

# gazelles



SPÉCIAL GAZELLES

# BRUXELLES

*Le classement des 100 entreprises  
les plus performantes de la région*

UNE INITIATIVE DE



AVEC LE SOUTIEN DE



**BNP PARIBAS**  
FORTIS



REMERCIEMENTS À



LAURÉATE POUR LES GRANDES ENTREPRISES : GILLION CONSTRUCT

# Centenaire en pleine forme

*Après une réflexion stratégique menée en 2013, la famille d'entrepreneurs Gillion décide de s'ouvrir au marché privé, alors que la société de construction bruxelloise s'était jusque-là toujours concentrée sur le public.* DIRK VAN THUYNE

**L**a gazelle évoque l'image d'un animal élégant et rapide qui parcourt la savane en faisant des bonds gracieux. Le dynamisme n'a pas d'âge, comme le prouve l'entreprise bruxelloise de construction Gillion Construct qui, l'année même de son 100<sup>e</sup> anniversaire, décroche le trophée des Ambassadeurs Trends Gazelles.

Pendant des décennies, Gillion Construct a opéré principalement en tant qu'entrepreneur de classe huit (*la plus haute catégorie avec des projets d'une valeur de 5,33 millions d'euros et plus, Ndlr*) dans le segment du marché public. L'entreprise familiale a énormément contribué au prestige architectural de Bruxelles. Songez au Résidence Palace, à l'hôtel Plaza mais aussi à l'immeuble emblématique de style Art déco de l'Institut national de la radio (INR) de la plage Flagey à Ixelles.

Mais du fait de l'ouverture du marché européen notamment, la concurrence dans le segment des grands chantiers publics s'est intensifiée. En 2013, la direction de Gillion Construct a donc redéfini sa stratégie. «Nous sommes assez vite arrivés à la conclusion que pour survivre, il devenait urgent d'accroître notre échelle. Nous avons donc changé notre fusil d'épaule et nous sommes lancés sur le marché privé, explique Xavier Radelet, directeur général de Gillion Construct. Nous avons également élargi notre rayon d'action. Par exemple, nous gérons actuellement des chantiers à Andenne et à Brugelette où nous réalisons 'Wilderness', le nouveau projet du jardin zoologique Pairi Daiza.»

## Pionnier écologique

L'entreprise a embauché une trentaine de personnes et revu sa structure organisationnelle. «La conquête du marché privé s'est déroulée assez facilement. Les nouveaux clients ont directement fait confiance à notre entreprise familiale ancrée à Bruxelles», confie Xavier Radelet. Un changement de stratégie qui, en tout cas, a eu un impact direct sur le chiffre d'affaires. Celui-ci a doublé, passant de 16 millions à 38 millions d'euros entre 2013 et 2017, dont la moitié pour des chantiers privés.



**RODRIGUE GILLION, AMAURY DE MÉRODE, XAVIER RADELET**  
«La conquête du marché privé s'est faite assez facilement. Les nouveaux clients ont fait directement confiance à notre entreprise familiale ancrée à Bruxelles.»

Mais les changements récents qu'a connus tout le secteur de la construction ont également influencé la société. Priorité est en effet aujourd'hui donnée aux performances énergétiques et au réemploi des matériaux. «Dans le domaine des techniques de construction écologique, Gillion Construct fait figure de pionnier, clame Xavier Radelet. Nous comptons déjà plusieurs années d'expérience pour

ce qui est des technologies innovantes dans le domaine des bâtiments passifs et basse énergie. Ceci parce qu'en imposant toute une série de normes écologiques il y a plusieurs années, la Région de Bruxelles-Capitale a pris les devants.»

Reste un petit souci, celui de la pénurie de main-d'œuvre, qui devient problématique. Confirmation avec Xavier Radelet. «la guerre des talents fait rage dans notre secteur. Malgré cela, nous restons fidèles à notre philosophie qui consiste à travailler le plus possible avec nos propres équipes.»

## Famille préservée

René Gillion avait jeté les fondations de l'entreprise familiale il y a 100 ans très exactement. Au départ, l'entreprise était spécialisée dans les constructions en béton armé. Dix ans plus tard, son fils Fernand prenait la relève. Il stimulait la croissance de l'entreprise et créait une filiale au Congo. Après la Seconde Guerre mondiale, c'est la troisième génération qui élargissait encore le spectre des activités: Gillion Construct se lançait dans les travaux publics comme la construction de routes et le génie civil, bâtissait des hôpitaux, des bureaux, des usines, des stations de métro, etc.

