

150

Trimestriel
CESE Wallonie
Janvier 2022

REVUE

Wallonie

Invité

Laurent Taskin

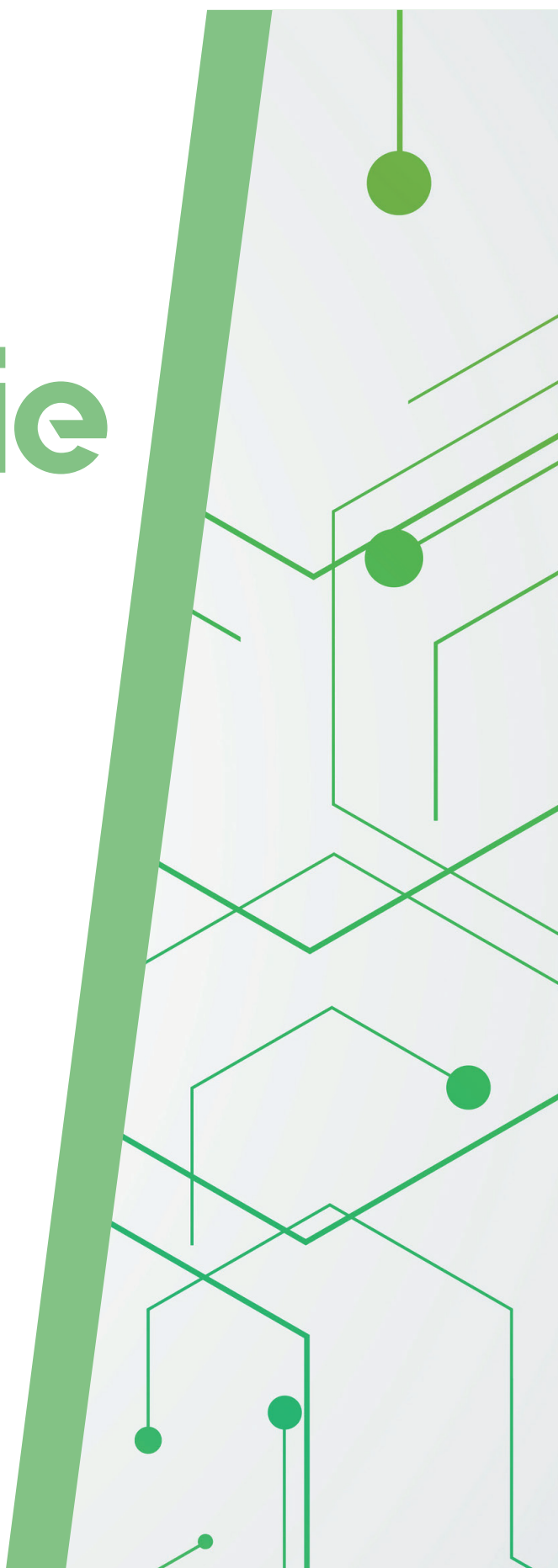
Dossier

Digitalisation : les opportunités
pour les entreprises

Actus

Parcs nationaux de Wallonie

 **CESE Wallonie**
Conseil économique, social
et environnemental de Wallonie





Luc Simar
Secrétaire général

Le Gouvernement wallon a adopté fin octobre 2021 le Plan de relance de la Wallonie, qui rassemble les projets wallons déjà retenus dans le Plan National pour la Reprise et la Résilience, ceux issus des travaux de "Get up Wallonia" ainsi que ceux inscrits dans la Déclaration de politique régionale. En outre, suite aux inondations, un axe "Soutenir la reconstruction et la résilience des territoires sinistrés" a été ajouté. Le Plan, doté de 7.644 millions €, s'articule autour de 6 axes, 22 objectifs stratégiques et... 319 projets ou programmes. Constatant le nombre élevé de projets, peu articulés entre eux et les marges budgétaires limitées de la Région, le Bureau du Conseil s'est donné pour objectif de proposer au Gouvernement wallon quelques priorités, les plus concrètes possibles, à mettre en œuvre d'ici la fin de la législature.

La digitalisation se développe rapidement dans nos sociétés, modifiant les manières de communiquer, de travailler, générant des craintes et des opportunités. Le CESE Wallonie approfondit, au travers d'un cycle de webinaires, les questions que posent ces évolutions en lien avec ses préoccupations économiques, sociales et environnementales.

Le dossier de la revue est consacré aux enjeux économiques de la digitalisation : numérisation des entreprises, industrie 4.0, connectivité. Réalisé tous les deux ans par l'Agence du Numérique, le baromètre de maturité numérique des entreprises wallonnes dresse un bilan détaillé des évolutions en la matière. L'édition 2020 est enrichie d'un focus sur la perception des enjeux numériques par les patrons wallons ainsi que la présentation du "DigiScore", un outil permettant aux entreprises de mesurer leur maturité numérique. Deux expériences positives de digitalisation, vécues par des entreprises wallonnes, sont présentées, de même que l'importance du numérique pour le commerce et le tourisme. Les enjeux de l'évolution des activités de production vers l'industrie 4.0 sont explicités par Thierry Castagne, Administrateur délégué du Centre de compétences Technifutur®.

Le télétravail s'est généralisé par la force des choses durant la pandémie. Le Professeur Laurent Taskin est l'invité de la revue. Il nous éclaire sur les aspects positifs du télétravail, pour les employés et les employeurs, comme une réduction des temps de trajet ou une meilleure productivité ; mais aussi sur les risques ou les points d'attention comme l'isolement, la menace sur l'existence des communautés de travail. Il indique quelques pistes d'action en lien avec sa spécialisation, le management humain.

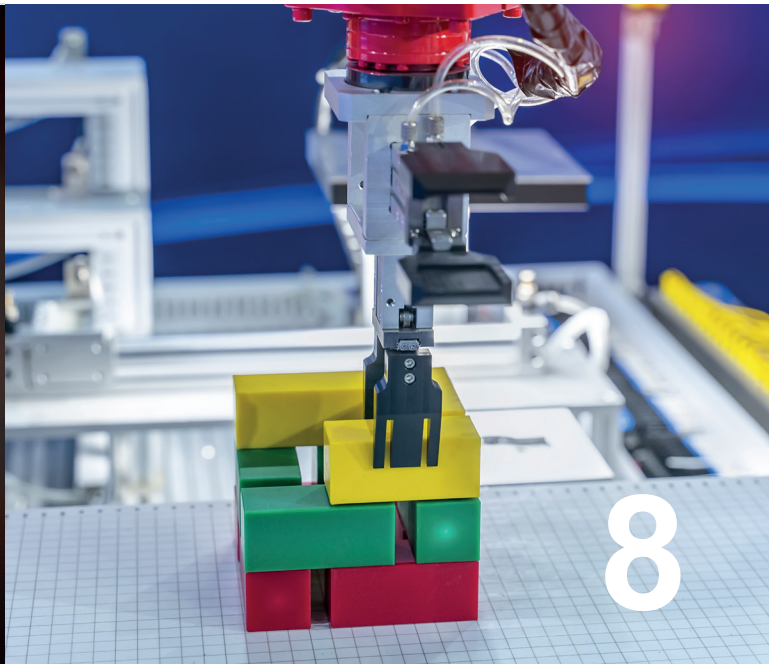
L'année qui vient de s'achever a été marquée par la continuation de la crise sanitaire ainsi que par les inondations qui ont frappé la Wallonie en plein été. Les Gouvernements ont continué à prendre des mesures dans l'urgence. Les interlocuteurs sociaux, les organisations environnementales, les autres parties prenantes, ont poursuivi leur mission consultative, principalement à distance. L'année 2022 débute avec l'espoir que les mesures de prévention, les vaccins,... permettront un retour progressif des rencontres et des débats collectifs.

Bonne lecture.



4

Invité
Laurent Taskin



8

Dossier
Digitalisation :
les opportunités
pour les entreprises

A EPINGLER

Le prochain Web'Actu du Conseil aura lieu le mardi 15 février 2022, de 13h à 14h. Benoît Gerkens, Conseiller économique principal à la Commission de Régulation de l'Electricité et du Gaz, présentera les principaux éléments d'une récente étude de la CREG relative à la hausse des prix de l'électricité et du gaz en Belgique.

www.cesewallonie.be



Actus Parcs nationaux de Wallonie

Invité

4

Laurent Taskin
"L'organisation du travail post-covid"

Dossier

8

Digitalisation : les opportunités pour les entreprises

La maturité numérique des entreprises	10
Trois questions à Hélène Raimond	16
Améliorer la connectivité des parcs d'activité économique : le plan de la SOFICO	18
e-tourisme : enjeux et perspectives	19
Le démonstrateur Industrie 4.0	20
Interviews	
Geneviève Le Clercq <i>"La digitalisation est l'une des clés de la réussite de Kewlox"</i>	22
Bruno Radermacher <i>"Faire de la digitalisation une alliée"</i>	25

Actus

28

Plan de relance de la Wallonie	28
Parcs nationaux de Wallonie	30
Découvrez le nouveau Bulletin de la CRMSF !	33
Comprendre les fake news	34

Livres

36

La sélection du Centre de Documentation	36
Et dans notre bibliothèque numérique	37



L'organisation du travail post-covid



Laurent Taskin

La crise sanitaire a bouleversé l'organisation du travail au sein des entreprises et organismes publics. Le télétravail, rendu obligatoire, s'est lui aussi transformé. Aujourd'hui, la mise en place de systèmes hybrides a des répercussions tant pour les travailleurs que pour les employeurs.

Deux ans après le début de la crise, quels constats peut-on dresser en termes d'organisation du travail, de relations au travail ou de management ? Pour répondre à cette question, nous avons interviewé Laurent Taskin, Professeur à la Louvain School of Management, Directeur du Labor-H et auteur de nombreuses publications et recherches sur les transformations du travail et le management humain.

Pour Laurent Taskin, la gestion de la présence au travail et du collectif constitue l'un des principaux enjeux pour les entreprises et les managers.

Wallonie: Depuis plus de 20 ans, vous étudiez les pratiques du télétravail, en insistant sur le fait qu'il s'agit d'un outil et non d'une fin en soi...

Laurent Taskin: En effet, il est essentiel de rappeler que le télétravail n'est qu'une des composantes de la stratégie globale d'une organisation ! La tendance actuelle est de parler du télétravail comme si c'était une finalité en soi, alors qu'il ne s'agit que d'un outil d'une politique managériale, au service d'un projet plus global. De manière générale, le télétravail s'inscrit dans des stratégies visant des objectifs qui varient en fonction de chaque organisation : la réduction des coûts liés aux espaces de travail, l'amélioration de la mobilité, du bien-être au travail ou de la productivité. Les recherches montrent que le télétravail peut avoir des conséquences diverses et parfois contradictoires en fonction du contexte et des modalités de sa mise en œuvre.

Wallonie: Ces recherches ont mis en évidence les avantages et les inconvénients du télétravail... Pourriez-vous nous les rappeler ?

Laurent Taskin: Les études menées précédemment montrent que, pour les travailleurs, les effets positifs du télétravail se déclinent en termes de performance et de bien-être. Le temps de travail est plus dense, car il y a moins d'interruptions ; le travailleur a le sentiment d'être plus productif et de faire un travail de meilleure qualité, tandis que les activités privées et professionnelles sont plus facilement conciliées. Bien évidemment, la plupart de ces recherches se basent sur des données déclaratives, c'est-à-dire des enquêtes dans lesquelles on demande aux salariés s'ils ont l'impression d'être plus performants ou plus productifs. Du côté des employeurs, le télétravail a comme avantages la fidélisation du personnel, une baisse de l'absentéisme, une réduction des coûts, ... Les effets négatifs concernent essentiellement l'isolement social et ses conséquences tels que le sentiment d'invisibilité ou la difficulté à s'automotiver. Une certaine confusion entre les espaces-temps privés et professionnels est également identifiée.

Wallonie : Ces constats, notamment sur les avantages et inconvénients du télétravail, sont-ils encore valables aujourd'hui ?

Laurent Taskin: L'intensification du télétravail, mais aussi les formules "hybrides" qui ont été mises en place, ont eu des conséquences importantes en termes d'organisation du travail. Chaque semaine, de nouvelles recherches sont publiées : certaines montrent qu'en situation de télétravail intensif, la performance a plutôt diminué tandis que d'autres estiment qu'elle est restée équivalente, voire même qu'elle a augmenté. Il n'y a donc pas de vérité scientifique établie et la situation varie d'une organisation à l'autre, voire d'une équipe à l'autre au sein d'une même organisation. Par contre, il est important de souligner que les avantages liés au télétravail le sont dans le cadre du télétravail tel qu'il était pratiqué avant la Covid ! Les études réalisées à l'époque démontraient que la part optimale de travail à distance serait de 2 jours par semaine, voire de 50% du temps de travail. Au-delà, les effets bénéfiques sur la performance et le bien-être ne seraient plus observés, les inconvénients associés à la pratique du télétravail ayant alors une tendance à dominer. Avec un télétravail de 4 jours par semaine, et des journées de travail devenant non plus des journées d'isolement "choisies" ou "particulières", il faut donc s'attendre à ce que le lien entre la pratique du télétravail et les avantages classiquement identifiés soit remis en question.

Wallonie : L'intensification du télétravail et la mise en place de systèmes hybrides ont des implications en termes de management : plus que les absences, ce sont les présences qu'il faut organiser...

Laurent Taskin: Tout à fait. Jusqu'à présent, il fallait réguler l'absence individuelle du bureau, ce qui se faisait au travers de discussions et de négociations formelles, ou informelles, au niveau de l'entreprise. Les accords portaient sur le nombre de jours, d'heures, de pourcentage de temps de travail pouvant être prestés à distance. A l'heure actuelle, l'enjeu est plutôt celui de la régulation de la présence, voire de la co-présence.

