

Trends

GAZELLEN 2020

WALLONIË

EASI AMBASSADEUR GROTE BEDRIJVEN



AFELIO
MIDDELGROTE BEDRIJVEN



WIKIPOWER
KLEINE BEDRIJVEN

AMBASSADEUR GROTE BEDRIJVEN: **EASI**

MENSELIJK BEDRIJF

Het IT-bedrijf uit Nijvel heeft een sterke positie op de Belgische markt. Het wil nu zijn vleugels uitslaan op internationaal niveau. Daarvoor baseert het zich op zijn belangrijkste kapitaal: mensen.

GUY VAN DEN NOORTGATE



JEAN-FRANCOIS HERREMANS EN THOMAS VAN EECKHOUT
“Ons doel voor 2025 is het aantal medewerkers te verdubbelen en actief te zijn in nieuwe landen.”

EASI, een computerbedrijf dat in 1999 is opgericht door Salvatore Curaba, is in de eerste plaats een verhaal van mensen. Zij houden het bedrijf in

leven en groeien in een snel tempo. Dat heeft het bedrijf een plaats opgeleverd aan de top van onze ranking van de Waalse Gazellen. Het bedrijf uit Nijvel heeft de jongste tijd een solide groei

van ongeveer 15 procent per jaar laten zien. In 2018 bedroeg de omzet 34 miljoen euro, tegenover ongeveer 20 miljoen in 2014. Er werken 275 mensen – er zijn ongeveer twintig mensen aangeworven tijdens de gezondheidscrisis. In België zijn de medewerkers naast het hoofdkantoor in Nijvel verspreid over vier locaties: Gent, Leuven, Genk en Luik. Daarnaast is onze Ambassadeur ook aanwezig in Nederland, het Groothertogdom Luxemburg en Parijs. EASI verwacht de komende jaren uit te breiden. “Dat is een van onze belangrijkste uitdagingen”, zeggen Jean-François Herremans en Thomas Van Eeckhout, die aan het roer staan van EASI. “De andere is onze rekrutering voort te zetten en de juiste mensen te vinden.”

Maatwerk

EASI ontwikkelt en verdeelt managementoplossingen, zoals de boekhoudmanagementsoftware Adfinity, en SmartSales, een toepassing voor vertegenwoordigers en verkoopteams. Daarnaast biedt het ook cloudoplossingen. “Onze oplossingen zijn standaard”, zegt Jean-François Herremans, “maar met een hoge mate van maatwerk. Ze zijn aanpasbaar aan de omgeving en de beperkingen van de klant en kunnen worden geïntegreerd met hun oplossingen.”

De sterke groei die EASI de afgelopen jaren heeft doorgemaakt, maakt volgens de CEO deel uit van het DNA van het bedrijf: “We hebben een mentaliteit ontwikkeld waarin we altijd streven naar een hoger niveau, voortdurend op zoek zijn naar nieuwe mogelijkheden en ons richten op grote potentiële klanten. Ons doel voor 2025 is het aantal medewerkers te verdubbelen en actief te zijn in nieuwe landen.”

Naast kantoren in Nederland en Luxemburg heeft EASI een belang verworven in het Zwitserse bedrijf Soluware, dat zijn Adfinity- en SmartSales-software verdeelt. “Het doel is

dat bedrijf te ontwikkelen zodat het onze producten kan promoten. Uiteindelijk willen we dat model in andere landen kopiëren”, voegt hij eraan toe. “We hebben onlangs de Canadese markt geprospecteerd.”

EASI blijft ook zijn positie op de Belgische markt versterken. Het kondigde begin mei de overname aan van het Mechelse bedrijf ICT Architect, dat vijf medewerkers in dienst heeft. “Het bedrijf is gespecialiseerd in complexe telecommunicatieprojecten voor klanten als Skeyes, SES en Continental”, legt Thomas Van Eeckhout uit. “Die nichekennis is bijzonder waardevol voor ons. Dataconnectiviteit is cruciaal geworden voor elk bedrijf, en de evolu-

luk van mijn medewerkers is altijd mijn prioriteit geweest”, zegt oprichter Salvatore Curaba. “Ik ben ervan overtuigd dat het succes van een bedrijf te danken is aan het welzijn van de medewerkers. Een gelukkige werknemer werkt beter, is loyaal, innovatief en wordt niet vaak ziek.” Het was dan ook geen verrassing dat EASI in maart voor de zesde keer op rij werd verkozen tot Beste Werkgever van België in de categorie van bedrijven met minder dan 500 werknemers. Tijdens de prijsuitreiking, gehouden door het Great Place to Work Institute in samenwerking met de Vlerick Business School, herinnerde Thomas Van Eeckhout het publiek aan het belang