Aujourd'hui, l'entreprise familiale est dirigée par la quatrième génération, composée de trois neveux: Philippe et Rodrigue Gillion, et Amaury de Mérode. «Tous trois sont très impliqués dans la direction de l'entreprise, précise Xavier Radelet. Ils se réunissent au moins une fois par semaine. La question de la succession ne se pose pas encore. Mais une chose est sûre: le but est de préserver coûte que coûte le caractère familial de l'entreprise. Vu la solidité des actionnaires, le financement de la croissance ne pose aucun problème.» ©



DIETER TELEMANS

# Innover sur un marché mature

*Privilégiant qualité et durabilité, Jean Chabert a su se développer, avec sa start-up Stanley & Stella, dans le segment des vêtements imprimés.* DIRK VAN THUYNE

Jean Chabert n'en était pas à son coup d'essai lorsqu'il a porté Stanley & Stella sur les fonts baptismaux en 2012. Sa nouvelle (et quatrième) start-up cherche alors à s'imposer sur le marché des teeshirts imprimés. Le nom de la société s'inspire des deux personnages principaux de la pièce *Un Tramway nommé Désir*, signée Tennessee Williams. «Les entreprises et les organisateurs d'événements sont nombreux à investir dans les teeshirts imprimés, les sweats avec et sans capuche, mais 60 à 70% de ces vêtements ne sont jamais portés, explique Jean Chabert. Pour éviter pareil gaspillage, nous avons cherché à innover dans ce segment de marché très spécifique. Pour commencer, en offrant une meilleure qualité, notamment des matières premières et de la coupe. Ensuite en privilégiant la durabilité».

## Pionnier du coton biologique

La durabilité n'est en effet pas un vain mot chez Stanley & Stella qui se profile en fournisseur d'authentiques vêtements socialement responsables, avec une production éthique et respectueuse de l'environnement. Modeste sur le marché international, l'entreprise met toutefois un point d'honneur à respecter scrupuleusement ses engagements. «Nous optons résolument pour le coton biologique, ce qui fait de nous le septième acteur le plus important du monde, dit Jean Chabert pour illustrer ses propos. L'aspect social est tout aussi important. La production s'effectue au Bangladesh et en Chine, mais nous travaillons délibérément avec un nombre limité de fournisseurs, afin de faciliter le contrôle des

conditions de travail sur place.» Même si la production se fait en Asie, Stanley & Stella collabore également avec plusieurs entreprises européennes qui assurent l'impression et la finition. «Je fais souvent la comparaison avec une pizza. La pâte vient d'Asie mais les ingrédients sont ajoutés près de chez nous, en fonction des souhaits du client.

Ce concept a l'avantage de pouvoir livrer assez rapidement car les produits de base sont toujours de stock chez un de nos partenaires. La finition ne prend en principe pas plus d'une semaine. Les clients qui traitent directement avec un fabricant en Asie doivent parfois attendre leur commande plusieurs mois.»

Malgré des débuts relativement difficiles, Stanley & Stella a su, à force de persévérance, faire passer son message et le client est aujourd'hui disposé à payer un peu plus cher en échange d'un produit durable de meilleure qualité. L'an dernier, les 90 collaborateurs de Stanley & Stella ont réalisé un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros, dont 93% à l'étranger.

Les clients sont des agences de publicité, des bureaux organisateurs d'événements mais aussi des marques connues et moins connues. Jean Chabert préfère ne pas citer de nom. Le développement du réseau de distributeurs est une de ses priorités. «Nous sommes actifs dans une dizaine de pays qui comptent quelque 120.000 vendeurs potentiels. Nous nous montrons particulièrement sélectifs dans le choix de nos partenaires. Ils doivent adhérer à notre concept à 100%.»