CV EXPRESS

Laurent Taskin

Laurent Taskin est Docteur en sciences économiques et de gestion et Professeur à la Louvain School of Management de l'UCLouvain. Chercheur au Louvain Research Institute on Management and Organizations, il dirige le Labor-H, un centre de recherche et d'innovation dans le domaine du management humain et des nouvelles formes d'organisation. Il est également Professeur invité à l'Université Paris Dauphine et à l'Université Saint-Louis Bruxelles.

Il est l'auteur de nombreuses publications sur les transformations du travail et de la GRH. Les effets de la crise sur l'organisation du travail au sens large, et sur les pratiques du télétravail, en particulier, font partie de ses recherches récentes.

Parmi ces publications, citons le numéro 164 de Regards économiques. Plus d'infos : <https://www.regards-economiques.be>.

La pratique intensive du télétravail a fait émerger de nouvelles expériences de la distance du travail, avec la mise en place de systèmes hybrides d'organisation du travail. L'un des effets du télétravail intensif est de déliter les liens sociaux, qui sont pourtant essentiels pour maintenir le lien entre le travailleur et son organisation. Plusieurs recherches montrent d'ailleurs que la proximité physique est nécessaire à la socialisation, à la réalisation d'activités créatives, à l'innovation ou à la résolution de problèmes.

Bon nombre d'expériences assez intéressantes ont été mises en place dans les organisations, suite au premier confinement. Par exemple, la présence 2 jours par semaine de l'ensemble des collaborateurs peut être rendue obligatoire, pour permettre de construire des solidarités, pour accueillir de nouveaux membres du personnel, donner du feedback, évaluer le travail, créer, partager de l'information, ... Aujourd'hui, la présence apparaît encore plus clairement nécessaire à la coordination du travail et des activités, à la gestion des conflits, à l'exercice du métier de manager et à l'établissement ou à l'entretien de liens qui font du collectif un collectif solidaire et engagé. Et c'est cette présence collective qu'il faut à présent réguler.



Wallonie : Qu'en est-il des managers ? Comment ont-ils vécu cette crise ?

Laurent Taskin : Il ressort de nos recherches que les managers ont été en grande souffrance dans cette période de confinement et de télétravail permanent, se trouvant en première ligne pour faire vivre une équipe, des solidarités, des échanges à distance, et se sentant parfois eux-mêmes "abandonnés". Néanmoins, la période traversée fut également l'occasion d'enrichir la fonction de manager en revalorisant sa dimension humaine, par une plus grande disponibilité et un souci de l'autre plus visible. Il ressort ainsi que certains managers ont revalorisé et redécouvert ces métiers de la proximité, en investissant beaucoup de temps pour créer du lien. Certains managers disent mieux connaître les membres de leurs équipes qu'avant, car ils ont mis en place davantage de temps d'interactions, permettant de réinvestir la dimension de "management humain". D'autres, au contraire, se sont trouvés dans une situation plus distancée mais elle était voulue et cela leur a finalement convenu. Comme je l'ai déjà souligné, les situations varient d'une organisation à l'autre, d'une équipe à l'autre. Quoi qu'il en soit, il importe d'accompagner les managers pour faire face aux multiples défis qui les attendent en matière d'organisation du travail.

Wallonie : Quelles sont les premières leçons à tirer de la crise ?

Laurent Taskin : En réalité, nous ne sommes pas encore totalement sortis de cette crise : depuis novembre 2021, le télétravail est à nouveau obligatoire, avec les conséquences que l'on connaît. Il me semble cependant que l'expérience intensive du télétravail est l'occasion de redécouvrir et de revaloriser l'importance de la présence au travail comme élément fondateur d'une organisation, c'est-à-dire une communauté de travail, un collectif qui est plus qu'un réseau d'individus et la somme de leurs contributions.

Une récente étude menée par le Labor-H⁽¹⁾ montre que les attentes des travailleurs vis-à-vis du télétravail ont fortement évolué. Le mix idéal souhaité comprendrait 2 à 3 jours de télétravail déterminés en fonction des activités ; ces jours doivent être

choisis, de manière flexible. Les travailleurs souhaitent continuer à jouir du confort associé au télétravail. Dans ce cadre, imposer un mix présence/distance standardisé n'aurait plus de sens. Il ne s'agit plus de définir une quantité, un temps de présence au bureau mais de penser la qualité et les raisons de la présence.

Cette responsabilité d'organiser le collectif rappelle aussi l'importance du management humain, indispensable pour produire le sens du travail, en rupture d'avec une gestion des "ressources" humaines et des processus qui, dans ces contextes de distanciation, montrent encore davantage leurs limites.

⁽¹⁾ Voir la vidéo "Les enjeux de la co-présence sur la gestion des équipes" disponible sur Youtube.

www.uclouvain.be/laborh

Voir ou revoir le Web'Actu du Conseil

Le 10 octobre, le CESE Wallonie a invité Laurent Taskin à intervenir dans le cadre d'un Web'Actu sur le thème de l'organisation du travail en période post-covid.

L'enregistrement de ce webinaire est disponible sur la plateforme Livestorm. Consultez la rubrique Actualités de notre site internet : www.cesewallonie.be pour y accéder.

Web'Actu du Conseil
EN DIRECT

CESE Wallonie
Conseil économique, social
et professionnel de la Région

Organisation du travail «post-covid»

Laurent Taskin
Professeur de
management humain et des
organisations (UCLouvain)

REPLAY
20/10/2021
14h



Digitalisation : les opportunités pour les entreprises



Quels sont les enjeux de la digitalisation en matière de développement économique et quelles sont les évolutions des pratiques ? Le dossier fait le point sur ces questions, dans le prolongement du webinaire organisé sur ce thème par le CESE Wallonie fin novembre 2021.

Les principaux résultats de l'édition 2020 du baromètre de maturité numérique des entreprises, réalisé par l'Agence wallonne du Numérique (AdN) sont présentés. L'article propose un focus sur la perception des enjeux numériques par les patrons wallons ainsi que sur le "DigiScore", un outil permettant aux entreprises de mesurer leur maturité numérique. Dans son interview (page 16), Hélène Raimond, Expert senior à l'AdN, revient sur les recommandations issues de l'enquête pour permettre de concrétiser la transformation numérique des entreprises wallonnes.

Dans le cadre de son plan stratégique, la SOFICO a lancé un vaste programme d'équipement en fibre optique des parcs d'activité économique wallons (PAE). Frank Chenot, Directeur Télécom à la SOFICO, présente les principaux axes de ce plan dont l'objectif est la connexion de la totalité des PAE publics d'ici fin 2024 (voir en page 18).

Parmi les outils mis en place dans le cadre du programme Digital Wallonia-Industrie du Futur, le démonstrateur Industrie 4.0 permet à un large public d'être sensibilisé, de manière très concrète, à la transformation numérique des entreprises. Qu'entend-on par "industrie 4.0" et pourquoi investir dans celle-ci ? A quoi ressemble le démonstrateur Industrie 4.0 et à qui s'adresse-t-il ?

Les réponses sont apportées dans ce dossier par Thierry Castagne, Administrateur délégué du Centre de compétences Technifutur® (page 20).

Les enjeux de la digitalisation en matière de tourisme sont également abordés par Sandrine Delcourt, Responsable du département marketing à Wallonie Belgique Tourisme (voir en page 19), tandis que Céline Kern Borni, Présidente des Vitrites de Colmar, présente la plate-forme de vente en ligne mise en place en 2020 par son association (page 12).

Deux responsables d'entreprise témoignent de ce que la digitalisation a apporté à leur société et comment la transformation numérique s'est opérée.

Dans son interview (page 22), Geneviève Le Clercq, Administrateur délégué de Kewlox, l'entreprise belge bien connue pour ses meubles de rangement, explique comment la digitalisation a pris une place centrale et a favorisé, année après année, le développement de l'entreprise, permettant de traverser favorablement la crise du Covid.

Pour Bruno Radermacher, Administrateur délégué de JUMO Automation, la digitalisation a aidé l'entreprise à retrouver sa place dans le groupe JUMO et à renouer avec la croissance. Dans son entretien, il présente la stratégie développée par la PME, désignée "Factory of the future" en 2020, les choix posés et les résultats engrangés (page 25).

La maturité numérique des entreprises

Tous les deux ans, l'Agence wallonne du Numérique réalise un baromètre de maturité numérique des entreprises⁽¹⁾. Cet outil permet d'évaluer la situation et l'évolution des entreprises wallonnes par rapport à la transformation numérique, mais aussi d'identifier les actions à mener pour répondre aux défis posés par la digitalisation.

Quel est le niveau des infrastructures ? Quels sont les indicateurs en matière de gestion des ressources humaines ? Qu'en est-il des processus métiers ? Où en est-on sur le plan de la digitalisation commerciale ? Cet article présente les principaux résultats de l'édition 2020⁽²⁾. Un focus sur la perception des enjeux numériques par les patrons wallons est également proposé. Sans oublier le "DigiScore", un outil permettant aux entreprises de mesurer leur maturité numérique.

Pour réaliser son baromètre de maturité numérique des entreprises, l'Agence du Numérique (AdN) a développé un modèle d'analyse spécifique, adapté au tissu économique wallon. Celui-ci est en effet composé à 94% d'entreprises employant moins de 5 travailleurs. L'AdN a donc mis en place un modèle intégrant plus de 100 indicateurs, qui permettent de mesurer la maturité d'une entreprise quels que soient sa taille et son secteur.

Ces indicateurs permettent d'analyser les 4 axes suivants :

1. L'infrastructure technologique

Cet axe mesure l'adoption des technologies numériques par l'entreprise : équipements réseaux, hardware et software, ainsi que leurs interconnexions. Exemples d'indicateurs : ordinateurs fixes ou portables, terminaux mobiles, connexions internet, sites web, robots, ...

2. La gestion des ressources humaines

Cet axe s'intéresse aux nouveaux modes d'organisation du travail et de communication internes dans le cadre de la "digital workplace".

Définition

Selon l'AdN, *"la transformation numérique d'une entreprise est l'utilisation des technologies numériques à tous ses niveaux de fonctionnement, dans le cadre d'une stratégie globale formalisée pour la rendre plus performante, plus agile, plus durable, plus intégrée à ses écosystèmes et totalement orientée vers la satisfaction de ses clients"*.

Les indicateurs concernés indiquent l'évolution de la culture d'entreprise vers plus d'agilité. Exemples d'indicateurs : adoption du travail à distance, usage d'outils numériques de collaboration, implication de la direction dans les projets de transformation numérique, formation continue des travailleurs à l'usage d'outils numériques, etc.

3. La digitalisation des processus métiers

Ceux-ci permettent de mesurer l'automatisation des tâches tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que les liaisons entre le back et le front office. Exemples d'indicateurs : logiciels métiers, utilisation des logiciels génériques de type SaaS, logiciels de gestion (CRM, ERP, ...), facturation électronique, ...

4. La digitalisation de la stratégie commerciale

Cet axe montre le degré d'utilisation des canaux numériques pour développer le business de l'entreprise, en ce compris l'intégration du numérique au sein même des produits et services. Elle inclut le marketing digital qui est l'usage de technologies numériques pour mettre en œuvre la stratégie commerciale. Exemples d'indicateurs : présence d'un site web, référencement de celui-ci, fonctionnalités disponibles, marketing digital et mobile, présence sur des plates-formes de vente, ...

Pour établir ce baromètre, l'AdN a interrogé plus de 3.000 entreprises.

⁽¹⁾ Voir <https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/entreprises2020>.

⁽²⁾ Cet article reprend en très large partie les textes de synthèse de la publication et du site internet de l'AdN. Il s'appuie également sur l'exposé de Mme Hélène Raimond, Expert Senior à l'AdN, lors du webinaire organisé par le CESE Wallonie le 26 novembre 2021.



Principaux résultats de l'enquête

Infrastructure technologique

Au niveau des équipements informatiques, 92% des entreprises wallonnes disposent d'ordinateurs fixes et/ou portables, auxquels s'ajoutent 2,4% d'entreprises qui possèdent uniquement des tablettes et/ou des smartphones, soit un total de 94,4% d'entreprises équipées. Le taux d'entreprises ne disposant d'aucun terminal chute donc à 5,6%. La progression des smartphones est importante, la présence de ceux-ci s'étant généralisée au sein des entreprises.

96% (+5) des entreprises disposent d'une connexion à internet. Ce chiffre atteint 100% pour les entreprises employant 10 travailleurs et plus. Les usages du numérique par les entreprises dans le futur sera davantage lié à la qualité de la connexion à internet. A ce niveau, seules 21% des entreprises régionales se déclarent totalement satisfaites de la qualité (débit très satisfaisant et absence d'interruption de service) de leur connexion fixe à internet. Auxquelles s'ajoutent 52% qui la qualifient de satisfaisante (débit satisfaisant et problèmes rares). La disponibilité encore insuffisante de la fibre optique à proximité des locaux des entreprises explique au moins en partie ce taux de satisfaction en demi-teinte.

La présence de systèmes intégrés pour la gestion et la planification est encore limitée dans les entreprises régionales. En effet, ces systèmes sont présents dans 4% des entreprises manipulant des biens physiques (42% des entreprises régionales).

Au sein des secteurs industriels wallons, la présence de technologies caractéristiques de l'industrie du futur (intelligence artificielle, jumeaux numériques, robots de production, ...) n'est pas beaucoup plus significative puisqu'elle atteint au maximum 8% selon les technologies envisagées.

45% (+4) des entreprises wallonnes sont désormais équipées d'un site web. Cela peut sembler peu, mais la taille de l'entreprise influence fortement ce taux d'équipement. En effet, 84% (+4) des entreprises wallonnes employant 10 travailleurs et plus, disposent bien d'un site, ce qui correspond exactement à la moyenne nationale pour cette taille d'entreprises.

