » de Beci. Après des années post-Covid plus délicates, les missions reprennent des couleurs.**



La délégation turque présente chez Beci, aux côtés d'Ekaterina Clifford, Jean-Philippe Mergen, responsables de la communauté Internationale de Beci et Thierry Geerts, CEO de Beci

Certain·es l'auront peut-être oublié mais il s'en est fallu de peu pour que les missions principales à l'étranger ne disparaissent du paysage entrepreneurial belge. Car si ce sont bien *Flanders Investment & Trade*, *JAWEX* et *Hub.brussels* qui se chargent d'en organiser les programmes, leur coordination est assurée par l'Agence belge pour le commerce extérieur, dont la pérennité fût sérieusement remise en question lors des négociations du gouvernement fédéral de l'hiver dernier.

À l'heure de l'information commerciale universellement accessible en ligne et des prospections et relations commerciales digitalisées, d'aucun·e n'a pu s'interroger sur la nécessité d'organiser encore de tels projets. En particulier depuis la pandémie, qui a accéléré encore la numérisation des échanges. « Il y a eu un avant et un après crise Covid, qui a brutalement interrompu la dynamique », confirme Jean-Philippe Mergen, International Community Manager au sein de Beci, en charge de coordonner les missions entrantes d'entreprises étrangères à Bruxelles.

Il constate d'ailleurs que leur nombre a quelque peu diminué depuis 2020. Pour autant, un nouveau rythme de croisière s'est progressivement rétabli. Il reste ainsi régulièrement contacté par des chambres de commerce étrangères ou des ambassades afin d'accueillir des entreprises qui ont fait de Bruxelles une destination prioritaire de prospection.

Ces derniers mois, Beci a notamment accueilli une délégation québécoise, intéressée en particulier par notre cadre réglementaire ESG et la mise en contact avec des regtechs spécialisées. Plus récemment, des délégations venues du Kazakhstan ou de la Normandie.

Ou encore le French Tech Tour 2025 de l'agence BusinessFrance, consacré à la cybersécurité et aux FinTechs et qui s'étend sur le Benelux tout entier. « Afin d'optimiser les efforts, la tendance est en effet à regrouper plusieurs destinations sur une seule mission. C'est particulièrement le cas pour les délégations venant de pays lointains », confirme Jean-Philippe Mergen.

## Les raisons d'un engouement retrouvé

Du côté de l'Agence belge pour le commerce extérieur, les missions principales ont aussi retrouvé toutes leurs couleurs et l'engouement qu'elles suscitaient avant le covid. Dès 2022, pas moins de 459 femmes et hommes d'affaires accompagnaient la princesse Astrid pour une mission aux Etats-Unis - un record. Il y a quelques semaines, ils et elles étaient à nouveau près de 500 – issus de 221 entreprises dont 37 bruxelloises - à parcourir la Californie et rencontrer les acteurs de la Silicon Valley.

En mars cette année, 330 décideur·euses, dont un tiers de bruxellois·es s'étaient envolé·es pour l'Inde afin d'y explorer de nouvelles opportunités commerciales.

Dans un récent post LinkedIn à la suite de sa première participation, Frédéric Panier, le CEO d'AKT for Wallonia, ne cachait d'ailleurs pas son enthousiasme à l'égard de ces missions, qu'il avouait avoir jusque-là observées avec un certain scepticisme. A l'usage, ces dernières s'avèrent en effet être de puissants catalyseurs d'énergies.

Rassemblant pour quelques jours des exportateur·ices ambitieux·ses autour de plusieurs séminaires, visites d'entreprises et soirées de gala prestigieuses, elles permettent de nouer des contacts avec des prospects et clients locaux dans un cadre particulièrement porteur.

Mais il n'y a pas que cela. Pour beaucoup de participant·es, ces quelques jours permettent aussi de positionner leurs services à l'international auprès d'autres entreprises belges qu'ils auraient, par ailleurs, plus de difficultés à approcher dans le contexte du quotidien. « C'est notamment le cas des banques ou des cabinets d'avocats », relève Jean-Philippe Mergen, qui a lui-même participé à plusieurs missions dans le passé.