transparantie. Dat maakt het niet alleen gemakkelijker om bepaalde projecten op te volgen als iemand ziek wordt, maar het blijkt ook een troost te zijn voor de medewerkers. Ze weten dat we hen dagelijks op de hoogte houden en dat we hen ook regelmatig advies geven over hoe ze het groepsgevoel kunnen bevorderen”, voegt de CEO toe. “Het belang van goede en transparante communicatie is niet te onderschatten. Het zorgt voor rust in tijden van onzekerheid.” Wat ook bijdraagt aan dat gevoel is de mogelijkheid voor werknemers om aandeelhouder te worden van hun bedrijf. “Dat heeft een positief effect”, zegt Herremans. “Medewerkers werken echt voor hun bedrijf en zijn de drijvende kracht achter het bedrijf. Het is een vorm van erkenning, vooral omdat zij verantwoordelijk zijn voor onze groei en ons succes. Zonder dat menselijke kapitaal zijn we niets.”

Onderneming van het Jaar

Eind vorig jaar verleidde die participatieve managementmethode de jury van de Franstalige Onderneming van het Jaar, een evenement georganiseerd door EY, BNP Paribas Fortis en L’Echo. Easi kreeg de trofee uitgereikt ter gelegenheid van zijn twintigste verjaardag. Ten slotte heeft EASI in mei het label Best Managed Companies opnieuw gekregen. Dat programma werd in 2017 gelanceerd door Deloitte Private in samenwerking met Econopolis en heeft als doel advies en erkenning te geven aan Belgische privé-ondernemingen die uitstekende resultaten behalen. Dit is het derde achtereenvolgende jaar dat EASI op die manier wordt geëerd. “Het behoud van dat kwaliteitslabel is een erkenning van onze veerkracht, organisatorische wendbaarheid en sterke teamgeest. We zijn vastbesloten de hoogste prestatienormen te blijven halen en zelfs tijdens deze onzekerheid te blijven flo- reren”, besluit Jean-François Herremans. ©

“Een gelukkige werknemer werkt beter, is loyaal, innovatief en wordt niet vaak ziek”

34

MILJOEN

euro bedroeg de omzet in 2018, tegenover ongeveer 20 miljoen in 2014.

275

MENSEN

werken bij EASI.

tie naar cloud computing heeft dat belang alleen maar versterkt. Dat aspect wordt te vaak verwaarloosd omdat het heel complex is. Dankzij deze nieuwe samenwerking kan EASI zich als expert positioneren en de beste telecommunicatieconfiguratie voor elke klant aanbieden.”

Beste werkgever

Met de overname bevestigt EASI zijn streven naar groei. Die groei is het resultaat van het werk van de medewerkers van EASI, die genieten van een piekfijne werkomgeving. “Het ge-

van een vertrouwenscultuur en een gevoel van samenhang: “Positiviteit is een van onze fundamentele waarden. Hoewel al onze medewerkers op dit moment van thuis moeten werken, zien we dat iedereen er alles aan doet om onze klanten en teams zo constructief mogelijk te laten werken. Daarnaast stellen we vanaf het begin vertrouwen in onze medewerkers. De kracht die van zo’n positieve groep uitgaat is enorm. Niemand wil het vertrouwen dat in hen is gesteld verraden.”

EASI werkt ook al vele jaren aan

AMBASSADEUR MIDDELGROTE BEDRIJVEN: **AFELIO**

FOCUS OP GEBRUIKERSERVARING

Afelio is de softwarefabriek van de NRB-groep. Het ontwerpt, ontwikkelt en implementeert web- en mobiele applicaties met een hoge toegevoegde waarde. Het bedrijf wordt gedreven door de gebruikerservaring. GUY VAN DEN NOORTGATE

Vorig jaar viel de NRB-groep al in de prijzen met Civadis, dat de titel van Ambassadeur bij de grote bedrijven voor de provincie Namen in de wacht sleepte. Nu staat de NRB-groep opnieuw in de schijnwerpers met een ander filiaal, ditmaal in Luik. Dit jaar krijgt Afelio de titel van Waalse Ambassadeur van de Trends Gazellen, nadat het bedrijf ook al de titel voor de provincie Luik had gewonnen.