Stanley & Stella fait aujourd'hui figure d'exemple de *B to B*. Il y a deux ans, Jean



DIETER TELEMANS



## JEAN CHABERT

**« Nous travaillons délibérément avec un nombre limité de fournisseurs, question de faciliter le contrôle des conditions de travail sur place. »**

Chabert s'est lancé dans l'aventure d'un premier magasin. Il a jeté son dévolu sur une grande maison à Anvers, sur le Graanmarkt. «Le magasin a fermé, soupire-t-il. Nous avons commis des erreurs mais l'expérience s'est avérée enrichissante. Mieux encore, nous caressons toujours ce rêve. Ce ne sera pas un magasin classique mais plutôt un point de vente pop-up qui ouvrira à l'occasion de grands événements ou à la côte pendant les vacances.»

## Aucune dette

Sur le plan financier, le chef d'entreprise n'a en tout cas pas de soucis à se faire : «La société n'a pas de dettes et pour assurer son avenir, j'ai réussi à convaincre deux investisseurs industriels. Je contrôle toujours la majorité mais, à terme, une plus grande dilution n'est pas impossible. Seul compte le futur de Stanley & Stella.» ©

LAURÉATE POUR LES PETITES ENTREPRISES : 87SECONDS

# « Nous continuerons à fonctionner à notre guise »

*En l'espace de quelques années, la start-up 87seconds fondée en 2012 s'est muée en une solide PME d'une septantaine de collaborateurs. La société de production de « video content » a été acquise par l'agence française de marketing en ligne Datawords l'été dernier.* DIRK VAN THUYNE



**Q**uatre-vingt sept secondes. Tel est, selon les experts en communication, le temps que le consommateur est disposé à consacrer à un message. Thibaut Dehem l'a bien compris. A l'été 2012, il a créé sa propre agence de vidéocommunication avec l'aide de deux *business angels* qui ont apporté 40.000 euros de capital de départ.

La communication vidéo était alors à la veille d'un formidable boom et les fournisseurs spécialisés peu nombreux sur le marché. Pour leurs vidéos de communication interne et externe, les entreprises devaient s'adresser aux agences de publicité. « Thibaut a créé une plateforme conviviale sur laquelle le client pouvait lui-même introduire ses données

**PHILIP SWINNEN ET THIBAUT DEHEM**  
« Nos agences sont assez autonomes. Une nécessité vu les différences culturelles des pays concernés. »

numériques, ce qui rendait la production nettement moins chère, explique Philip Swinnen, *managing director* de 87seconds. Un réseau de collaborateurs créatifs et de techniciens produisait ensuite le film d'entreprise sur base d'un briefing approfondi. Nous avons ainsi évolué peu à peu vers une agence créative.»

La start-up visait dès le début les multinationales mais son portefeuille de clients comprend également des PME, des ONG, etc. «La diversité passionne nos collaborateurs, sans cesse confrontés à de nouveaux défis. La routine n'existe pas chez nous»,

clame Philip Swinnen qui a rejoint l'équipe six mois après le lancement de la start-up. La créativité est un des principaux atouts de 87seconds. Le cadre de travail se doit donc d'être inspirant. La toute jeune entreprise opère depuis ses débuts dans une ancienne salle de squash dans le quartier branché de la rue Antoine Dansaert.

## En route vers l'international

87seconds n'a pas tardé à franchir les frontières. Six mois après sa création, l'entreprise ouvrait sa première agence à Paris. «Nous n'avions pas de stratégie explicite en ce sens mais une opportunité s'est présentée. Nous avons rencontré une Française capable de promouvoir une filiale locale et nous avons saisi la balle au bond», se souvient Philip Swinnen. Cette initiative a fait tache d'huile: d'autres agences ont été inaugurées à Lyon, Genève, Amsterdam et Madrid. Détail important: l'entreprise a réalisé cette croissance spectaculaire sans le moindre financement extérieur. «Nos agences sont relativement autonomes, souligne Philip Swinnen. Une nécessité vu les différences culturelles des pays concernés. En termes de technologie, les Pays-Bas ont par exemple une nette longueur d'avance. Et la communication y est plus *out-of-the-box* comparé à la Belgique, où elle doit être politiquement correcte.»