Gestion des ressources humaines

Le digital a transformé les modes de travail (mobilité, télétravail) ainsi que les modes de communication internes à l'entreprise (connexion à toute heure et en tout lieu, partage d'informations dans le Cloud, outils collaboratifs, réseaux sociaux internes, etc.).

L'AdN a interrogé les entreprises employant du personnel (39%) à propos du travail à distance. Celui-ci est autorisé par une petite moitié de l'effectif (44% des entreprises employant du personnel, stable). Le baromètre ayant été réalisé juste avant le début de la crise du Covid, il est probable que le travail à distance progresse de façon plus marquée dans le futur (voir ci-après).

Pour rendre le travail à distance possible, les employeurs peuvent mettre une série de technologies numériques (ordinateurs portables, smartphones, connexion à internet au domicile, ...) à la disposition de leurs collaborateurs. Ces taux sont en hausse par rapport à 2018, principalement grâce à une présence plus importante de smartphones (53% des entreprises employant du personnel, +7).

Sur la collaboration et le management, seules 17% des entreprises utilisent des outils collaboratifs et 8% recourent aux réseaux sociaux internes pour le partage d'informations.

Les Vitrines de Colmar

Lors du webinaire du 26 novembre, Céline Kern Borni, la Présidente des Vitrines de Colmar, a présenté l'expérience initiée par l'association de commerçants de la ville de Colmar. Partant du constat du succès de l'e-commerce, renforcé par la crise sanitaire, l'association a créé, en 2020, une plate-forme de vente en ligne 100% local, avec comme principe "J'achète en ville, en ligne !". Les objectifs ? Fédérer les clients autour de l'offre commune des commerces de Colmar, toucher une zone de chalandise plus large et faire du "web to store".

Pour Céline Kern Borni, *"Internet n'est pas un voleur de part de marché, c'est plutôt un allié de la visibilité. Aujourd'hui, n'avoir qu'un point de vente physique n'est plus suffisant"*. Les conditions du succès de la vente en ligne sont la visibilité, la disponibilité, le paiement en ligne et les possibilités de livraison ou de click & collect. Il s'agit donc bel et bien d'une extension des magasins.

En échange d'un abonnement de 39 € par mois, le commerçant dispose d'un espace pour son commerce sur la plate-forme, d'un support et d'un accompagnement personnalisé, de l'hébergement, du référencement, de conseils en marketing, des mises à jour, des campagnes de communication, d'un relais sur les comptes Instagram et Facebook. Aucune commission n'est prise sur les ventes.

Un an après la mise en place de la plate-forme, la Présidente des Vitrines de Colmar est assez fière des résultats obtenus. *"A ce jour nous avons 31 boutiques e-commerce et plus de 330.000 visites sur le site. Le chiffre d'affaires atteint près de 30.000 € et près de 280 commandes ont été passées. Notre site est consulté à 67% dans le Grand Est de la France, tandis que la région parisienne arrive en deuxième place avec 18%. Ces chiffres sont en évolution constante et nous sommes confiants pour l'avenir"*.

www.vitrines-colmar.com



Le fait d'adapter le management en raison de l'adoption du travail à distance est corrélé avec une perception positive et globale de la transformation numérique. En effet, 62% de ces entreprises voient dans le numérique une opportunité à saisir absolument dans le cadre d'une stratégie globale pour l'entreprise.

Digitalisation des processus métiers

35% des entreprises affirment avoir centralisé/intégré leurs "données business" (stocks, commandes, clients, livraisons, ...). Ce taux peut sembler faible, mais les besoins de centralisation de

l'information sont fortement corrélés à la taille de l'entreprise. Ainsi, 71% des entreprises employant 10 travailleurs et plus ont réalisé l'intégration de leurs données.

Outre la taille et le secteur, le marché cible de l'entreprise joue aussi un rôle dans la propension des entreprises à centraliser/intégrer leurs données. En effet, les entreprises qui visent principalement le marché B2C ne sont que 31% à centraliser leurs données contre 44% à 51% parmi celles qui ciblent les autres marchés (B2B, administrations publiques, etc.).

Concernant la digitalisation des flux d'informations et des processus métiers au sein des entreprises wallonnes, l'enquête met en évidence plusieurs points comme le manque d'automatisation des processus relatifs à la facturation, des progrès en ce qui concerne la digitalisation du traitement des commandes liées aux ventes (ventes ou achats électroniques), même si celle-ci reste insuffisante, la stabilité des chiffres relatifs aux connexions informatisées des entreprises vis-à-vis de leurs partenaires,...

Digitalisation de la stratégie commerciale

Si les entreprises wallonnes ont souvent ajouté le canal digital à leurs canaux traditionnels de distribution, elles n'ont pas encore suffisamment intégré le digital pour proposer de nouveaux services à valeur ajoutée ou pour se réinventer et élargir leur métier.

Ainsi, seulement 21% (+5) des entreprises wallonnes (35% des entreprises employant 10 travailleurs et plus) déclarent recourir au "marketing digital". Même si ce taux s'améliore par rapport à 2018, il reste insuffisant.

Comme déjà évoqué plus haut, 45% des entreprises wallonnes possèdent un site web. Par ailleurs, plus d'un quart (27%) sont présentes sur une ou plusieurs plates-formes commerciales.

55% (+10) des entreprises dotées d'un site web ont adapté ce dernier à la consultation des terminaux mobiles (application mobile spécifique et/ou site en responsive design).

Enfin, 48% (+4) des sites web des entreprises wallonnes ont été créés ou refondus depuis plus de trois ans. Cela montre une implication souvent trop faible de nombreuses entreprises dans leur présence en ligne. La fréquence de mise à jour des sites web confirme que les entreprises investissent trop peu dans l'optimisation et le renouvellement du contenu en ligne. Ainsi, 38% (+3) des sites sont mis à jour seulement une fois par an.

e-Commerce

En matière d'e-commerce, 15% (+4) des entreprises wallonnes vendent en ligne. Parmi les entreprises de 10 travailleurs et plus, ce taux est à peine plus important : 18%. Vu la croissance continue de l'e-commerce, encore amplifiée par la crise sanitaire, cela reste toutefois trop faible, en tous cas dans les secteurs visant principalement un marché B2C.

Les biens vendus en ligne restent avant tout des biens de consommation (33%) et des biens et services intermédiaires (30%). La moitié des sites de vente (50%) ne proposent pas le paiement en ligne. Pour l'autre moitié, plusieurs types de paiement sont disponibles, dont des paiements qui ne sont pas nécessairement électroniques, tels que les virements bancaires (17%), les achats sur facture (11%), ou encore les paiements au comptant à la livraison (9%).

Ces chiffres sont à mettre en rapport avec le fait que seulement 42% des entreprises vendant en ligne présentent un site réellement "transactionnel" et reçoivent donc des commandes directement via leur site web. 95% des sites de vente en ligne offrant des produits physiques proposent une ou des options de livraison (principalement la livraison de colis et l'enlèvement en magasin).

Lorsqu'on demande aux entreprises qui ne vendent pas en ligne quelles sont les raisons pour lesquelles elles tardent à se lancer dans l'e-commerce, il est interpellant de constater que deux tiers (66%) d'entre elles ne proposent pas de raison spécifique.

Les patrons face à la digitalisation

Dans le cadre du baromètre 2020, l'Agence du Numérique a, pour la première fois, sondé la perception du numérique des patrons en raison du rôle central que joue le leadership dans la réussite de tout projet de transformation numérique. L'objectif était de connaître la conception qu'ont les patrons wallons de la digitalisation, mais aussi de savoir comment ils évaluent la transformation numérique de leur société.

Dans un premier temps, l'AdN a dressé le profil des dirigeants des entreprises wallonnes.

Premier constat: celles-ci sont majoritairement dirigées par des hommes (73%). Par ailleurs, 68% des chefs d'entreprise ont plus de 46 ans et la proportion hommes-femmes est assez constante quelle que soit la tranche d'âge envisagée.

Ensuite, le niveau d'études des chefs d'entreprise se répartit équitablement entre trois grands types de diplôme : études secondaires, enseignement supérieur de type court et supérieur de type long. Sans surprise, il y a une grande corrélation entre ce niveau d'études et le secteur d'activités de l'entreprise. Les bacheliers et les détenteurs de master sont essentiellement présents dans les secteurs

Mesurez votre niveau de maturité numérique !

L'une des nouveautés du baromètre numérique 2020 est la mise à disposition d'un outil gratuit permettant à toute entreprise wallonne de mesurer sa maturité numérique mais aussi d'identifier les priorités d'action et les ressources disponibles pour accélérer sa transformation numérique.

La procédure est simple : après avoir communiqué son numéro BCE (pour identifier le secteur d'activité et les principales caractéristiques de l'entreprise), il suffit de répondre à un questionnaire en ligne (ce qui prend environ 30 minutes).

A la fin du questionnaire, l'entreprise reçoit son DigiScore de maturité numérique et le détail suivant 4 axes spécifiques : infrastructure technologique, ressources humaines, digitalisation des processus et stratégie commerciale. Est également fournie une comparaison de ces scores avec l'ensemble des entreprises wallonnes et les entreprises présentant les mêmes caractéristiques ainsi que des recommandations pour permettre de passer à l'action.

Le calcul du score de maturité numérique des entreprises repose sur la présence ou non des technologies numériques et l'usage de celles-ci par les entreprises. Le nombre d'indicateurs pris en compte varie selon les caractéristiques intrinsèques des entreprises. En effet, pour ne prendre que trois exemples, si la notion de télétravail n'a guère de sens chez un indépendant, cette question est importante dans une entreprise de plus grande taille. De même, la gestion informatisée de la logistique est très dépendante de la manipulation ou non de biens physiques. Enfin, certaines technologies développées pour l'industrie 4.0 n'ont aucun sens dans d'autres secteurs.

Au total, ce sont entre 20 et 45 indicateurs qui sont pris en compte pour chacun des 4 axes du modèle de maturité numérique développé par l'AdN. Le total peut varier entre 103 et 129 selon la taille, le secteur et le type d'activité de l'entreprise. La somme des indicateurs de chaque axe est ramenée sur 100 pour plus de lisibilité et le score global de maturité numérique s'obtient en faisant la moyenne arithmétique des scores sur 100 de chaque axe.

Le baromètre 2020 montre que le score global moyen de maturité numérique des entreprises wallonnes a progressé de 5 points en 2 ans et se situe désormais à 30/100. La médiane, c'est-à-dire la valeur qui sépare l'échantillon en deux parts égales par rapport au score global moyen de maturité numérique est de 35/100 (en 2018, elle était de 25).

<https://digiscore.digitalwallonia.be>

des services et l'industrie où la digitalisation est la plus importante, en raison de l'automatisation toujours plus poussée du traitement des données.

L'analyse de la perception de la transformation numérique par les chefs d'entreprise a permis de mettre en évidence trois groupes de taille pratiquement équivalente.

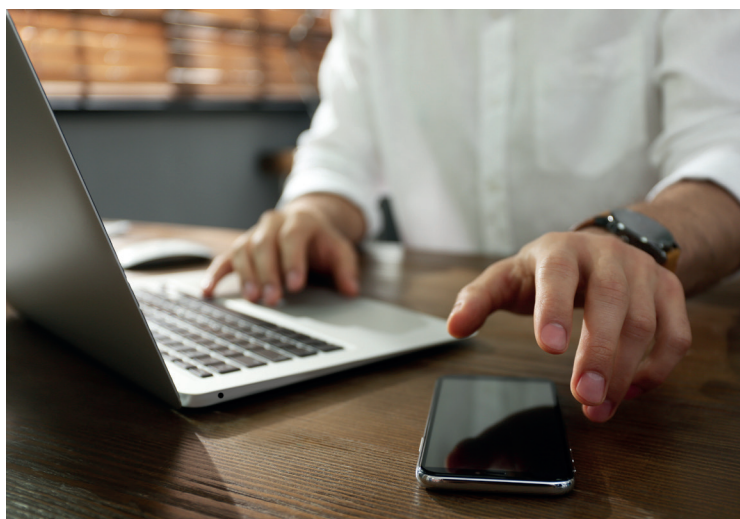
1. Les convaincus : 35% des dirigeants perçoivent la transformation numérique comme une opportunité à saisir absolument dans le cadre d'une stratégie globale pour l'entreprise. On peut escompter qu'ils ont une approche stratégique de la numérisation.
2. Les utilitaristes : 33% pensent que certaines technologies numériques sont utiles, mais qu'il ne faut pas nécessairement digitaliser tous les processus de travail. Cette approche correspond plus à une approche organique de la digitalisation.
3. Les réfractaires : 32% sont hésitants, voire sceptiques, puisqu'ils n'ont pas d'opinion (24%) ou envisagent la transformation numérique comme un effet de mode comportant des risques et des coûts (8%).

En termes de sensibilisation des dirigeants, il reste donc du chemin à parcourir. Cela est d'autant plus vrai que dans près de 7 entreprises wallonnes sur 10 (64%), c'est le directeur, éventuellement assisté du responsable informatique, qui porte(nt) les projets de transformation numérique.

L'impact de la crise covid

L'enquête s'étant clôturée au moment précis où la crise sanitaire débutait, l'AdN a décidé de réaliser une seconde enquête pour mesurer les évolutions et décisions induites par la crise sanitaire dans le domaine des technologies numériques. Celle-ci a été réalisée en juin 2020, auprès de 1.300 entreprises.

Les données récoltées portent sur l'évolution des activités des entreprises (au total, 60% des entreprises ont maintenu une activité durant le confinement), sur les secteurs les plus touchés par la fermeture (sans surprise, les secteurs les plus touchés sont l'Horeca, avec 88%, et les garages, avec 74%) mais aussi sur les secteurs ayant augmenté



leurs activités (notamment la distribution et l'agriculture). Pour les entreprises ayant poursuivi une activité, la nature des productions ou des services a souvent été modifiée, par l'arrêt de certaines productions (14%), par l'introduction de produits nouveaux (3%) ou par la mise en place de services nouveaux ou significativement modifiés (8%).