Die prestatie is des te opmerkelijker omdat het bedrijf nog geen tien jaar bestaat. Het bedrijf heeft vanaf het begin op een grote groep vertrouwd. Dat heeft in grote mate bijgedragen aan de versnelling van de groei. Maar de verdienste is in de eerste plaats toe te schrijven aan de werknemers van het bedrijf. Bij de lancering van Afelio in de zomer van 2013 waren er twee medewerkers. Nu zijn er dat zo'n honderd, en een dertigtal freelancers. De groei heeft de stijgende werkgelegenheidscurve gevolgd, met een omzet die tussen 2014 en 2019 meer dan vervijfvoudigd is, van 1,8 miljoen euro tot iets meer dan 10 miljoen euro.

Wendbaar en dynamisch

“Het was van meet af aan onze wens samen te werken met een grote industriële speler in de IT-sector”, zegt Oli-

vier Lallemand, een van de oprichters en de CEO van Afelio. “Dat was om twee redenen: enerzijds kunnen we profiteren van de verkoopkanalen van de NRB-groep en anderzijds kunnen



we de rol spelen van een kleine, wendbare en dynamische structuur in de groep.”

Afelio is een volledige dochteronderneming van NRB en maakt een solide

groei door van ongeveer 15 procent op jaarbasis. “We zijn vooral actief in b2b”, vervolgt Olivier Lallemand. “Afelio ontwikkelt oplossingen en toepassingen die de gebruikerservaring centraal plaatsen. We streven naar een combinatie van kwaliteit, efficiëntie en wendbaarheid. We bieden digitale oplossingen aan, die we ontwikkelen op maat van de behoeften van onze klanten.”

Een van de eerste grote contracten die het in 2015 binnenhaalde, was de ontwikkeling van digitale oplossingen voor Sofico (Société de financement complémentaire des infrastructures), een Waalse openbare instelling die het verkeersnetwerk beheert voor het Waalse Gewest. De uitdaging was om Sofico als tolheffende instantie uit te rusten met een digitale oplossing in afwachting van de inwerkingtreding van de kilometerheffing voor vrachtwagens op 1 april 2016. Met die oplossing, STARK genaamd, kon Sofico zijn verplichtingen met betrekking tot de invoering van de kilometerheffing nakomen. Het platform is schaalbaar en bestaat uit verschillende modules.

Dicht bij de klant

Daarnaast heeft Afelio voor een van de vestigingen van Total een mobiele applicatie ontwikkeld om papieren



OLIVIER LALLEMAND
“We gebruiken een aanpak die is gebaseerd op de nabijheid van de klanten.”

afschriften te vervangen door data-codering op smartphones. “Dat is een goed voorbeeld van onze gebruikerservaringsgerichte aanpak”, legt Olivier Lallemand uit. “We hebben een operator vergezeld en geobserveerd en geanalyseerd hoe hij te werk ging, ook de omgeving waarin hij opereerde en de beperkingen ervan. Op basis van die observaties hebben we een nieuwe aanpak voorgesteld en de oplossing ontwikkeld die het best aan de behoeften van de gebruiker voldoet.”

Gebruikerservaring is de kwaliteit van de ervaring in elke situatie, zowel voor het gebruik van een interface, een apparaat of een dienst. Dat is een van de sterke punten van deze Luikse Ambassadeur. Maar dat is niet het

enige. Daar kunnen we ook wendbaarheid, ontwerpdiensten, technologische expertise en de MVP-aanpak (*minimal viable product*) aan toevoegen. Dat zijn slechts enkele van de ingrediënten die deel uitmaken van Afe-

“Het was van meet af aan onze wens samen te werken met een grote industriële speler in de IT-sector”

lio's succesrecept, dat al meer dan vijftig klanten heeft gewonnen.

Naast Sofico en Total heeft Afelio al enkele mooie referenties, zoals de

thuiszorgcentrale CSD, Ethias, Engie, ISS, Intradel, de Waalse overheid en het Europees Parlement. In zeven jaar is het kleine bedrijf gegroeid en heeft het zich gevestigd op de Belgische, Franse en Luxemburgse markt. Dat is volgens Olivier Lallemand vooral te danken aan het feit dat het “een andere aanpak gebruikt die is gebaseerd op de nabijheid van de klanten. Daardoor hebben we onze plaats op de markt kunnen innemen en deze groei kunnen neerzetten.”

Dit jaar wil Afelio in hetzelfde tempo doorgaan en een tweecijferige groei laten zien. Al is het wat vroeg om de impact van de gezondheidscrisis op de balans van het jaar te zien, toch heeft het Luikse bedrijf zijn wendbaarheid bewezen. Sinds het begin van de lockdown werken alle medewerkers van thuis en blijven ze diensten en oplossingen leveren aan hun klanten.