L'entreprise a négocié un tournant important l'été dernier. «En tant que partenaire de multinationales, nous étions régulièrement invités à les suivre dans le monde entier. Nous nous sentions donc prêts pour l'étape suivante: la conquête des autres continents. Pour de faire, nous avons délibérément décidé de ne pas faire équipe avec une agence publicité, afin de ne pas perdre notre spécificité. Sous l'égide de Datawords (*présent notamment aux Etats-Unis, en Asie et dans les grands pays européens, Ndlr*), nous pouvons continuer à fonctionner à notre guise.» ©

## GRANDES ENTREPRISES

	CP	Nat.	CAA	CA%	CFA	CF%	PA	P%	TOT		
1	InBev Belgium	1070	B	6	41	2	2	9	119	179	Société holding et distribution de produits brassicoles (groupe AB InBev)
2	Ansell Healthcare Europe	1070	AU	13	18	32	39	41	37	180	Distribution de gants de protection pour la médecine et l'industrie (groupe Ansell)
3	Securitas Direct	1130	S	48	5	51	7	53	18	182	Protection de l'habitat (groupe Securitas)
4	Alten Belgium	1060	F	44	12	75	45	7	5	188	Société d'ingénierie et de conseil en technologies (groupe Alten)
5	Valipat	1060	B	47	4	69	53	57	7	237	Services administratifs en matière de brevets et de marques (groupe Valipat)
6	Derby	1160	GB	8	3	43	123	34	44	255	Société de paris en ligne (groupe Ladbroke)
7	BNP Paribas Lease Group	1082	F	121	100	20	19	24	2	286	Société de leasing (groupe BNP Paribas)
8	SPIE Belgium	1070	F	19	40	73	119	4	39	294	Entreprise d'installation (groupe SPIE)
9	Solvay Spec. Polymers	1120	B	21	15	40	166	46	16	304	Fabrication de thermoplastiques à hautes performances (groupe Solvay)
10	Google Belgium	1040	EU	63	6	77	71	95	17	329	Services et publicité en ligne
11	Delvaux Créateur	1040	CHN	29	2	37	56	134	79	337	Entreprise de maroquinerie de luxe (groupe Fung)
12	Bureau Van Dijk Elect. Publish.	1050	EU	126	92	46	14	22	40	340	Développement d'outils d'analyse financière (groupe Moody's Corporation)
13	Alpha Credit	1000	F	28	106	19	121	21	48	343	Crédit à la consommation (groupe BNP Paribas)
14	Bershka Belgique	1000	E	100	48	113	31	30	22	344	Magasins de vêtements pour femmes (groupe Inditex)
15	Etam Société Belge	1000	F	108	82	45	29	43	62	369	Boutiques de lingerie (groupe Etam Développement)
16	Hennes & Mauritz Logist.	1000	S	72	33	95	143	12	19	374	Services logistiques pour le groupe H&M
17	Gillion Construct	1190	B	62	7	88	88	75	61	381	Entreprise de construction
18	FCA Belgium	1160	It	12	39	35	70	114	115	385	Distribution de voitures automobiles (groupe Fiat Chrysler)
19	G4S Aviation Security	1020	GB	49	24	168	149	2	11	403	Entreprise de sécurité globale (groupe G4S)
20	Elba Leasehold	1000	S	98	22	15	13	116	145	409	The Hotel Brussels (groupe Pandox)
21	Alcodis	1170	B	9	13	48	40	203	100	413	Distribution d'éthanol (groupe AlcoGroup)
22	Catalent Belgium	1120	EU	42	11	38	67	94	171	423	Façonnier en médicaments injectables (groupe Catalent Pharma)
23	Atalian	1070	F	68	103	122	74	3	58	428	Facility management (groupe Atalian)
23	Decathlon Belgium	1130	F	16	57	103	221	1	30	428	Distribution d'articles de sport (groupe Mulliez)
25	Jules Belgique	1000	F	86	27	136	131	38	13	431	Magasins de vêtements pour hommes (groupe Jules)
26	Facq	1050	B	26	86	62	183	16	60	433	Distribution d'équipements pour salles de bains et chauffages
27	Hudson Belgium	1200	B	101	56	87	69	52	72	437	Société de conseil et de recrutement
28	Immoweb	1190	D	88	50	50	148	82	27	445	Services immobiliers en ligne (groupe Axel Springer)
29	Adneom	1060	F	64	9	206	141	18	8	446	Société conseil en TIC, business, management et ingénierie
30	Studiotech	1130	H	106	17	125	33	136	41	458	Société d'ingénierie audiovisuelle (groupe Holdtech Korlatolt Felelossegu Tarsasag)
31	Voxbone	1050	B	50	8	49	54	160	145	466	Téléphonie par Internet
32	Ikanbi Belgium	1050	B	92	42	190	101	23	21	469	Solutions d'externalisation pour entreprises
33	Zetes	1130	J	78	127	55	60	51	99	470	Identification automatique des personnes et des biens (groupe Panasonic)
34	Inovyn Manufacturing Be.	1140	GB	22	161	9	38	62	184	476	Production de soude, de chlore et de PVC (groupe Inovyn)
35	JCDecaux	1000	F	83	55	18	130	84	114	484	Installation de mobilier et de publicités dans les espaces publics (groupe JC Decaux)
36	Business and Strategies	1150	D	99	29	174	52	124	14	492	Entreprise de consulting (groupe Gopa)
36	VDS-Food	1190	B	103	38	165	107	70	9	492	Produits frais et surgelés pour l'horeca
38	Volt	1140	EU	164	83	154	64	49	1	515	Solutions de recrutement (groupe Volt Information Sciences)
39	Skynet iMotion Activities	1140	B	45	31	27	77	221	173	574	Production, achat et exploitation de contenus audiovisuels (groupe Proximus)
40	Transtec	1120	F	149	107	148	32	121	20	577	Société de consultance (groupe Civipol)
41	Attentia	1082	B	112	20	213	140	61	36	582	Secrétariat social
42	Safran Aircraft Engine S.	1000	F	38	46	118	156	86	142	586	Entretien et réparation de moteurs d'avion (groupe Safran)
42	Hermès Benelux Nordics	1000	F	74	75	72	104	163	98	586	Chaîne de magasins d'articles de luxe (groupe Hermès)
44	Pierre Fabre Benelux	1070	F	104	54	178	124	80	47	587	Distribution de produits cosmétiques (groupe Pierre Fabre)
45	Biomedical Systems	1160	EU	140	64	102	12	146	132	596	Distribution de systèmes médicaux de tests et de sécurité (groupe ERT)
46	Securitas	1120	S	35	145	67	151	13	197	608	Services de sécurité et de gardiennage (groupe Securitas)
47	EOS Aremas Belgium	1000	F/D	93	52	65	163	129	110	612	Recouvrement de créances (groupes BNP Paribas/Otto)
48	Space	1160	GB/F	34	90	233	174	60	24	615	Agence Media (Groupes WPP/Publicis)
49	Inchcape Retail Belgium	1070	GB	61	111	126	50	139	134	621	Distribution de voitures automobiles Toyota et Lexus (groupe Inchcape)
49	Agriconsulting Europe	1040	It	107	44	163	173	106	28	621	Société internationale de conseil (groupe Agriconsulting)