Parmi les entreprises restées opérationnelles, les modalités de travail ont souvent été modifiées : 17% ont introduit ou renforcé le télétravail (40% dans les entreprises employant 10 personnes ou plus), 14% ont adapté les horaires (20% dans les 10+), 7% ont restructuré leurs équipes de travail (15% dans les 10+), 26% ont utilisé de façon systématique les outils de collaboration en ligne, tandis que 12% l'ont fait de manière occasionnelle (respectivement 40% et 17% dans les 10+).

Le confinement a évidemment accéléré le recours à l'e-commerce. Au niveau de la Wallonie, l'AdN constate que la vente en ligne a été introduite ou renforcée dans 5% des entreprises restées ouvertes, principalement dans le secteur de l'Horeca (46%). De même, les modalités de livraison ont été modifiées par 4% des entreprises ouvertes, notamment dans la distribution, l'industrie, le commerce ou le numérique. Enfin, de nouveaux moyens de paiement ont été adoptés par 3% des entreprises actives, particulièrement dans les secteurs de la culture et des médias, et des transports.

La maturité numérique est considérée comme la clé de de la réussite : interrogés sur les facteurs les plus déterminants pour permettre à leur entreprise d'adapter leurs activités à la crise, les dirigeants identifient en premier lieu les compétences disponibles en interne pour développer ces adaptations (52% de toutes le entreprises).

Ils soulignent également les facteurs suivants : une connectivité performante pour les télétravailleurs (19% des entreprises), la digitalisation préalable des processus (12%), la présence d'une vitrine web (12%). 20% des entreprises restées en activité estiment avoir introduit des innovations au niveau de leurs produits ou services, tandis que 26% considèrent que la crise leur aura permis une meilleure utilisation des outils numériques par le personnel.

Parmi les 40% d'entreprises fermées, les dirigeants considèrent également que cette crise les a amenés à davantage s'informer ou à se former en matière de numérique. D'aucuns considèrent qu'une présence accrue du numérique aurait peut-être (7%) voire certainement (2%) permis de conserver un certain volume d'activité pendant la crise.

Voir ou revoir le webinaire "Les enjeux de la digitalisation"

L'enregistrement du webinaire "Les enjeux de la digitalisation" du 26/11/2021 est disponible sur la plateforme Livestorm. Consultez la rubrique Actualités de notre site internet: www.cesewallonie.be pour y accéder.



Trois questions à

Hélène Raimond



Expert senior à l'AdN, Hélène Raimond assure la coordination du baromètre de maturité numérique des entreprises. Lors du webinaire du 26 novembre, elle a présenté les principaux résultats de l'enquête 2020. Elle a également insisté sur l'importance, pour les entreprises wallonnes, d'innover grâce au digital pour assurer une croissance économique forte et durable.

Voici son interview.

Wallonie : Que pensez-vous du positionnement des entreprises wallonnes en matière de maturité numérique ?

Hélène Raimond: Il est clair que les résultats de l'enquête de 2020 sont globalement positifs et en progression constante. Sans affirmer que ces résultats sont exclusivement dus au programme Digital Wallonia lancé par le Gouvernement wallon en 2015 (voir encadré à la page suivante), il est clair que les nombreux projets visant à accélérer

la transformation numérique des entreprises wallonnes sont mobilisateurs et structurants. Toutefois, les indicateurs montrent qu'il reste une grande marge de progression. Au niveau de la perception du numérique par les dirigeants, l'analyse montre que 30% d'entre eux restent sceptiques face à la digitalisation et aux opportunités pour l'entreprise. Au vu des facteurs impactant la perception du numérique, à savoir l'âge et le niveau d'études, le rôle de l'éducation et de la formation apparaît comme fondamental.

Digital Wallonia est la stratégie numérique de la Wallonie. Elle fixe le cadre dans lequel toutes les actions du Gouvernement wallon en matière de transformation numérique de la région s'inscrivent. Le programme 2019-2024 articule la stratégie autour de 5 thèmes structurants : secteur du numérique, économie par le numérique, territoire connecté et intelligent, services publics, compétences et emploi. Près de 30 projets s'inscrivent dans le cadre de Digital Wallonia, impliquant de nombreux acteurs du secteur et les entreprises.

Plus d'infos sur digitalwallonia.be

Wallonie: Qu'en est-il de la stratégie commerciale?

Hélène Raimond: Les faiblesses se marquent également au niveau des taux de ventes en ligne au sein des entreprises wallonnes. Le manque d'interactivité des sites web, le faible taux de suivi de leurs performances ou la part limitée du chiffre d'affaires qu'ils génèrent, font que l'e-commerce en Wallonie est beaucoup trop faible. Or, avec la crise covid, les ventes en ligne ont explosé. Il est donc essentiel que les entreprises wallonnes se saisissent des opportunités offertes.

Au-delà des constats, l'AdN, dans le cadre de la stratégie Digital Wallonia, a voulu apporter des réponses concrètes, notamment avec le programme "Digital commerce". Plus de 4.000 acteurs

du commerce de détail ont déjà été formés aux bases du marketing digital et bon nombre d'entreprises ont réussi à développer une véritable stratégie digitale.

Wallonie: Vous dites que la transformation numérique est plus facile à dire qu'à faire...

Hélène Raimond: Effectivement, la concrétisation de la transformation numérique prend du temps... Selon la définition, cette transformation doit se faire à tous les niveaux de fonctionnement de l'entreprise dans le cadre d'une stratégie globale. Or, celle-ci fait souvent défaut, faute de temps ou de moyens. N'oublions pas que la majorité des entreprises wallonnes emploient moins de 5 personnes! Dans un contexte concurrentiel exacerbé, les structures de petite taille peuvent être désavantagées dans ce processus de digitalisation. Il faut donc favoriser l'innovation grâce au digital et ce, sur plusieurs axes : les processus métiers, l'augmentation des produits existants par le numérique ou le développement de nouveaux produits ou encore le changement de "business model". Les bonnes pratiques et outils développés sont nombreux. Parmi ceux-ci, citons le DigiScore qui permet à toute entreprise wallonne de mesurer sa maturité numérique mais aussi d'avoir des pistes d'actions et des ressources pour l'améliorer (voir en page 14). En somme, la Wallonie a déjà parcouru un bon chemin vers la digitalisation et tout est mis en place pour répondre au mieux aux défis permettant d'atteindre un niveau de numérisation du tissu économique qui assure une croissance forte à notre région.

Améliorer la connectivité des parcs d'activité économique : le plan de la SOFICO



Selon le baromètre de maturité numérique des entreprises⁽¹⁾, la qualité de la connexion va devenir un atout compétitif majeur des entreprises. Pour ce faire, la SOFICO a lancé un vaste programme d'équipement en fibre optique des parcs d'activité économique wallons. L'objectif : connecter la totalité des PAE publics à l'horizon fin 2024.

Frank Chenot est Directeur Télécom à la SOFICO, la Société wallonne de financement complémentaire des infrastructures. Pour lui, la récente crise et les confinements successifs

ont clairement démontré que la transition numérique est l'un des plus grands défis de la reprise socio-économique. Les enjeux sont de taille, mais les opportunités existent et notamment le plan stratégique de la SOFICO visant à accompagner le développement d'infrastructures de connectivité. Il explique : *"La Région wallonne a déployé depuis plus de 20 ans, au travers de la SOFICO, son propre réseau de câbles en fibre optique, implanté en majeure partie le long des routes, autoroutes, et voies hydrauliques. En 2017, une réflexion a été initiée, en collaboration avec l'AdN, le SPW et le Cabinet du Ministre, sur l'activité Télécom de la SOFICO. Un plan stratégique a été défini, sur les trois axes suivants : 1. Poursuivre le déploiement du réseau en cohérence avec les stratégies ITS et les besoins de gestion des voies hydrauliques ; 2. Renforcer le positionnement de la SOFICO en tant que fournisseur neutre de connectivité ; 3. Capitaliser sur l'expérience de notre société pour faciliter le déploiement et la gestion de réseaux de fibre optique dans les zones à plus faible rentabilité. Ce plan prévoit la mutualisation des investissements sur les trois axes"*. Les actions et mesures de trois axes ont été mises en œuvre au travers de différents programmes prévus dans le plan.

En ce qui concerne les parcs d'activité économique (PAE), la SOFICO a adapté sa stratégie commerciale pour accélérer son développement sur le marché "entreprises", avec notamment la mise en place de partenariats privilégiés sur les PAE. *"Notre objectif est de 'fibrer' un maximum de parcs. Plusieurs études ont été réalisées, pour comprendre les besoins des entreprises en matière de raccordement fibre optique ou pour évaluer le coût du fibrage des PAE et leur raccordement au réseau de la SOFICO"* indique Frank Chenot. La SOFICO prévoit le câblage de 154 PAE additionnels, pour atteindre une couverture de 257 PAE sur les 292 existants. Cela correspond à près de 90% des zones d'activité économique. Le budget est de 63 millions €, répartis sur 5 ans pour un complément de 1.500 km de fibre optique. A son offre commerciale de base, la SOFICO a ajouté une offre spécifique pour les PAE, basée sur le principe de partenariats privilégiés.

Dans le cadre du Plan de relance⁽²⁾, la SOFICO a introduit un projet de 15 millions € visant à déployer la fibre dans les 35 PAE manquants et de couvrir ainsi la totalité des parcs d'activité économique wallons d'ici fin 2024. Le projet a été adopté par le Gouvernement en novembre 2021.

⁽¹⁾ Voir article page 10.

⁽²⁾ Voir également l'article en page 28.

e-tourisme : enjeux et perspectives



La Wallonie en couple | Évasion, découvertes et séjours de charme

Accueil > Je suis > En couple

A la recherche d'idées pour passer une journée ou un week-end rien qu'à deux ? Ne cherchez plus, la Wallonie a tout ce qu'il vous faut pour vous séduire.

Découvrez nos idées d'excursions et de séjours spécialement conçues pour les couples : partez main dans la main à la découverte de villes et de lieux de culture originaux, évadez-vous dans des décors naturels enchanteurs, et emmenez votre partenaire pour un week-end de charme grâce à nos offres de séjour exclusives pour les amoureux !

Évasion
Découvrir et s'évader

Séjours de charme
Séjours de charme

Bons de réduction
Bons de réduction

"Dans notre monde actuel, la digitalisation intervient à toutes les étapes de la journée d'un touriste potentiel ou actif, mais aussi dans celle d'un opérateur touristique" constate Sandrine Delcourt, Responsable du département marketing à Wallonie Belgique Tourisme (WBT). Lors du webinaire organisé par le CESE Wallonie le 26 novembre 2021, celle-ci a mis en évidence les enjeux et perspectives digitales en matière de tourisme en Wallonie.

Après avoir rappelé la structuration de l'écosystème du tourisme wallon et les principaux chiffres en matière d'offre touristique, Sandrine Delcourt a présenté les éléments à retenir du site internet VisitWallonia.be : publics-cibles, marchés, fonctionnalités et outils.

Elle a aussi fait part des principaux constats en matière de commercialisation. Ainsi, selon une étude réalisée en 2018, il apparaît que 41% de l'offre touristique wallonne n'est pas réservable en ligne et que 71% de cette offre n'est pas dans un processus adéquat de réservation en ligne. La Région a décidé de mettre en place un outil régional de commercialisation (ORC), afin d'équiper les prestataires wallons d'un outil de vente en ligne simple, cohérent et efficace, permettant de relever le défi de la commercialisation en ligne. Via cet outil, le nombre de réservations en ligne a progressé de plus de 70% entre 2020 et 2021.

Dans le Plan de relance de la Wallonie, il est prévu d'atteindre le chiffre de 1.500 prestataires proposant une réservation en ligne d'ici 2024 (ils sont près de 500 actuellement).

Dans le cadre du développement de la stratégie globale du tourisme décidée par le Gouvernement wallon, une réforme de la gouvernance de l'écosystème est envisagée. Une plate-forme tourisme commune sera créée, de manière à décliner les identités touristiques de la Wallonie tant du point de vue des touristes que des opérateurs. L'idée est d'être présent aux différents moments importants pour le touriste et pour les opérateurs : depuis l'imagination et le choix du voyage, sa planification et sa réservation, l'arrivée, le séjour et le départ.

Parmi les projets phares pour 2022, citons la pérennisation du pass Visit Wallonia, l'augmentation du nombre de followers du site VisitWallonia.be et leur fidélisation, la mise à disposition d'une base de données de touristes/followers, le déploiement d'une communication digitale à 360°, ... Il est important de souligner que, si de nombreuses actions sont prévues pour répondre aux enjeux de la digitalisation, l'expérience du touriste demeure "phygitale". La stratégie digitale doit dès lors s'inscrire dans un tourisme durable et accessible.

[visitwallonia.be](https://www.visitwallonia.be)

Le démonstrateur Industrie 4.0

Parmi les outils mis en place dans le cadre du programme Digital Wallonia-Industrie du Futur, le démonstrateur Industrie 4.0 permet à un large public d'être sensibilisé, de manière très concrète, à la transformation numérique des entreprises.

Qu'entend-on par industrie 4.0 et pourquoi investir dans celle-ci ? A quoi ressemble le démonstrateur Industrie 4.0 et à qui s'adresse-t-il ? Voici les réponses de Thierry Castagne, Administrateur délégué du centre de compétences Technifutur®.