## Préparation indispensable

Reste que le succès d'une mission commerciale dépend avant toute chose d'une bonne préparation. En premier lieu, on vient de l'évoquer, il s'agit de mesurer à quel point celle-ci rassemble d'autres acteurs issus de votre propre écosystème et qui vous permettront d'échanger utilement sur vos impressions et retours du marché visité, voire de nouer des approches ou initiatives communes afin d'y décrocher des contrats.

Ensuite, il faut aussi bien être conscient·e que, même dans le cadre idéal que peuvent fournir les missions communes, celles-ci ne porteront leurs fruits que si des contacts approfondis et échanges préalables ont pu être noués en aval et de vraies opportunités détectées. « Dans des secteurs comme l'agro-alimentaire où les filières sont déjà très organisées, c'est un véritable défi que de parvenir à intéresser des importateurs, dont les sources d'approvisionnement sont déjà très établies. De même, en particulier dans des services IT ou BtoB, il faut être sûr de détenir une vraie valeur ajoutée par rapport aux entreprises locales pour avoir une chance de succès », pointe Jean-Philippe Mergen. Que l'on soit une entreprise étrangère souhaitant se développer à Bruxelles, ou une entreprise bruxelloise scrutant par-delà les frontières, mieux vaut donc éviter de rejoindre une délégation « la fleur au fusil ».

## La confiance et l'humain

À supposer que des contacts préalables aient été établis avec succès, la mission peut alors s'avérer extrêmement bénéfique. « Les moyens digitaux permettent de préparer sa visite et d'établir de premiers contacts. Mais une relation commerciale reste avant tout fondée sur la confiance et sur l'humain », rappelle ainsi Jean-Philippe Mergen.

Pour les mieux préparé·es, une mission constituera parfois le point d'orgue de tractations débutées plusieurs mois ou années auparavant. Régulièrement, le programme des missions principales inclut ainsi la signature officielle de contrats commerciaux ou d'investissements en présence de hautes autorités politiques. « C'est un aspect clé des missions que nous accueillons également », insiste Jean-Philippe Mergen. « Ces entreprises espèrent développer leur business en Belgique. De notre côté, nous y voyons l'opportunité pour Bruxelles qu'elles ouvrent un bureau ici où deviennent clientes de sociétés bruxelloises ».

Dernier point : l'intérêt d'instaurer une relation durable en assurant un suivi régulier des contacts établis à l'occasion d'une mission. Et être ainsi en mesure d'en faire un point de départ plutôt qu'un aboutissement.

■ Philippe Beco  
pb@beci.be

Rejoignez la communauté Internationale de Beci



# BDO en Beci slaan de handen in elkaar voor een sterker ondernemend Brussel

Sinds september maakt BDO Belgium deel uit van de structurele partners van Beci. Beide organisaties delen een duidelijke missie: bedrijven laten groeien met kennis, vertrouwen en durf. BDO werkt al jaren zij aan zij met ondernemers rond financiële, fiscale en juridische vraagstukken, steeds met een sterke verankering in het lokale bedrijfsleven.

## Welke rol speelt u bij de Brusselse ondernemingen?

BDO Belgium is een internationaal actieve adviesorganisatie met een sterke reputatie in financiële dienstverlening (audit, tax, legal, accounting en reporting). Daarnaast helpen we bedrijven ook met gespecialiseerd advies om futureproof te groeien, zowel digitaal als duurzaam. We combineren lokale verankering met internationale slagkracht en brengen teams samen die ondernemers echt vooruithelpen, van start-up tot gevestigde speler.

## Welke gedeelde waarden of ambities hebben dit partnerschap vanzelfsprekend gemaakt?

BDO en Beci delen dezelfde missie: ondernemers verbinden, versterken en vertegenwoordigen. Beci is de stem van meer dan 35.000 Brusselse bedrijven; BDO is de ideale sparringpartner die kennis omzet in actie. We geloven in ondernemerschap dat durft én verantwoordelijkheid neemt. En precies dat maakt dit partnerschap zo sterk: samen willen we de groeiambitie van Brussel kracht bijzetten, met concrete initiatieven die ondernemers vooruithelpen.



Peter Van Laer, CEO – BDO

Beci inspelen op wat er écht leeft en bijdragen aan een sterker, veerkrachtiger ondernemersecosysteem.