G17  
G18

## MÉTHODOLOGIE

**Comment mesurer la croissance d'une entreprise ?** Nous avons choisi de retenir trois critères qui font chacun l'objet d'un double classement, en valeur absolue tout d'abord, en valeur relative ensuite.

**Le premier paramètre** retenu est bien évidemment le chiffre d'affaires, sauf pour les petites entreprises, qui n'en publient que rarement. Pour ces dernières, nous avons donc été obligés de nous rabattre sur la marge brute d'exploitation. Toutefois, grandir sans rentabilité ne présentant guère d'intérêt. Voilà pourquoi nous avons retenu, comme **deuxième paramètre**, le cash-flow. Enfin, toute entreprise ayant quelque part un rôle social à jouer, nous avons retenu, comme **troisième paramètre**, l'emploi.

Ces trois paramètres, mesurés pour les exercices 2013 à 2017, ont fait l'objet au total de six classements, le score final étant obtenu par addition du rang de chaque entreprise dans chaque classement.

**Pour participer, il faut donc exister depuis cinq ans au moins.** A cette condition, nous en avons ajouté deux autres : occuper 10 personnes au moins la dernière année, et posséder en 2017 des fonds propres positifs.

Dans la catégorie des petites entreprises, n'ont par ailleurs été retenues au titre de Gazelles que des sociétés qui ne sont pas filiales de groupes étrangers.

### PETITE, MOYENNE OU GRANDE ?

Pour classer les Gazelles de chaque région, nous procédons à une segmentation avant de mesurer la croissance sur cinq ans.