Depuis 2020, Technifutur® assure, en partenariat avec Jobs@Skills, des actions de sensibilisation à partir de son démonstrateur Industrie 4.0. Pour Thierry Castagne, il est important de resituer ce partenariat dans son contexte : "Notre région, via son programme Digital Wallonia-Industrie du futur conduit par l'Agence du numérique, s'est engagée dans un processus visant à assurer la transformation numérique du secteur industriel, en le menant

sur la route de l'Industrie 4.0. Un éco-système dynamique s'est ainsi constitué sous forme d'un consortium ; il est riche de 37 acteurs et est composé des centres de recherche, pôles de compétitivité, fédérations professionnelles, outils financiers, centres de compétences, ... Le programme global concerne déjà 1.400 entreprises sensibilisées et 260 accompagnées dans leur transformation digitale. Notre démonstrateur est l'un des éléments de ce programme".

C'est quoi l'industrie 4.0 ?

L'industrie 4.0 désigne une nouvelle génération d'usines connectées, robotisées et intelligentes, visant à produire de façon plus efficace, flexible et sur mesure pour mieux répondre aux attentes des clients. Avec les développements technologiques et numériques, les frontières entre le monde physique et digital s'amenuisent pour donner vie à un environnement où interagissent activement les collaborateurs, les machines et les produits.

Technifutur® soutient la transformation des compétences non seulement en proposant des formations technologiques et soft skills, mais aussi depuis 2020, en sensibilisant différents publics à l'industrie 4.0 grâce à un démonstrateur. Cette dernière action a déjà touché plus de 700 personnes. Très concrètement, ce démonstrateur consiste en une ligne d'assemblage comportant 9 stations et 3 opérations transversales (voir les détails dans l'encadré à la page suivante). "La ligne de production installée au Liège Science Park réalise l'assemblage de composants standards ou personnalisés de smartphones. Cette seule et même ligne permet de répondre aux besoins standards des clients

mais aussi à leurs attentes spécifiques comme les options souhaitées sur le produit fabriqué, à l'instar d'une ligne de production de véhicules automobiles", explique l'Administrateur délégué de Technifutur®. "Le démonstrateur s'adresse à nos différents publics : le personnel et les dirigeants d'entreprise, les élèves, étudiants et enseignants, les demandeurs d'emploi. Grâce à cette action de sensibilisation, l'industrie 4.0 devient une réalité pour toutes ces personnes. Cela peut déboucher sur des formations ou de l'accompagnement d'entreprises dans leur transformation de leurs compétences vers l'industrie 4.0".

Technifutur® a également établi un lexique de l'industrie 4.0. "Il est important de clarifier et vulgariser les concepts. Nous avons réalisé un lexique expliquant en une phrase simple les termes technologiques liés à l'industrie 4.0. Ce lexique compte de nombreuses définitions, comme par exemple l'intelligence artificielle, le cloud, la réalité augmentée, le jumeau numérique, l'excellence opérationnelle, le cobot, l'entreprise ressource planning (ERP),... Pour terminer, je voudrais insister sur le fait que l'industrie 4.0 est loin d'être un effet de mode. Au contraire, il est essentiel d'investir dans ce type d'industrie du futur, pour répondre aux attentes des consommateurs (qui demandent des produits et services personnalisés, interactifs, moins chers et livrés rapidement), pour contribuer à ancrer l'industrie et les emplois dans notre région et pour améliorer les conditions de travail ainsi que les compétences. Un ensemble de conditions pour assurer le développement économique durable de la Wallonie et de répondre aux défis de la digitalisation" conclut Thierry Castagne.

Regardez la vidéo de présentation du démonstrateur en scannant le QR code



9 stations et 3 opérations transversales

Stations

1. Prise de commandes par site web
2. Gestion de l'entreprise et la production par ERP (Enterprise Resource Planning) et MES (Manufacturing Execution System)
3. Logistique par véhicule autonome (AGV)
4. Entrées et sorties par robot industriel
5. Produit personnalisé par un parcours individualisé par sa commande
6. Assemblage par robot
7. Personnalisation par collaboration entre homme et machine
8. Contrôle qualité par vision industrielle et intelligence artificielle
9. Emballage par cobot et robot

Opérations transversales

1. Gestion informatisée, intégrée et sécurisée
2. Jumeau numérique et réalité augmentée
3. Valorisation des données

Situé à Seraing sur le Liège Science Park et au Campus Francorchamps, Technifutur® est l'un des centres de compétences wallons. Instauré voici 30 ans dans le cadre d'un partenariat public-privé (Agoria, partenaires sociaux, Forem, ULiège), sa mission est de former les talents technologiques tout au long de la vie. Ses 3 pôles d'activité sont l'industrie, le numérique et la mobilité. Les actions de sensibilisation et de formation visent différents publics : les travailleurs, les élèves/étudiants ou enseignants, les demandeurs d'emploi. En régime annuel normal (avant Covid), 20.000 personnes bénéficient des formations (12.000) et des sensibilisations (8.000), l'ensemble représentant 850.00 heures d'activité ; Technifutur® compte 1.000 clients (750 entreprises et 250 établissements d'enseignement).

Plus d'infos : www.technifutur.be

La digitalisation est l'une des clés de la réussite de Kewlox

Interview



Geneviève Le Clercq

Tout le monde connaît Kewlox et ses meubles de rangement. Ce que l'on sait peut-être moins, c'est que l'entreprise belge n'a cessé d'évoluer et de s'adapter aux besoins de ses clients, en s'appuyant sur les outils digitaux. Dans l'interview accordée à la revue Wallonie, Geneviève Le Clercq, Administrateur délégué, explique comment la digitalisation a pris chez Kewlox une place centrale et a favorisé, année après année, le développement de l'entreprise, permettant de traverser favorablement la crise du Covid.

Wallonie : Pourriez-vous nous présenter l'entreprise Kewlox ?

Geneviève Le Clercq : L'aventure a commencé il y a un peu plus de 60 ans, lorsque mon grand-père, Maurice Le Clercq, a acquis la licence d'exploitation du procédé d'assemblage inventé par un ingénieur anglais et qui, en 1959, a commencé à produire les premiers Kewlox. Le meuble de rangement Kewlox est basé sur un système d'assemblage ingénieux : il se résume à quatre cornières en acier qui maintiennent des traverses et tasseaux en hêtre massif pour créer une structure solide et garantie à vie, dont le montage ne nécessite pas de colle ni de vis. Le meuble Kewlox est donc un produit unique, avec un design spécifique, que l'on retrouve partout (chez les particuliers ou les entreprises) et dans des contextes très variés. Il est produit dans notre usine située à Eghezée. L'entreprise est familiale et emploie 30 personnes ; elle compte 4 magasins et un webshop.

Wallonie : Même si le mode d'assemblage est le même depuis 60 ans, le meuble Kewlox n'a pas cessé d'évoluer...

Geneviève Le Clercq : Effectivement. Kewlox est un meuble personnalisable qui évolue véritablement avec son temps. Notre philosophie est à l'opposé du "vite consommé et vite jeté". Des concepts tels que l'écoconception, la réparabilité, le recyclage..., repris aujourd'hui sous la notion d'économie circulaire, font partie de l'ADN de Kewlox depuis ses débuts. D'ailleurs, nous continuons à fabriquer les pièces détachées pour les meubles d'origine, et les personnes peuvent donc réparer un meuble acheté dans les années '60 ! Le design est un autre facteur de réussite de notre produit. Depuis 6 ans, nous avons confié cet aspect à Julien Renault, qui nous accompagne dans le renouveau de notre image de marque.

Wallonie : Qu'en est-il de la digitalisation ? En quoi vous a-t-elle permis d'évoluer ?

Geneviève Le Clercq : La digitalisation est très certainement l'une des clés de la réussite de notre entreprise. Elle concerne la conception et la production des produits, mais aussi nos magasins, sans oublier le site internet et les réseaux sociaux. Notre premier site internet a été lancé il y a plus de 30 ans, à la fin des années '80 ! Certes, il était assez simple, mais déjà très efficace, car il fournissait les informations utiles tels que la liste des magasins, des instructions de montage, la gamme de meubles, des dessins. Bien entendu, depuis, nous avons eu plusieurs sites internet et nous devons d'ailleurs revoir l'actuel, dont la mise en ligne remonte à plus de 5 ans. Nous sommes également présents sur les réseaux sociaux : Facebook (depuis 2008), Instagram (depuis 2017) et Pinterest. Nous allons prochainement lancer une chaîne Youtube. Nous avons créé des interactions entre ces médias, en prévoyant des renvois vers le site internet et le configurateur. En misant sur ces différents outils, notre objectif est d'assurer l'expérience la plus fluide possible pour les utilisateurs.

Wallonie : La digitalisation joue également un rôle essentiel dans la conception des meubles. Pourriez-vous nous en dire plus ?

Geneviève Le Clercq : Grâce à la digitalisation, nous sommes passés du meuble standardisé au meuble personnalisé. Si l'on regarde un meuble des années 60, il est de couleur brune, avec 6 casiers identiques, deux ouverts et les autres fermés. Signalons que nous pouvons toujours fabriquer ce meuble aujourd'hui... A l'origine, nous avions des catalogues reprenant les différents modèles de meubles. Ceux-ci étaient prédéfinis (couleur, nombre de casiers, portes, ...) et le client choisissait un type de meuble, sans avoir la possibilité de modifier la configuration. Par exemple, si le client ne voulait pas les portes, il les recevait quand même et on ne s'en préoccupait pas. A partir de 1985, nous avons développé nos propres programmes informatiques et avons revu nos méthodes de conception. Ainsi, plutôt que d'emballer le meuble complet, nous avons organisé un emballage par type de pièce. Cela a notamment permis de diversifier les configurations et les possibilités offertes au client. Depuis les années 2000, les emballages se font par pièce et non plus par type de pièce, permettant une plus grande personnalisation. Les panneaux de couleurs ont été introduits. Un programme informatique instauré en interne permettait au vendeur de conceptualiser le meuble sur écran (avant, il le dessinait à main levée) et d'automatiser le calcul des prix.



En réalité, nous n'avons jamais cessé d'innover et de nous transformer, grâce notamment aux outils informatiques que nous avons la plupart du temps développés en interne.



Wallonie : Vous insistez sur l'importance de répondre aux attentes de vos clients...

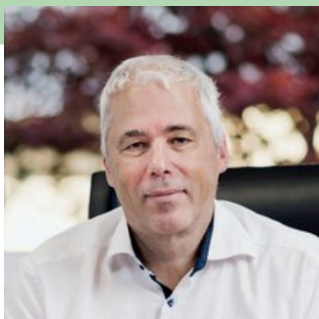
Geneviève Le Clercq : En effet, toutes les évolutions de nos produits et services ont pour objectif de répondre aux attentes des clients et de s'adapter aux nouveaux comportements des consommateurs. Dès 2011, nous avons mis à disposition des clients, et plus uniquement des vendeurs, un configurateur 3D, permettant de visualiser le meuble sous ses différentes facettes. En 2019, nous avons totalement revu ce configurateur, avec des options démultipliées, un meilleur rendu, la possibilité de dessiner des ensembles de meubles et une adaptation aux différents "devices" (ordinateur, tablette, smartphone). Le digital se traduit également par le QR code qui apparaît sur l'offre et le bon de commande. En scannant ce QR code, le client peut immédiatement retrouver son meuble personnalisé dans le configurateur. Notre stratégie globale mise sur le "phygital", c'est-à-dire la co-existence de magasins et d'un webshop.

Il s'agit de rendre le "parcours client" le plus facile possible. Ainsi, le client peut commencer la configuration de son meuble chez lui, puis venir en magasin pour avoir les conseils de nos vendeurs, rentrer chez lui et continuer la configuration, mais il peut aussi commencer à configurer son meuble en magasin et continuer chez lui, ou encore tout concevoir en ligne.

Wallonie : Comment avez-vous traversé la crise sanitaire ?

Geneviève Le Clercq : Grâce à la digitalisation et à l'ensemble des outils dont je viens de vous parler, notre entreprise a pu traverser favorablement cette crise. Bien évidemment, nous avons vécu avec sidération, comme tout le monde, le mois de mars 2020 : nous avons dû fermer nos magasins en urgence pour une durée indéterminée et avons vu notre chiffre d'affaires chuter de 45% ! Fort heureusement, nous avons constaté une augmentation des achats de produits en ligne, notamment en lien avec la maison, avec un intérêt grandissant pour des mobiliers durables et de qualité. Nous avons donc vu les commandes affluer et, grâce au fait que les outils tels que le site internet ou le configurateur fonctionnaient déjà – et fonctionnaient bien – avant la crise, nous avons pu répondre à ces commandes. La principale difficulté que nous avons rencontrée est l'organisation des livraisons. Nous avons investi dans la logistique et avons notamment mis en place des applications informatiques permettant d'automatiser le suivi des commandes et des livraisons. Finalement, nous sortons renforcés de cette crise qui nous a permis de développer de nouveaux services pour les clients. Notre chiffre d'affaires est en croissance. L'année 2022 s'annonce très bien et nous avons encore une multitude de projets, y compris digitaux, à concrétiser !

www.kewlox.com



Bruno Radermacher

JUMO Automation est une entreprise spécialisée dans la fabrication d'instruments de mesures et d'automatisation pour l'industrie. En 2020, cette PME, située à Eupen, a été désignée « Factory of the Future ». Pour Bruno Radermacher, l'Administrateur délégué, la digitalisation a aidé l'entreprise à retrouver sa place dans le groupe JUMO et à renouer avec la croissance. Quelle a été la stratégie développée ? Quels ont été les choix d'outils digitaux et comment ont-ils été implémentés ? Quels sont les résultats engrangés ? Autant de questions abordées par M. Radermacher dans cette interview.

Wallonie: Pourriez-vous nous présenter votre entreprise ?