Op zoek naar medewerkers

Afelio is een IT-bedrijf, en is dus beter in staat doeltreffend te reageren op de uitdagingen van de gezondheidscrisis voor bedrijven. De Gazelle heeft ook bewezen dat het zelfs in moeilijke tijden perfect in staat is het groeitempo aan te houden. Het bedrijf is altijd op zoek naar medewerkers – er staan verschillende vacatures op de website – om zich zo goed mogelijk voor te bereiden op de terugkeer naar een normale situatie en om aan de toekomstige groei-doelstellingen te voldoen. Die doelstellingen zijn dezelfde als die van de NRB-groep. Dat vertelde de CEO van NRB, Pascal Laffineur, ons eind 2018, toen hij het industriële plan van de groep uitwerkte. Hij mikt op een verdubbeling van de omzet en het personeel in vijf jaar. Afelio zal daar ongetwijfeld aan bijdragen en nog vele jaren blijven galopperen aan de top van onze ranglijst. ©

AMBASSADEUR KLEINE BEDRIJVEN: **WIKIPOWER**

SOLIDAIRE ENERGIE

Wikipower is actief in groepsaankopen van energie, brandstoffen en duurzame technologieën. Het heeft ook een elektronische vergelijker van energietarieven voor Belgische gezinnen gelanceerd. GUY VAN DEN NOORTGATE



MAXIME BEGUIN
"2020 zou weer een jaar van groei moeten zijn, ondanks de economische donkere tijden."

10

JAAR
bestaat Wikipower
volgend jaar.

1,6

MILJOEN
euro bedroeg de
brutomarge in 2018,
tegenover ongeveer
50.000 euro in 2014.

Zich aanpassen aan een veranderende omgeving is een van de kwaliteiten van de Trends Gazellen. Wikipower is daar het bewijs van. Het bedrijf heeft in deze gezondheidscrisis blij gegeven van flexibiliteit, snelheid en solidariteit. Op 1 april lanceerde het Luikse bedrijf een solidariteitsactie, #wikisolidarity genoemd, om het Rode Kruis in de strijd tegen covid-19 te steunen. Voor elke registratie voor zijn groepsaankoop van energie heeft het bedrijf een euro aan de organisatie gedoneerd. Die actie was gratis voor de deelnemende huishoudens en gaf hen toegang tot een promotieaanbod van energiecontracten. Ook zijn prijsvergelijkingsdienst was een deel van de campagne. Bij de afsluiting op 26 april heeft Wikipower 23.092 euro gedoneerd aan het Belgische Rode Kruis, 3000 euro meer dan het minimumdoel. Dankzij die donaties heeft de vereniging haar teams ter plaatse tijdens de pandemie beter kunnen uitrusten. Dankzij dat eerste succes is Maxime Beguin, de CEO van Wikipower, van plan een nieuw model te ontwikkelen om de verenigingswereld te ondersteunen.

Maatschappelijke benadering

"Solidariteit is altijd een belangrijke waarde van Wikipower geweest. Het is de essentie van groepsaankopen", legt Beguin uit. "We denken al een tijdje na over hoe we onze activiteiten kunnen koppelen aan steun voor ngo's. Toen de gezondheidscrisis toesloeg, besloten we ervoor te gaan en de gezondheidswerkers te helpen bij de bestrijding van het virus. Gezien het succes van het initiatief zijn we ervan overtuigd dat we een maatschappelijke benadering van onze manier van werken kunnen integreren. Het lijkt geen twijfel dat Wikipower in de nabije toekomst an-

dere solidariteitscampagnes zal aankondigen."

De recente actie is niet de eerste van deze Trends Gazelle. In het verleden heeft het bedrijf al samengewerkt met Greenpeace en het Rode Kruis. Het overweegt dat model over te nemen en het op een meer regelmatige basis toe te passen. Het principe is dat voor elke gratis inschrijving op een groepsaankoop, Wikipower zich verbindt tot de betaling van een vast bedrag aan een goed doel. "Dat model heeft twee voordelen", vervolgt de CEO. "Ten eerste kan de liefdadigheidsinstelling geld inzamelen zonder de organisatie ervan te moeten beheren, en ten tweede vereist het geen uitgaven voor de consumenten die deelnemen. Daarom lanceren we een oproep voor projecten van Belgische ngo's en, meer algemeen, van de verenigingswereld. Op die manier hopen we een impact te hebben op maatschappelijke zaken, zoals de volksgezondheid, de strijd voor het klimaat of de verdediging van de mensenrechten." Verenigingen die een nieuw solidariteitsproject met Wikipower willen opzetten, kunnen contact opnemen met het bedrijf.