- Sont considérées comme «**Petites Gazelles**» les entreprises qui, pour l'année de départ de nos calculs, ont une marge brute inférieure à 1 million d'euros.
- Sont considérées comme «**Moyennes Gazelles**» les entreprises qui, pour l'année de départ de nos calculs, ont un CA compris entre 1 et 10 millions d'euros.
- Sont considérées comme «**Grandes Gazelles**» les entreprises qui, pour l'année de départ de nos calculs, ont un CA supérieur à 10 millions d'euros.

### SIGNALÉTIQUE DES AMBASSADRICES

Dans nos tableaux, vous trouverez deux éléments graphiques correspondant au statut de certaines entreprises.

**G18** Ce sigle signifie que l'entreprise a été nommée Ambassadrice des Gazelles au cours d'une des trois années précédentes. L'entreprise nommée Ambassadrice garde ce titre pendant toute cette période, quel que soit son classement par la suite.

**1** Ce sigle signifie que l'entreprise est nommée Ambassadrice des Gazelles cette année et fait donc l'objet d'un article dans le dossier. Le fait qu'elle ne soit pas toujours en première place du classement s'explique par la présence, devant elle, d'entreprises filiales de groupes étrangers qui ne reçoivent pas le titre ou d'une entreprise déjà primée au cours des trois dernières années. Il se peut également que, pour diverses raisons, une Gazelle refuse de nous recevoir. Dans ce cas, elle n'est pas lauréate. Nous avons également écarté du palmarès des ambassadrices, les entreprises qui sont des holdings.

## MOYENNES ENTREPRISES

	CP	Nat.	CAA	CA%	CFA	CF%	PA	P%	TOT	
<b>1</b> Stanley & Stella	1040	B	1	1	3	24	10	2	41	Fabrication de vêtements durables au design contemporain
2 Ingenico Financial Solut.	1200	F	8	4	10	28	25	8	83	Mise au point de systèmes de paiement (groupe Ingenico)
3 Abylsen Belgium	1050	F	11	6	25	40	3	4	89	Société de conseil en ingénierie (groupe Abylsen)
4 Köse Cleaning	1140	B	6	10	18	34	1	23	92	Entreprise de nettoyage
5 Amaris Consulting Belgium	1200	F	7	7	69	15	2	3	103	Société de consultation en technologies et management (groupe Amaris)
6 Proximus Spearit	1030	B	2	5	2	65	13	20	107	Services IT pour PME (groupe Proximus)
7 Initio Belgium	1200	F	32	17	36	6	12	5	108	Société de consultation spécialisée dans le secteur financier (groupe Initio)
8 Efficacy	1140	B	33	20	23	3	21	25	125	Entreprise de CRM en ligne
9 Econocom Belgium	1050	F	19	8	15	27	46	14	129	Services numériques aux entreprises (groupe Econocom)
10 Sync Solutions	1200	B	4	2	76	42	6	1	131	Prise en charge de la gestion de la téléphonie
11 Orange Cyberdefense Bel.	1140	F	20	24	16	52	17	21	150	Solutions et services pour assurer la sécurité des communications (groupe Orange)
12 Air Brussels	1070	B	10	14	57	45	18	15	159	Agence de publicité
13 be.Maintenance	1070	B	16	19	46	31	20	35	167	Maintenance d'installations techniques (groupe AVH via CFE)
14 Bluetime	1160	B	63	12	37	26	37	7	182	Agence de communication digitale
15 RCI Financial Services	1070	F	5	3	1	21	88	68	186	Financière des marques du groupe Renault
15 PP Retail Services	1000	B	35	15	48	32	34	22	186	Services aux sociétés du groupe PP Retail (LolaLiza)
17 Atalian Management Services	1060	F	68	45	24	18	23	9	187	Siège administratif du groupe de services externalisés aux entreprises Atalian
18 Red Hat	1000	EU	21	9	89	49	26	10	204	Fourniture de solutions «open source» (groupe Red Hat)
19 G4S Fire & Safety	1020	GB	9	11	71	89	9	18	207	Sécurisation de milieux de travail potentiellement dangereux (groupe G4 Securitor)
20 Infor (Belgium)	1130	EU	31	42	30	23	40	48	214	Logiciels et services stratégiques pour entreprises (groupe Infor)
<b>G16</b> 21 Intys	1150	B	14	23	70	97	4	13	221	Entreprise de consultation
22 d-side	1140	B	13	25	41	46	61	42	228	Organisation d'événements et d'expériences interactives
23 Robert Walters	1050	GB	17	21	72	13	64	47	234	Recrutement et sélection (groupe Robert Walters)
24 Vander Haeghen & Co	1040	GB	46	36	32	14	71	43	242	Souscription de risques spéciaux (groupe Starstone Insurance)
24 FTI Consulting	1000	EU	3	13	73	108	19	26	242	Conseil global aux entreprises (groupe FTI)