Bruno Radermacher: JUMO Automation fait partie du groupe allemand JUMO GmbH & C° KG. Celui-ci est l'un des principaux fabricants de capteurs industriels et de techniques d'automatisation. Le groupe compte 2.500 employés, 24 filiales et 14 unités de fabrication réparties dans le monde. JUMO Automation est l'une de ces 14 unités. Nous sommes installés à Eupen et employons 42 personnes. Nous fabriquons des instruments de mesures permettant de mesurer la température, la pression, les fluides, le CO₂, le niveau,... De manière très concrète, nos produits trouvent des applications dans de nombreuses industries: alimentaire, technologie climatique (chauffage ou climatisation), technologie ferroviaire, traitement des eaux... Il s'agit d'instruments technologiques qui se sont évidemment digitalisés au fil du temps. La digitalisation fait donc partie intégrante de notre ADN. Encore faut-il l'appliquer pour nos propres besoins



Wallonie : Pour quelles raisons avez-vous investi dans la digitalisation ?

Bruno Radermacher : Comme je viens de l'évoquer, nous faisons partie d'un grand groupe et devons donc faire face à une forme de concurrence avec les autres sites de production. Si vous voulez survivre dans un groupe tel que le nôtre, il faut se différencier. Et pour cette différenciation, nous avons utilisé le digital. Le tournant s'est opéré en 2017. Nous produisions à cette époque plus de 70.000 sondes de température, contre environ 16.000 en 2004. En 2015, nous avons doublé la surface de production, d'une part, et la productivité, d'autre part, grâce au développement des compétences du personnel et d'une automatisation accrue. Une bonne nouvelle direz-vous... Le problème est que, dans le même temps, nous avons triplé les délais de production et de livraison. En 2014, le délai moyen était de 3 semaines ; en 2017, il atteignait 9 semaines ! Or, dans notre secteur, le respect des délais est aussi important que le prix ou la qualité du produit. Nous avons en quelque sorte "perdu" la vision de la gestion de notre production, ce qui a posé certains problèmes en interne. Et pas que. Il fallait agir, sans pour autant paniquer. Nous avons donc utilisé les ressources dont nous disposions pour sortir de cette crise : le digital, d'une part, et l'humain, d'autre part. Ces deux éléments sont indissociables !

« Il faut allier la valeur ajoutée de l'Humain avec les possibilités du digital »

Bruno Radermacher

Wallonie : Comment avez-vous procédé ?

Bruno Radermacher : En tant que membre d'AGORIA, nous avons tout d'abord contacté SIRRIS, le centre d'AGORIA qui aide les entreprises dans leurs choix technologiques. Il y a un grand intérêt à faire appel à une expertise extérieure et d'être accompagné dans ce parcours de la digitalisation. A cet égard, je voudrais souligner le rôle important joué par l'équipe de Digital Wallonia, qui nous a également aidé dans ce projet.

En 2018, nous avons défini une stratégie globale en procédant à des engagements de personnel, en mettant en place des formations, en implémentant un ERP production plus en adéquation avec les nouvelles exigences, en adaptant l'outil existant et du workflow, et en allant aussi visiter des entreprises afin de savoir comment les autres procédaient. En 2019, nous avons posé notre candidature pour "Factory of the future" et avons été l'un des lauréats. Je voudrais insister sur deux points : d'une part, l'implication nécessaire de la direction dans le processus. Et, d'autre part, la nécessité de définir une stratégie globale : la digitalisation est un outil au service de l'entreprise, et non une finalité.



Wallonie : Comment la digitalisation s'est-elle concrétisée chez JUMO?

Bruno Radermacher: Nous avons mis en place des procédures digitalisées au sein de l'entreprise: structuration et nomenclature digitale des différentes étapes de production ainsi que des processus de fabrication, implémentation de terminaux digitaux pour le suivi de la fabrication, synthèse des données sur grand écran... En réalité, nous avons revu toutes nos procédures de fabrication. Et ce n'est pas fini ! Les prochaines étapes sont la production sans papier et la digitalisation des postes de travail. L'idée est d'amener toutes les informations possibles sur le banc de travail, avec les ordres de commande, les dessins, les photos et vidéos de montage.

Wallonie : Quels sont les résultats de ce processus ?

Bruno Radermacher: La digitalisation nous a vraiment permis de mettre en place une planification en temps réel et efficace. Au niveau des délais, nous sommes passés de 9 à 2 semaines ! Qui plus est, les délais de livraison annoncés sont respectés. Cela a permis un retour de la confiance envers JUMO de la part des clients, mais aussi de la maison-mère qui nous considère aujourd'hui d'égal à égal. La différenciation dont je vous parlais

précédemment est devenue réalité. D'ailleurs, différentes entités du groupe, venant de Chine, de Russie, de Suède,... visitent notre entreprise.

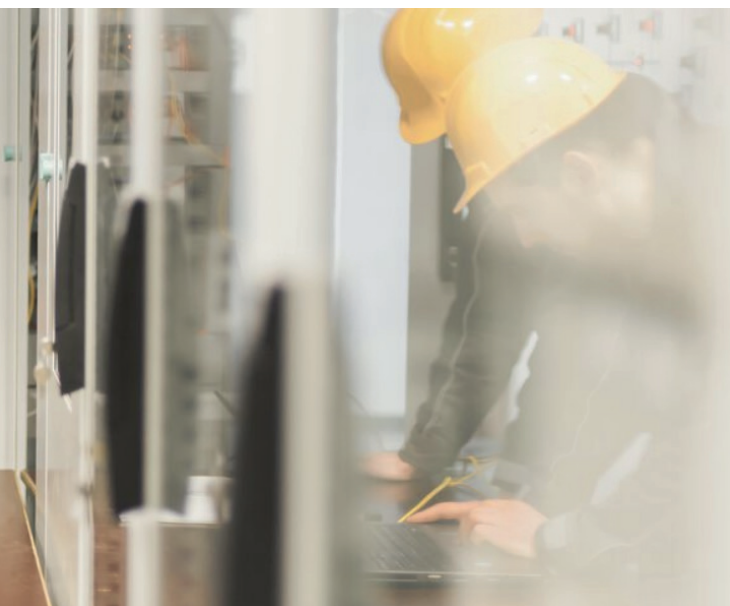
Bien entendu, il y a bien d'autres résultats positifs : la digitalisation a permis de maintenir et d'accroître l'emploi, de gagner en compétitivité, d'augmenter la productivité et la visibilité de la production et aussi de déplacer certaines chaînes de valeur ajoutée dans le workflow.

Wallonie : La digitalisation est-elle amie ou ennemie ?

Bruno Radermacher: Très bonne question ! Je dirais que le digital doit être un allié : il faut essayer de comprendre l'outil et s'en approprier les bienfaits et de ne surtout pas le "diaboliser" ou tout simplement l'ignorer. La digitalisation ne résout pas tous les problèmes mais peut apporter des solutions concrètes à certains d'entre eux. Comme je l'ai déjà souligné, il est primordial de s'appuyer sur les compétences des personnes et s'assurer de l'adhésion du personnel à la démarche. Pour ce faire, des formations sont indispensables. Tout comme l'implication de la direction, un élément essentiel dans la réussite de la digitalisation. Je fais partie des 35% de patrons convaincus⁽¹⁾, et j'espère... convaincant ! Car, loin d'être un phénomène de mode, le digital fait intégralement partie de nos vies et de nos entreprises. Et ce sera encore plus le cas dans un avenir très bref. Autant s'en faire un allié.

www.jumo.be

⁽¹⁾ voir en page 15.



Plan de relance de la Wallonie



Fin octobre 2021, le Gouvernement wallon a adopté le Plan de relance de la Wallonie, dont une version antérieure a dû être revue, suite aux inondations de juillet 2021, avec l'ajout d'un 6^{ème} axe : «Soutenir la reconstruction et la résilience des territoires sinistrés». Ce Plan de relance rassemble les projets wallons déjà retenus dans le Plan National pour la Reprise et la Résilience, ceux issus des travaux de «Get up Wallonia» ainsi que ceux inscrits dans la Déclaration de politique régionale.

Le Plan, doté de 7.644 millions €, s'articule autour de 6 axes, 22 objectifs stratégiques et ... 319 projets ou programmes. L'axe 1 "Miser sur la jeunesse et les talents de Wallonie" vise principalement à améliorer la formation initiale, dont l'alternance, la formation continue ainsi qu'à promouvoir la recherche et l'innovation. L'axe 2 "Assurer la soutenabilité environnementale", le plus important d'un point de vue budgétaire, concerne la rénovation énergétique du bâti, la promotion des énergies renouvelables, la réduction des émissions de gaz à effet de serre, la mobilité, la préservation de la biodiversité et de l'environnement. L'axe 3 "Amplifier le développement économique" comprend des projets visant à intensifier la numérisation, à réhabiliter des friches industrielles, à développer la

politique industrielle, à favoriser l'économie circulaire, le tourisme, l'agriculture et l'alimentaire, les territoires locaux. L'axe 4 "Soutenir le bien-être, la solidarité et l'inclusion sociale" vise notamment à renforcer l'inclusion sociale, à développer l'économie sociale et solidaire, à faciliter l'accès au logement, à développer l'emploi, en particulier vis-à-vis des personnes éloignées du marché du travail.

L'axe 5 "Garantir une gouvernance innovante et participative" concerne principalement la numérisation de l'administration. L'Axe 6 "Soutenir la reconstruction et la résilience des territoires sinistrés" comporte la réparation des infrastructures publiques régionales ou locales détruites lors des inondations, la sécurisation des cours d'eau ainsi que la gestion des déchets, l'aide au chauffage pour les ménages et des mesures destinées à renforcer l'attractivité des formations dans le secteur de la construction.

Un suivi régulier de la mise en œuvre du Plan est prévu, par projet, par objectif stratégique et par axe. Un comité de pilotage transversal devrait se réunir tous les deux mois. Le suivi budgétaire est assuré par l'Administration, un processus d'évaluation est prévu sous le pilotage de l'IWEPS, avec une participation du CESE Wallonie.

Le Plan s'accompagne de l'annonce par le Gouvernement de "réformes qualitatives structurantes qui contribueront à stimuler la relance et la restructuration de la Wallonie". Parmi celles-ci figurent notamment la refonte des aides à la recherche et à l'investissement, la simplification des processus administratifs en lien avec le code du développement territorial (permis d'urbanisme...), une réforme des aides à l'emploi et les aides à la formation.

Le suivi par le CESE Wallonie

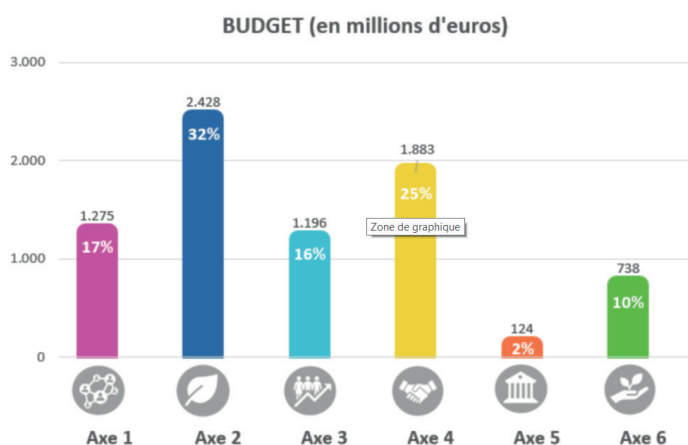
En vue de l'élaboration du Plan, le CESE Wallonie a préparé plusieurs avis d'initiative. Il a été consulté sur le volet wallon du PNRR⁽¹⁾. Des réunions de travail ont été organisées avec le Gouvernement wallon et avec le Conseil stratégique de "Get up Wallonia".

Depuis l'adoption du Plan, les Commissions du Conseil ou les Pôles thématiques prennent contact avec les Cabinets des Ministres en charge de la mise en œuvre des projets, pour, notamment, préciser le timing de

mise en œuvre des actions et mesures ainsi que le processus de consultation éventuellement prévu.

En outre, constatant le nombre élevé de projets, peu articulés entre eux, les marges budgétaires limitées de la Région, le

Bureau du Conseil s'est donné pour objectif de proposer au Gouvernement wallon quelques priorités, les plus concrètes possibles, à mettre en œuvre d'ici la fin de la législature.



Source : Gouvernement wallon

⁽¹⁾ Voir notamment : Avis A.1455 - 11 Axes prioritaires pour la relance ; Avis A.1462 - Plan pour la relance et la résilience : fiches wallonnes.

Parcs nationaux de Wallonie

Il existe un grand nombre de parcs nationaux à travers le monde.

Parmi ceux-ci, citons le parc Yellowstone aux Etats-Unis, celui des Ecrins en France ou de l'Eiffel en Allemagne, sans oublier le parc de la Haute Campine en Belgique.

Dès 2023, la Wallonie comptera elle aussi deux parcs nationaux : c'est en tout cas la volonté du Gouvernement wallon qui a lancé un appel à projets en ce sens en juillet 2021. L'objectif est double, à savoir valoriser « un patrimoine naturel d'exception à des fins de conservation de la nature et de valorisation touristique ».

Cet article présente la démarche et la procédure mise en place pour sélectionner les deux parcs nationaux wallons, avec un focus sur la mission déléguée au Pôle Ruralité, qui a été chargé d'animer le Comité d'évaluation pour l'appel à projets.



Le patrimoine naturel de la Wallonie constitue un atout majeur à différents niveaux : d'un point de vue de la conservation de la nature, bien sûr, mais également par les nombreux services écosystémiques auxquels il pourvoit, ou encore par l'amélioration de la qualité de vie des citoyens. Le contexte actuel de crise sanitaire a par ailleurs bien montré le rôle prépondérant des espaces naturels en termes de bien-être.