## Welke voordelen kan dit partnerschap bieden voor de bedrijven die lid zijn van Beci?

Ondernemers krijgen via dit partnership toegang tot de brede expertise van BDO; niet alleen strategisch advies, maar ook concrete begeleiding bij hun groei- en verandertrajecten. Of het nu gaat om financiële planning, risicobeheer, digitalisering of duurzame transformatie: we denken mee vanuit hun realiteit. En dankzij Beci creëren we ontmoetingen waar kennis, ervaring en netwerken samenkomen, een voedingsbodem voor nieuwe ideeën en samenwerkingen tussen Brusselse bedrijven.

## Wat zijn volgens u de specifieke behoeften van Brusselse ondernemingen?

Onze bedrijfsbarometer toont dat Brusselse ondernemers veerkrachtig zijn: 56% wil blijven groeien, ondanks economische druk. De grootste uitdagingen liggen in het vinden van geschikt talent, het omgaan met economische volatiliteit en het slim investeren in digitalisering en duurzaamheid.

We merken dat ondernemers vandaag vooral nood hebben aan helderheid: aan risicomanagement en strategisch inzicht om met vertrouwen beslissingen te nemen. En precies daar ligt onze rol: zorgen dat elke keuze gebaseerd is op feiten, niet op buikgevoel.

# BDO rejoint le réseau Beci !



Vincent van den Bulck, Partner - BDO

Depuis septembre, BDO Belgium fait partie des partenaires structurels de Beci. Celles et ceux qui connaissent leur travail à Bruxelles savent que ce rapprochement ne tombe pas du ciel : leurs équipes accompagnent depuis longtemps les entrepreneur·es dans leurs questions financières, fiscales ou juridiques, avec une vraie connaissance du terrain. Interview avec BDO.

## Quel rôle jouez-vous auprès des entreprises bruxelloises ?

BDO Belgium est une organisation de conseil active à l'international, reconnue pour son expertise en services financiers : audit, fiscalité, juridique, comptabilité et reporting. Nous accompagnons également les entreprises à travers des conseils spécialisés, que ce soit sur le plan digital ou durable. Notre force réside dans un ancrage local solide et un réseau international, avec des équipes qui soutiennent concrètement les entrepreneur·es, de la start-up à l'entreprise bien établie.

## Quelles valeurs et ambitions communes ont rendu ce partenariat avec Beci évident ?

BDO et Beci partagent la même mission : connecter, renforcer et représenter les entrepreneur·es. Beci est la voix de plus de 35 000 entreprises bruxelloises, BDO se positionne comme le partenaire de réflexion capable de transformer la connaissance en action. Nous croyons tous deux à une croissance durable, à un entrepreneuriat responsable et à la force de la collaboration. Avec ce partenariat, nous voulons créer de l'impact, ensemble.

## Comment contribuez-vous à l'écosystème économique bruxellois ?

Grâce à Beci, nous pouvons partager nos connaissances et notre expérience directement



Alexander Veithen, Managing Partner - BDO

avec celles et ceux qui entreprennent. Nous participons activement à des sessions d'inspiration, des événements de réseautage et des publications destinées à faire progresser les entrepreneur·es. Nous apportons également, dans les discussions sur l'avenir de l'entrepreneuriat bruxellois, les analyses issues de notre baromètre BDO. Avec Beci, nous renforçons l'écosystème bruxellois : une ville pleine



d'ambition, mais qui a aussi besoin de conseils, de confiance et d'expertise pratique.

### **Quels avantages ce partenariat peut-il offrir aux entreprises membres de Beci ?**

Les entrepreneur·es ont accès à l'expertise large de BDO, au-delà du conseil, s'étend à un accompagnement concret dans leurs projets de croissance ou de transformation. Que ce soit pour la planification financière, la gestion des risques, la digitalisation ou la transition durable, BDO les aide à concrétiser leurs projets de manière structurée et réfléchie. En parallèle, ce partenariat permet de créer des moments de rencontre où expériences,

connaissances et réseaux se croisent, générant à la fois inspiration et opportunités de collaboration entre entreprises bruxelloises.

### **Selon vous, quels sont besoins spécifiques des entreprises bruxelloises ?**

Notre baromètre montre que les entrepreneur·es bruxellois·es font preuve de résilience : 56% souhaitent poursuivre leur croissance malgré la pression économique. Les principaux défis concernent la recherche de talents adaptés, la gestion de la volatilité économique et la capacité à investir intelligemment dans la digitalisation et la durabilité.