## PETITES ENTREPRISES

	CP	Créat.	CAA	CA%	CFA	CF%	PA	P%	TOT	
<b>1</b> 87 Seconds	1000	2012	16	2	28	6	20	18	90	Agence audiovisuelle
2 Hélicotronc	1060	2002	10	8	8	33	22	10	91	Production et services audiovisuels
3 Monizze	1150	2011	11	16	17	35	8	17	104	Edition d'éco-chèques et de titres-repas
4 Your Protein	1150	1996	14	38	21	41	4	3	121	Accueil personnalisé lors de congrès, salons et foires
5 Semetis	1030	2009	5	20	2	13	23	59	122	Agence de publicité digitale
6 B2Boost	1050	2000	13	31	6	17	35	49	151	Fournisseur de services d'intégration globale
7 Haemers Technologies	1120	1987	23	32	14	8	29	57	163	Assainissement des sols par désorption thermique
8 Rainbow Resources Group	1200	2012	12	1	20	103	16	32	184	Société de recrutement et de coaching
9 AD.CI	1210	1989	29	24	56	31	14	36	190	Entreprise de construction
10 Umamido	1050	2012	63	6	58	28	57	8	220	Restaurant japonais
11 Redpharma	1160	2010	19	14	18	64	87	27	229	Outils marketing pour pharmaciens
12 Smartflats	1040	2012	48	3	67	11	75	30	234	Appart hôtels axés sur le service et le numérique
12 I.P.G.S.	1050	2011	18	9	69	100	12	26	234	Entreprise de sécurité et de gardiennage
14 Forêt de Soignes Tennis	1190	2993	96	13	80	19	49	11	268	Tennis Club
15 Office des Propriétaires	1000	2011	43	42	74	75	36	47	317	Agence immobilière
16 Finn	1080	2006	15	43	10	73	107	73	321	Bureau de relations publiques
17 K.M.	1070	1985	126	7	155	14	28	9	339	Garage
18 Yuksel Transports	1080	2009	55	33	96	78	29	50	341	Entreprise de transports
19 Oris Group	1060	2009	22	27	85	191	9	23	357	Distribution de matériel et de produits de coiffure (Hairdis)
20 Duchateau Traiteur	1120	2011	41	97	50	43	33	119	383	Traiteur-restaurant
21 Wiki	1060	2010	25	25	116	202	6	12	386	Restaurant japonais (Makisu)
22 Compté F. et Fils	1030	1978	61	41	35	47	114	90	388	Entreprise de construction
<b>G18</b> 23 Build Partner	1140	2004	47	15	194	88	11	34	389	Entreprise de construction
24 Mia Trading Int	1000	1995	36	92	11	32	94	136	401	Importation d'«ethnic food»
25 L.P.C.-Montagebedrijf	1000	2000	51	47	211	51	19	24	403	Erection de structures métalliques



**L'intégralité du classement des grandes, moyennes et petites entreprises est disponible sur : [Trends.be/Gazelles2019](https://trends.be/gazelles2019)**

### COMMENT LIRE LES TABLEAUX ?

Chaque chiffre reflète la position obtenue par l'entreprise pour chacun des six critères :

**CP :** code postal

**Nat. :** nationalité

**Créat. :** année de création de la société

**CAA :** croissance absolue du chiffre d'affaires (ou MBA, marge brute absolue, pour les petites entreprises)

**CA% :** croissance relative du chiffre d'affaires (ou MB %, marge brute relative, pour les petites entreprises)

**CFA :** croissance absolue du cash-flow

**CF% :** croissance relative du cash-flow

**PA :** croissance absolue du personnel

**P% :** croissance relative du personnel

**TOT :** total des positions obtenues