

NOUVELLE RUBRIQUE DANS VOTRE NOUVELLE GAZETTE

Charleroi, terre d'entreprises

Une nouvelle rubrique bimensuelle, les lundis, en collaboration avec B4C et Co-Station Charleroi

© D.R.

Connu comme le Pays noir, la ville est dorénavant le terrain de nombreuses entreprises et start-up novatrices. Les jeunes Carolos se lancent, créent des concepts, mettent en pratique leurs idées. Les grands entrepreneurs s'y installent et y investissent. Charleroi fourmille, Charleroi se développe, Charleroi se réinvente.

La Nouvelle Gazette — installée au cœur de la ville et se positionnant comme le relais de l'information carolo — ne pouvait manquer une telle mutation. Dans cette optique, l'équipe rédactionnelle a donc décidé de lancer une nouvelle rubrique : « Charleroi, terre d'entreprises ». Toutes les deux semaines, dans votre édition du lundi, vous

pourrez ainsi retrouver une thématique que nous aurons choisie avec soin. Un concept original, la découverte d'une entreprise méconnue, la croissance d'une société, la mutation d'une autre... nous suivrons de près l'actualité dans le monde de l'entrepreneuriat. Cette rubrique est lancée en partenariat avec le B4C et Co-Station

Charleroi. **> B4C (Business For Charleroi)** est un club d'entrepreneurs créé en 2007 et regroupant plus de 300 patrons d'entreprises de la région de Charleroi. Il a pour mission de promouvoir et renforcer l'attractivité de la métropole. C'est donc tout naturellement qu'il s'associe à la Nouvelle Gazette pour mettre en avant les entrepreneurs, les indépendants, les patrons de petites et moyennes entreprises, les acteurs culturels... qui participent au développement économique de la région mais aussi à l'image positive de Charleroi.

Les membres de B4C ont pour particularité d'être étroitement liés à la ville. Ils y ont créé leur entreprise ou ils y ont élu domicile et ont pour souhait commun de voir leur ville grandir en créant de l'emploi, en imaginant des projets, en les mettant en place, en étant... entreprenant ! **> Co-Station Charleroi** est un projet porté par Sambrinvest dans le cadre de la constitution, avec le soutien de la Delivery Unit de Catch, d'un écosystème Créatif & Digital à la ville basse de Charleroi. Co-Station Charleroi est tout d'abord un lieu physique, 1.800 m² de bureaux par-

tagés installés actuellement dans deux bâtiments du quai Paul Verlaine. 15 entreprises (startup, agences, sociétés de service) ou départements d'entreprises s'y sont jusqu'ici installés, totalisant quelque 150 personnes. Avec l'aide de Sambrinvest et de Digital Attraxion, ainsi que de nombreux partenaires locaux, régionaux et nationaux, la volonté est de mettre en place les meilleures conditions à la croissance et à la réussite de ces entreprises hébergées. Le projet Co-Station Charleroi vise également à accélérer la digitalisation des entreprises tradi-

tionnelles via des événements, des formations et des collaborations entre start-up et entreprises, grandes ou petites. Via cette nouvelle rubrique, Co-Station Charleroi espère, avec B4C et la Nouvelle Gazette, contribuer à une meilleure visibilité des initiatives positives et des entreprises inspirantes qui feront le futur économique de notre région pour notamment permettre, et c'est une de nos premières priorités, la création de nombreux emplois locaux. ●

L'ÉQUIPE DE LA NOUVELLE GAZETTE DE CHARLEROI AVEC B4C ET CO-STATION

CHARLEROI - ANNIVERSAIRE

En dix ans, BeOne est devenu un « courtier en nouvelles technologies »



BeOne Group, basé à l'avenue Mascaux à Marcinelle, n'est certainement pas l'entreprise la plus connue de la région. Pourtant, grâce à une formule audacieuse, la boîte lancée par Pierre Garcia et son épouse Jessica Dombier connaît un succès fulgurant depuis ses débuts, il y a dix ans. BeOne a d'ailleurs marqué le coup pour son 10^e anniversaire lors d'une grande et belle soirée au Rockerill avec tout son personnel. « Une franche réussite avec près de 230 personnes », se félicite le jeune patron, 34 ans à peine. « BeOne a une double signification. La première, c'est que notre équipe ne forme qu'un. Et la deuxième, c'est que nous voulons être les premiers », sourit-il.

PARTI DE RIEN

Le parcours de ce Carolo est plutôt atypique. « J'ai démarré à 19 ans comme vendeur dans un magasin Mobistar sur la route de Philippe-

ville. » Pierre Garcia a gravi les échelons rapidement et l'opportunité de reprendre un magasin franchisé s'est présentée à lui. Nous étions alors en 2009 : le début de BeOne. « Nous avons commencé seuls mais rapidement, nous avons eu besoin d'aide », explique-t-il. L'année suivante, son entreprise employait déjà 15 personnes.

Pourtant, ses revenus dans la téléphonie étaient en baisse suite à l'entrée en vigueur d'une nouvelle loi en 2011-2012. « Nous avons alors décidé de créer notre propre centrale téléphonique avant de la commercialiser. Tout ça alors qu'un opérateur historique avait le monopole du marché avec des prix bien plus élevés. Nous nous sommes ainsi positionnés dans ce secteur avec la possibilité pour les entreprises de diminuer leurs coûts », dit-il. Mais aussi avec un accompagnement personnalisé. « Nous travaillons sur deux axes : l'image de l'entreprise avec des messages d'accueil au téléphone efficaces, mais aussi la joignabilité, avec un appel redirigé vers un autre service si personne ne décroche. Environ 45 % des entreprises ne décrochent pas et

perdent potentiellement des clients », avance Pierre Garcia. En plus de sa centrale téléphonique, BeOne a développé de nouvelles lignes de produits pour ses clients : téléphonie mobile, impression et imagerie numérique, terminaux de paiement, plateforme SMS... En fait, c'est en quelque sorte une

formule simplifiée pour une PME, avec une offre clé en main, plutôt que de devoir contacter et comparer les offres des différents opérateurs pour toutes les gammes de produits. « Nous réalisons un audit avant de proposer notre offre, dans l'esprit d'un accompagnement à long terme. Notre boîte est sérieuse mais familiale. Nous ne sommes pas là pour refourguer

notre produit et puis ne plus suivre nos clients comme peuvent le faire certains commerciaux. »

« PAS QU'UNE BOÎTE DE TÉLÉCOMS »

En fait, le Carolo compare un peu sa profession à celle d'un courtier en assurance. « Si je dois analyser toutes mes assurances moi-même, je ne m'en sors pas. J'aime nous décrire comme des courtiers en nouvelles technologies. Nous devons casser cette image historique de boîte de télécoms, nous proposons bien plus », ré-

sime-t-il.

Et visiblement, ça marche plutôt bien pour cette boîte qui compte 2.300 clients Orange et 27 collaborateurs en Belgique. Avec des perspectives à long terme prometteuses : « Nous sommes un peu à l'étroit dans nos bureaux, nous allons sans doute construire un nouvel espace. Nous aimerions lancer, sans doute sous la forme de franchises, de nouveaux bureaux à Bruxelles, Mons ou encore Namur, pour dupliquer notre modèle. » L'entreprise lancée par le jeune vendeur de la chaussée de Philippeville semble avoir de beaux jours devant elle. ●

FRANÇOIS DEHUT



À 34 ans, Pierre Garcia fête déjà les dix ans de sa boîte ! © K.F.