Naast die actie bleef Wikipower actief tijdens de lockdown. Zo heeft het de lancering van een nieuw vergelijkingspunt voor telecommunicatie (internet, televisie, gsm en vaste lijn) in juli verfijnd. Bovendien heeft het een samenwerkingsovereenkomst gesloten met een Belgisch-Luxemburgse IT-groep om zijn technische ontwikkeling te versnellen en zijn activiteiten op nieuwe markten te lanceren. De eerste landen in het vizier zijn Frankrijk, Spanje en Italië. En nu de economie langzaam herstelt, blijft het bedrijf nieuwe werknemers aanwerven. Het zal in de loop van deze maand vijf nieuwe medewerkers in dienst nemen. Tot slot heeft Wikipower in april een nieuw record gevestigd in het aantal huishoudens dat gebruikmaakt van

zijn prijsvergelijker om van leverancier te veranderen. "Dat waren er bijna 6500 terwijl we in het midden van de covid-19-crisis zaten. 2020 zou weer een jaar van groei moeten zijn, ondanks de economische donkere tijden", voegt Maxime Beguin toe.

Op kruissnelheid

Volgend jaar viert Wikipower zijn tiende verjaardag. Het werd in 2011 gelanceerd, in het kielzog van de liberalisering van de energiemarkt, met één

een dertigtal werknemers, waar nog eens ruim twintig studenten bij komen tijdens de drukke periodes. Naast Maxime Beguin, de CEO van Wikipower, staan Quentin Gonay, Jérémy Wolf en Antoine Dumont. Alle drie bezitten ze aandelen van het bedrijf.

Wikipower is in een korte tijd fors gegroeid. Die groei is niet altijd even gemakkelijk te beheren geweest. "In 2017, toen we een nieuwe energieprijvergelijker lanceerden, gingen we van 10 naar 18 mensen. Dat was heftig",

"In 2019 hielpen we 60.000 huishoudens in België van leverancier te veranderen. Dat betekende een besparing van 14 miljoen euro"

idee: een groot aantal huishoudens samenbrengen om vervolgens voordelige tarieven te onderhandelen met de leveranciers. Aan die activiteit werd een prijsvergelijker toegevoegd, die sindsdien steeds belangrijker is geworden. Op papier is het principe eenvoudig, maar de huishoudens moeten nog altijd worden gecontacteerd en samengebracht. "We hebben een digitaal platform gecreëerd dat we in de loop der jaren hebben verbeterd", zegt Maxime Beguin. "Toen Wikipower eind 2011 werd gelanceerd, hadden we een eerste groepsaankoop van 2700 huishoudens die door Lampiris werd gewonnen. Het was een succes. In januari 2012 hebben we geprofiteerd van de media-aandacht en konden we in een paar uur tijd meer dan 1000 mensen laten inschrijven voor een actie. Vervolgens werkten we aan projecten met verenigingen en groepen zoals La Ligue des Familles en Greenpeace, maar ook met gemeenten zoals Seraing." Op dat moment had het bedrijf twee werknemers tot in 2014. Het had een brutomarge van ongeveer 50.000 euro tegenover 1,6 miljoen euro in 2018. Het bedrijf telt

zegt Beguin. Nu heeft de Luikse Ambassadeur zijn kruissnelheid bereikt. En die blijft snel, zoals de cijfers laten zien. "In 2019 hielpen we 60.000 huishoudens in België van leverancier te veranderen. Dat betekende een besparing van 14 miljoen euro", benadrukt Maxime Beguin. "Sinds de lancering van Wikipower zijn er bij onze groepsaankopen meer dan 200.000 huishoudens betrokken geweest."

Voor haar toekomstige ontwikkeling vertrouwt het bedrijf, naast de groepsaankopen, sterk op zijn prijsvergelijker (www.energie-vergelijker.be), die vorig jaar als eerste Belgische vergelijker de nieuwe certificering van de CREG heeft verkregen. Wikipower wil de vergelijker in andere Europese landen gebruiken, en niet alleen in de energie- en telecommunicatiesector. Daarnaast is Wikipower van plan de partnerschappen met steden te verhogen voor gegroepeerde aankopen van elektriciteit, gas, duurzame technologieën, telecommunicatie, enzovoort. Tot slot is de scale-up klaar om media- en IT-partners te verwelkomen om zijn groei voort te zetten. ©