On constate également un besoin clair en matière de gestion des risques et de vision stratégique. Les entrepreneur·es veulent continuer à investir, mais avec une compréhension fine des enjeux. C'est exactement là que BDO intervient : avec des analyses et un accompagnement qui permettent de prendre des décisions basées sur des faits plutôt que sur l'intuition.

■ Era Balaj  
eba@beci.be

## À venir

À venir



### **ESG For All : La transition énergétique: des solutions pour vos bâtiments**

Chaque mois, le cycle « ESG For All » questionne sur les enjeux liés à l'environnement, au social et à la gouvernance. Dans l'édition de décembre, Beci s'intéresse à la transition énergétique et à ce que vous pouvez mettre en place pour vos bâtiments. Réduire la consommation, maîtriser les coûts, isolation, chauffage, ventilation, énergies renouvelables... des expert·es partageront leurs retours d'expérience et bonnes pratiques. L'événement mettra aussi en lumière des projets menés par des acteurs locaux, comme Sibelga, Watt Matters ou le Centre de Tri, engagés dans la rénovation énergétique. Rendez-vous le 9/12 dès 8h30, à l'Avenue Louise 500 ! Inscriptions ici :



### **Silverclub : on se connecte ?**

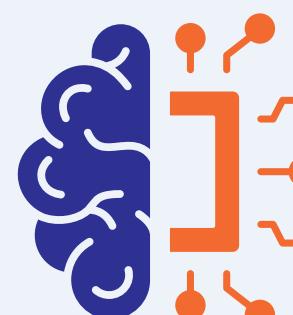


## Silverclub

Beci lance le Silverclub, un club réservé aux CEO des sociétés membres, de 20 à 200 personnes. Neuf rendez-vous par an, cinq espaces thématiques : VIP Room pour les décideurs, Social Media & Press Room pour créer du lien, Creativity Room pour stimuler les idées, Deal & Lead Room pour développer ses affaires, Connection Room pour renforcer les relations, et la Kitchen pour prolonger les discussions autour d'un café. Une façon conviviale de rencontrer, partager et contribuer à la vie économique bruxelloise. Rendez-vous pour la première édition, le lundi 15 décembre, de 20h à 21h. Plus d'informations :



### **Leading with AI : stratégie marketing, créativité & éthique**



Comment l'intelligence artificielle peut-elle renforcer la créativité, la stratégie et les décisions éthiques dans une entreprise ? On en parle à la rentrée chez Beci, lors de la session « Leading with AI », le 15 janvier à partir de 15h. Thierry Geerts, CEO de Beci, ouvrira l'après-midi, suivi de Damien Mora (Biggie) et de l'IAA Benelux, qui partageront quelques keynotes, et leur vision de l'IA responsable. L'événement se terminera par un drink networking pour prolonger les échanges ! Gratuit pour les membres Beci, mais inscriptions obligatoires. Réservez votre place :



### **CDD, intérim, freelances, flexijobs... : quelles options pour plus de flexibilité ?**

Comment adapter vos recrutements à un monde en mouvement, sans alourdir la structure de votre entreprise ? À la rentrée, Beci vous invite à un séminaire pour explorer les différentes formes de recrutement flexible : CDD, intérim, flexi jobs, freelances... L'objectif : donner un panorama clair des options, de leurs modalités et de leurs contraintes juridiques. Les avocates du cabinet Eubelius, Sacha Henet et Ambre Vranckx, animeront la session. Rendez-vous le 28 janvier à l'Avenue Louise 500, de 11h à 12h30, suivi d'un lunch sandwiches. Inscriptions ici :



■ Era Balaj  
eba@beci.be

# ***Daoust Outplacement, repartez du bon pied !***



**Daoust réinvente l'Outplacement grâce à son approche Body & Mind :**  
Mieux dans sa tête et mieux dans son corps pour retrouver le chemin de l'activité professionnelle.

**Envie d'en savoir plus ?** 02/891.30.11 - [outplacement@daoust.be](mailto:outplacement@daoust.be)  
[www.daoust.be](http://www.daoust.be) - *Welcome to the Family!*

**daoust**  
OUTPLACEMENT

OUTPLACEMENT • INTERIM & RECRUITMENT • HOME SERVICES