Ce patrimoine constitue en outre une richesse, qui si elle est bien préservée et protégée, peut activement contribuer au développement économique et social de la Wallonie, notamment par le déploiement d'un tourisme durable. Cet objectif se retrouvait déjà dans la Déclaration de politique régionale 2019-2024. Le Gouvernement y souligne en effet l'importance de valoriser les atouts touristiques de la Wallonie, le tourisme offrant de nombreuses opportunités de développement économique.

Selon la définition de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN), une des principales activités des parcs nationaux, en plus des intérêts en matière de conservation de la nature, est l'organisation de l'accessibilité et des potentialités de "récréation". La création de deux parcs nationaux en Wallonie doit donc permettre de développer simultanément ces deux approches, au profit de tous. Dans ce cadre, le projet de création de parcs nationaux a été plébiscité par les experts de la Task Force "Environnement" lors des

travaux de "Get Up Wallonia" et s'inscrit dans la fiche "Biodiversité" de la Facilité pour la Reprise et la Résilience approuvée par la Commission Européenne.

Sélection des projets de parcs

En juillet 2021, le Gouvernement wallon a lancé l'appel à projets "Parcs nationaux de Wallonie" et sept candidats y ont répondu, à savoir les projets de parc national : "Entre-Sambre-et-Meuse", "Famenne-Ardenne", "Forêt d'Anlier", "Forêts du Brabant", "Hautes Fagnes", "Massif de Saint-Hubert" et "Vallée de la Semois".

Afin de sélectionner les deux candidats qui recevront la reconnaissance de "Parc national", une procédure de sélection en deux phases a été élaborée et un Comité d'évaluation a été mis en place (voir à la page suivante). Ce Comité est chargé de vérifier l'admissibilité des candidatures et d'établir un rapport d'évaluation pour chacune des phases de l'appel à projets. Il est composé d'experts reconnus ou de représentants d'organisations nationales et internationales reconnues dans différents domaines thématiques (écologie, tourisme durable, économie, paysage, patrimoine...) ainsi que de représentants du Gouvernement (Ministre de la Nature, Ministre du Tourisme, Ministre des Pouvoirs locaux, Ministre de l'Economie et de l'Aménagement du territoire et Ministre du Climat et de la Mobilité).

Un parc national est défini "comme un territoire inclus dans un périmètre reconnu, délimité géographiquement, de taille suffisante avec une valeur naturelle exceptionnelle et une ambition internationale. Sa gestion vise à assurer la protection et le développement durable des processus écologiques, à l'échelle du paysage et des écosystèmes, pour les habitats et les espèces associés, et est portée par une coalition territoriale d'acteurs-clés. Cet espace naturel remarquable, son paysage et son patrimoine offrent des possibilités de développement et de promotion des loisirs touristiques, dans la limite du respect de la nature" ⁽¹⁾.

Les potentialités offertes par les parcs nationaux sont nombreuses, que ce soit en termes de protection de la nature ou de développement économique. Comme indiqué sur le site consacré à la biodiversité en Wallonie, "les parcs nationaux contribueront également au renforcement de l'image de la Wallonie au niveau international en tant que destination attractive grâce à ses richesses naturelles, paysagères et patrimoniales".

⁽¹⁾ Source : biodiversite.wallonie.be

Des représentants d'administrations (DNF, DEMNA et CGT) sont associés en tant qu'observateurs sans pour autant faire partie du Comité. Le DNF (Département de la Nature et des Forêts du SPW) assure le secrétariat du Comité et le CESE Wallonie est chargé de son animation par l'intermédiaire d'une mission déléguée confiée spécifiquement par le Gouvernement.

Pour la première phase de sélection, les candidats potentiels ont été invités à introduire une note d'intention, devant démontrer la manière dont leur projet rencontre les conditions minimales d'admissibilité. Le 18 novembre 2021, le Comité s'est réuni pour vérifier l'admissibilité des candidatures et évaluer les notes d'intention. Sur la base du rapport transmis par le Comité d'évaluation, le Gouvernement a sélectionné les quatre projets de parcs nationaux. Il s'agit des projets "Entre-Sambre-et-Meuse", "Forêt d'Anlier", "Hautes Fagnes" et "Vallée de la Semois".

Les quatre candidats retenus seront invités à détailler leur projet par l'élaboration d'un plan directeur et d'un plan opérationnel. Ils pourront notamment prétendre à une aide financière de 250.000 € pour mener à bien cette étape. Les projets détaillés feront alors l'objet d'une évaluation finale par le Comité fin 2022. Cette évaluation consistera non seulement à vérifier que les conditions minimales sont toujours remplies mais aussi à opérer une évaluation finale sur la base des critères qualitatifs fixés. S'appuyant sur le rapport du Comité, le Gouvernement reconnaîtra *in fine* les deux premiers parcs nationaux de Wallonie. Ces derniers bénéficieront alors d'une aide de 13 millions € pour mettre en œuvre leurs plans et concrétiser leur projet. L'objectif est la concrétisation des deux parcs nationaux dès 2023.



Mission déléguée au Pôle Ruralité

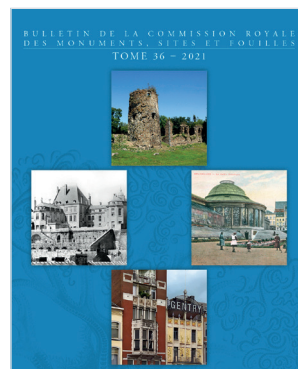
Le 21 octobre 2021, le Gouvernement wallon confiait une mission déléguée au CESE Wallonie, au travers des agents du secrétariat du Pôle Ruralité, pour assurer l'animation du Comité de sélection de l'appel à projets "Parcs nationaux de Wallonie".

A côté des tâches habituelles liées à l'organisation de réunions (convocation, procès-verbal...) et à la prise en charge de ce type de mission (réunions préparatoires, prise de connaissance du dossier, relation avec les membres...), l'équipe d'animation a mis toutes ses compétences en œuvre afin d'assurer au Comité un fonctionnement le plus optimal possible. Plusieurs documents de référence ont ainsi été élaborés, comme un règlement d'ordre intérieur juridiquement cohérent ou une grille d'analyse précisant les critères visés. L'équipe a également réalisé une première vérification des critères d'admissibilité et suggéré une méthode de cotation répondant aux impératifs d'équité de traitement et d'objectivité.

Une première réunion a eu lieu le 18 novembre 2021 et a permis de débiter concrètement les travaux du Comité en vue de la sélection des parcs nationaux. A cette occasion, la qualité du travail de l'équipe du Pôle Ruralité a été unanimement saluée.

Publication

Découvrez le nouveau Bulletin de la CRMSF !



Ce tome du Bulletin fait, une fois encore, le grand écart chronologique : le lecteur passera en effet, au fur et à mesure de sa découverte des articles, du XIII^e au XX^e siècle, en faisant un petit détour par les XVI^e, XVIII^e et XIX^e siècles.

Le château de Walhain-Saint-Paul, monument remontant au XIII^e siècle, a fait l'objet de plusieurs campagnes de fouilles archéologiques depuis 1998. Élément du système de défense à la frontière entre le duché de Brabant et le comté de Namur durant le Moyen Âge, il devient, après la Renaissance, une simple résidence administrative. Dans les années 1790, c'est une tempête qui le détruit presque entièrement. Le XIX^e et le début du XX^e siècles le voient réduit à l'état de carrière pour les habitants des environs. Alizé Van Brussel, assistante-doctorante en archéologie à l'UCL, en collaboration avec Laurent Verslype, professeur à l'UCL, livre dans ce Bulletin une *Étude des vestiges archéologiques de la haute-cour et de l'organisation des espaces à la période moderne*.

L'hôtel van den Steen est un des plus importants hôtels particuliers du Mont Saint-Martin à Liège, tant par son ancienneté que par son ampleur et son intérêt architectural et historique. Avec la famille van den Steen, qui en reste propriétaire durant plus de 200 ans, le bâtiment connaît un développement important qui en fait, au XVIII^e siècle, un des plus grands hôtels particuliers de la ville. Dans *L'hôtel van den Steen à Liège. Évolution du bâti*, Anne-Claire Olivier, ingénieur civil architecte, établit, sur base d'études préalables, historiques, archéologiques, stylistiques et sanitaires, une proposition de chronologie de l'évolution du bâti de ce monument complexe.

Le XIX^e siècle a sublimé l'Art de vivre dans les habitations privées, notamment par le développement de serres, vérandas, jardins d'hiver et bow-windows adjoints à la construction elle-même, prolongeant ainsi l'espace de vie. Mathilde Junger, assistante-doctorante à la faculté d'Architecture de l'ULiège, dans son article *XIX^e siècle, la serre se greffe à l'habitat : récit d'un succès industriel dans une Belgique en révolutions*, présente l'évolution en la matière, permise par les nouvelles techniques constructives issues de la révolution industrielle. La maîtrise nouvelle des métaux et du verre, ainsi que leur application structurelle, permet en effet de créer des espaces entièrement vitrés et chauffés, rendant ainsi possible d'ouvrir la maison sur le jardin sans tenir compte des saisons.

Emma Meunier, diplômée en Histoire de l'Art et Archéologie de l'ULiège, consacre un article à la Vie et [l'] œuvre de l'architecte Clément Pirnay (1881-1955). D'abord collaborateur de Paul Jaspar et de Paul Comblen, Pirnay commence ensuite une production personnelle dès 1902, principalement au centre-ville de Liège. L'utilisation du béton armé, tant pour la structure des bâtiments que pour leurs façades, devient alors une constante de son architecture. Il est également connu pour la conception et la réalisation de deux vastes ensembles de logements à bon marché, l'un dans le quartier du Laveu et l'autre sur le plateau du Tribouillet (Thier-à-Liège).

Prix : 25 € (hors frais de port).

En vente via la boutique en ligne du site : <http://www.crmsf.be/fr/boutique-en-ligne>

Contact : 04 232 98 51/52 ou info@crmsf.be

Comprendre les fake news

Le phénomène des fake news a pris, ces dernières années, de plus en plus d'ampleur. Qu'entend-on par "fake news" ? Qui sont les "coupables" ? Quels sont les éléments de contexte favorisant leur développement ? Quelles sont les solutions pour lutter contre les fake news ? Voici les réponses de Caroline Faillet, Directrice d'Opinion Act et auteure de l'ouvrage "Décoder l'info : comment décrypter les fake news ?".



Selon le Larousse, une fake news (ou "infox" en français) est "une information mensongère, délibérément biaisée ou tronquée, diffusée par un média ou un réseau social afin d'influencer l'opinion publique". Si le terme est assez récent, le phénomène existe depuis bien longtemps et concerne tout le monde. Ainsi, un Français sur trois reconnaît avoir déjà relayé de fausses informations par erreur et huit Belges sur dix considèrent que les fake news constituent un problème majeur.

Les trois coupables

Les coupables de ces fake news sont de trois types: les fabriques de l'intox (ou les faussaires) tout d'abord; les réseaux sociaux et les plateformes ensuite; et enfin, la crédulité des masses.

Pour la Directrice d'Opinion Act, il est important de comprendre les motivations et les fonctionnements de ces "coupables" pour trouver des solutions. "Commençons par les émetteurs. Quatre catégories se retrouvent dans les fabriques de l'intox, avec des motivations différentes. Le premier est le dogmatique ou le complotiste. Il a une cause à défendre et sa motivation est idéologique. Le deuxième type est le pro de l'intox, qui fait du business en faisant circuler les informations. Sa motivation est financière. Vient ensuite le "troll" ou le "hater" dont la motivation est d'ordre psychologique : sous des aspects ludiques, il parvient à monter les internautes les uns contre les autres. Et enfin, il y a vous et moi, qui faisons circuler de fausses informations. En cause : nos émotions".

Le deuxième coupable généralement incriminé sont les plates-formes, dont le modèle économique s'appuie sur le ciblage publicitaire et les datas.

Voir ou revoir le Web'Actu du Conseil

Le 9 décembre, Caroline Faillet est intervenue dans le cadre d'un Web'Actu du Conseil.

L'enregistrement de ce webinaire est disponible sur la plateforme Livestorm. Consultez la rubrique Actualités de notre site internet : www.cesewallonie.be pour y accéder.

Pour obtenir ces données, il faut un engagement, qui se fait davantage avec de fausses informations. *"Cela a deux conséquences néfastes. Tout d'abord, les algorithmes nous enferment dans des bulles de filtres. Par exemple, si vous vous intéressez aux migrants, vous recevrez des contenus de plus en plus radicaux car l'objectif est de générer des émotions et donc de l'engagement. Ensuite, ces algorithmes sont utilisés pour réaliser des campagnes de manipulation de masse"* constate Caroline Faillet.

Caroline Faillet est Directrice d'Opinion Act, un cabinet d'études et de conseil français sur l'opinion et les comportements des internautes. Spécialiste du phénomène des fake news, elle est l'auteure de plusieurs ouvrages sur ce thème et notamment de "Décoder l'info : comment décrypter les fake news ?". Elle enseigne également l'influence aux hauts fonctionnaires français, notamment par les formations données à l'IHEDN - Institut des Hautes Etudes de Défense Nationale et l'IHEMI - Institut des Hautes études du Ministère de l'Intérieur.

Le troisième coupable est la crédulité des masses. Derrière ces fake news, il y a ce qui est utilisé depuis toujours, à savoir le détournement des biais cognitifs et émotionnels pour emporter notre adhésion sur une fausse information.

Comment en est-on arrivé là ?

Les évolutions du web ont réellement transformé les usages en termes de diffusion de l'information. *"Les transformations ont progressivement permis aux citoyens d'être mieux informés, d'être mobilisés... A travers les blogs ou les sites internet, tout le monde a été en mesure de produire de l'information et de la partager. Aujourd'hui, nous sommes au web 4.0, avec le pouvoir du 'phygital': les outils numériques permettent le passage à l'action d'organisations sans leader, fondées sur la collaboration des communautés. Plus le temps passe, plus les faussaires maîtrisent ces usages et ont un temps d'avance sur cette lutte contre la désinformation. A cela s'ajoute le défaut de maîtrise du web par les sachants dans un marché de l'information dérégulé, laissant ainsi le champ libre aux émetteurs de fake news"* explique l'experte.

Quelles sont les solutions ?

Actuellement, les outils de "social listening" fournissent des données permettant d'analyser les comportements sur le web. Grâce à ces analyses, il devient possible de détecter une fake news et de la contrer, avant qu'elle ne soit médiatisée. Les influences qui s'exercent sur le public peuvent également être mieux appréhendées. *"Pour lutter contre les fake news, il faut agir sur les trois types d'acteurs (émetteurs, diffuseurs et récepteurs) de manière simultanée car il ne suffit pas de s'attacher aux plates-formes pour résoudre le problème. Bien sûr, certaines initiatives sont utiles : songeons au 'Digital services Act' qui a été décidé par l'Europe en 2020 et qui vise notamment à encadrer la publicité ciblée sur les plates-formes ou le signalement plus efficace d'une fake news. De leur côté, certaines plates-formes ont mis en place des partenariats avec des médias 'fact-checkers' qui surveillent les fausses informations ou des systèmes de blocage de certains comptes. Il y a aussi un durcissement des conditions d'inscription ou de modération, ainsi que la lutte contre les faux comptes"*.

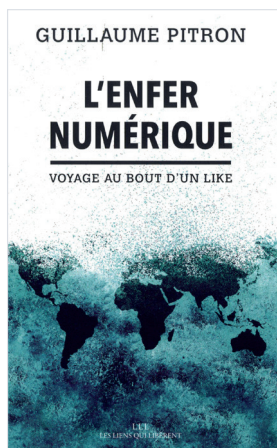
Des actions doivent également être menées au niveau des récepteurs. Notre experte invite dès lors les organisations et les citoyens à agir comme contributeur. *"Si vous êtes un expert dans un domaine, publiez sur internet, en veillant à ce que votre contenu soit visible. Pour cela, il faut maîtriser les techniques du web (comme les hashtags) qui assurent cette visibilité – ce que les faussaires font parfaitement. Vous pouvez également vous mettre en réseau, afin de partager et amplifier le fast-checking".* Dernier champ d'action : la sensibilisation et le développement de l'esprit critique des citoyens, dès le plus jeune âge. *"On parle beaucoup d'éducation aux médias. Pour ma part, je milite pour le retour de l'enseignement de la dialectique et de la rhétorique, qui a été abandonné en France au début du XX^{ème} siècle. Dans cette grande Agora qu'est devenu le web, la voix de l'internaute lambda vaut autant que la voix de l'expert ! Il faut donc donner à tous les capacités de sens critique et de compréhension des enjeux démocratiques de l'information"* conclut Caroline Faillet.

Les algorithmes font-ils la loi ?

Aurélie Jean
Éditions de l'Observatoire



C'est un fait : les algorithmes rythment nos vies. Ils nous aident à nous déplacer, à travailler, à nous soigner, et même à légiférer. Certains, alarmistes, diraient qu'ils sont de partout... Or, peu d'entre nous les comprennent, sans parler d'en maîtriser les subtilités. Nos dirigeants, parlementaires et nos juristes n'y font pas exception, et participent pour certains à augmenter la confusion autour de leur utilisation et de leur supposé danger... Pourtant, il est aujourd'hui nécessaire, voire capital, de comprendre le fonctionnement des algorithmes développés, mais aussi d'anticiper leur développement, de l'encadrer et de l'accompagner aussi judicieusement que justement.

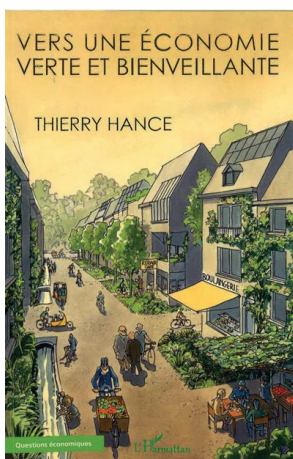


L'enfer numérique : Voyage au bout d'un like

Guillaume Pitron
Éditions Les Liens Qui Libèrent

Le monde "dématérialisé" du numérique, indispensable pour communiquer, travailler et consommer, s'avère bien plus tangible que nous ne voulions le croire. Il absorberait aujourd'hui 10% de l'électricité mondiale et représenterait près de 4% des émissions de CO₂ de la planète. Or, nous peinons à appréhender ces impacts, tant nous sommes embrumés par le mirage du cloud, pur et éthéré. Il faut pourtant nous rendre à l'évidence : si "nuage" il y a, celui-ci est noir de pollution. Quelle est la géographie de nos clics et de nos données ? Quels enjeux écologiques et géopolitiques charrient-ils à notre insu ?

À l'heure du déploiement de la 5G, des voitures connectées et de l'"intelligence artificielle", cette enquête, menée durant deux ans sur quatre continents, révèle l'anatomie d'une technologie qui n'a de virtuel que le nom. Et qui, sous couvert de limiter l'impact de l'homme sur la planète, s'affirme déjà comme l'un des défis environnementaux majeurs du XXI^e siècle.



Vers une économie verte et bienveillante

Thierry Hance
L'Harmattan
(Questions économiques)

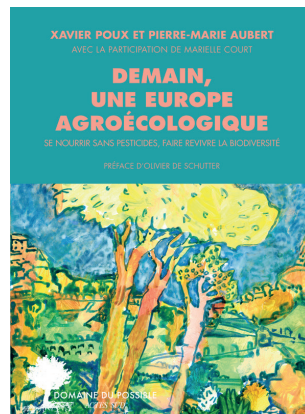
La crise du coronavirus a démontré à quel point nos sociétés sont fragiles et vulnérables.

Cette vulnérabilité provient de la construction d'une économie basée sur la croissance du profit qui conduit à une surexploitation des ressources, à une perte dramatique de biodiversité, aux changements climatiques et à des inégalités flagrantes entre humains.

L'auteur propose une nouvelle économie qui devra s'insérer dans le fonctionnement global de l'écosystème terre, source d'inspiration pour optimiser les processus naturels de circulation de l'énergie, de recyclage de la matière et de prise en compte de la diversité. Elle nécessite la mise en place d'une véritable démocratie participative qui permette de prendre les décisions indispensables pour recentrer l'économie localement comme un service à la personne.

Demain, une Europe agroécologique : Se nourrir sans pesticides, faire revivre la biodiversité

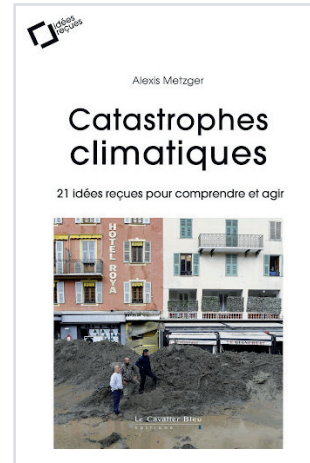
Xavier Poux, Pierre-Marie Aubert
Actes Sud
(Domaine du Possible)



Le temps est venu pour l'agroécologie de changer d'échelle : une production intégralement agroécologique, exempte de pesticides et d'engrais de synthèse, est aujourd'hui envisageable à travers toute l'Europe. Au cœur de ce modèle porté par une nouvelle génération d'agriculteurs et d'agronomes : la disparition de l'élevage industriel qui rend possible l'autonomie fourragère et améliore la contribution de l'Europe aux équilibres alimentaires mondiaux. Loin d'être réservée à quelques fermes pionnières, l'agroécologie peut transformer en profondeur nos paysages pour le plus grand bénéfice du climat, de notre santé ainsi que celle de la faune et de la flore. Appuyant son propos sur une modélisation quantifiée, cet ouvrage explore également les modes d'organisation sociale et économique et les choix politiques qui peuvent rendre ce scénario plausible et désirable.

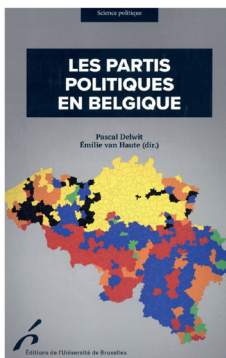
**Catastrophes climatiques :
21 idées reçues pour comprendre et agir**

Alexis Metzger
Le Cavalier Bleu Éditions
(Idées Reçues)



Mégafeux en Californie ou en Australie, précipitations hors norme et inondations en Europe, ouragans dévastateurs en Asie... les catastrophes climatiques semblent se multiplier et s'intensifier. Elles suscitent effroi et inquiétude au sein des populations. Disparition de sociétés, déclenchement d'événements historiques majeurs, source de conflits et de guerres, de maladies et de migrations de masse... les nombreuses idées reçues liées à ces phénomènes climatiques inquiètent !

Cependant, ces catastrophes climatiques sont-elles inéluctables ? De tous les périls, sont-elles les plus graves ? Ne sont-elles pas autant d'opportunités pour repenser et transformer nos sociétés ? La science et le progrès technique peuvent-ils nous mettre à l'abri ?



Les partis politiques en Belgique

Sous la direction de Pascal Delwit et Émilie van Haute
Éditions de l'Université de Bruxelles
(Science politique)

En Belgique, les premiers partis politiques ont vu le jour et se sont développés dès le XIX^e siècle.

Ils ont exercé nombre de missions dans la société et leur importance a crû dans le temps. Pourtant, leur dynamique, leurs rôles et ce qu'ils incarnent aux yeux des citoyens se sont transformés au cours des dernières décennies.

Les partis sont soumis à de multiples modifications et tensions qui les affectent, les interpellent et les appellent à se transformer profondément : importance accrue de l'Union européenne dans l'exercice des politiques

publiques, difficultés des partis politiques à l'échelle européenne, déclin du nombre de membres, demandes participatives croissantes, emprise technocratique...

Comment les partis agissent-ils au regard de ces mutations ? Comment les interprètent-ils ? Comment appréhendent-ils la sécularisation avancée de la société belge et l'augmentation du capital scolaire ? Comment réagissent-ils à l'interne ?

Ces questions sont analysées dans cet ouvrage. Dix ans après leur dernière grande étude comparative, les auteurs présentent un nouveau travail de synthèse original.

Et dans notre bibliothèque numérique

Évolution à long terme des allocations ONEM : 100 ans de données : 1921-2020

ONEM : Direction Statistiques, Budget et Études
(Septembre 2021)
Source : onem.be

Les chiffres-clés de la Wallonie : Édition 2021

IWEPS (Octobre 2021)
Source : iweps.be

Conseil National de la Productivité : Rapport annuel 2021

CNP (Octobre 2021)
Source : cnp-nrp.belgium.be

Impact du Plan national pour la reprise et la résilience sur les SDG, la résilience et la cohésion sociale : Rapport au secrétaire d'État pour la Relance et les Investissements stratégiques

Bureau Fédéral du Plan (Octobre 2021)
Source : plan.be

Risque nucléaire, développement durable et transition énergétique

Conseil Supérieur de la Santé : Avis CSS n°9576
(Octobre 2021)
Source : health.belgium.be

Espace public et inégalités de genre

IWEPS : Dynamiques régionales n°12 (Novembre
2021)
Source : iweps.be

Inclusion numérique : Les services numériques essentiels : profitables à toutes les personnes ?

Fondation Roi Baudouin (Novembre 2021)
Source : kbs-frb.be

Panorama sectoriel 2021 : Aperçu 2020

SPF Économie, P.M.E., Classes moyennes et Énergie
(Novembre 2021)
Source : economie.fgov.be

Rapport Emploi Compétitivité 2021 : CCE 2021-3326 : "Construire l'avenir"

Conseil Central de l'Économie (Décembre 2021)
Source : ccecrb.fgov.be

Solidarité et pauvreté : contribution au débat et à l'action politiques : Rapport bisannuel 2020-2021

Service de lutte contre la pauvreté, la précarité et
l'exclusion sociale (Décembre 2021)
Source : luttepauvrete.be

Le Centre de Documentation du CESE
Wallonie est au service des membres du
Conseil mais est également accessible au
public sur rendez-vous.

04/232.98.14
biblio@cesewallonie.be

Wallonie

Publication trimestrielle du Conseil économique, social et environnemental de Wallonie

Editeur responsable

Luc Simar
Secrétaire général

Rédactrice en chef

Nathalie Blanchart - 04 232 98 53
nathalie.blanchart@cesewallonie.be

Graphiste

Nathalie Hounje - 04 232 98 24
nathalie.hounje@cesewallonie.be

Rédaction

Invité - Dossier - Interviews : Nathalie Blanchart
Actus : Carole Carpeaux (p.33), Dominique Rosengarten (p.30) et Luc Simar (p.28)
Livres : Jean-Claude Pirlot

Impression

Imprimerie SNEL

Crédits photographiques

© Adobe Stock : cover, pp. 2, 6, 8, 9, 11, 15 et 28
© UCLouvain : pp. 2 et 4
© Jorien Swinnen : pp. 3 et 30
© Vitrines de Colmar : p.12
© SOFICO : p.18
© Technifutur® : p.20
© Julien Renault : pp. 22, 23 et 24
© JUMO : pp. 25, 26 et 27
© CESE Wallonie : p.32

Remerciements

Nous remercions toutes les personnes qui ont contribué à l'élaboration de ce numéro :
Mmes Sandrine Delcourt, Céline Kern Borni, Geneviève Le Clercq, Hélène Raimond, Mélanie Stoecklin et Héloïse Winandy
MM. Thierry Castagne, Frank Chenot, Bruno Radermacher, Ignace Schops, Laurent Taskin et Corentin Vuylsteke

Merci également à Mireille Begon pour sa précieuse relecture.