ILS ONT REMPORTÉ UN DATA NEWS AWARD

La 23e édition des Data News Awards for Excellence a eu lieu cette année au Palais 11 de Brussels Expo. Présentation des lauréats.

Clairement, l'ambiance était à la fête après deux années moroses à l'occasion de la 23e édition qui a réuni pas moins de 1.300 invités. Soit le nombre le plus élevé d'hôtes jamais accueillis à l'occasion des Data News Awards for Excellence. Des convives qui ont redécouvert 'The Art of Networking' et qui ont ainsi parfaitement traduit le thème de cette année. Et qui ont assisté à un spectacle de remise des prix éblouissant, le tout accompagné des traditionnelles bulles, d'un diner sublime et de vins savoureux.

Rien que des visages rayonnants, surtout chez les vainqueurs qui sont montés sur scène pour recevoir leur prix. Pour décider du choix de ces lauréats, nous avons pu compter sur vous, cher lecteur, et sur un jury professionnel. Comme de tradition, chacun pouvait exprimer son vote pour désigner ses fournisseurs, entreprises et produits ICT dans 14 catégories.

Comment s'est déroulée la procédure ?
Les entreprises avaient l'occasion de se présenter pour une première sélection, le tout complété par la rédaction. Vous avez ensuite voté massivement via notre site Web pour choisir vos favoris, ce qui a ramené chaque catégorie à un top →

5. Par la suite, notre jury professionnel s'est basé sur ce top 5 pour désigner le vainqueur final dans chaque catégorie. La réunion du jury, les discussions et les votes ont eu lieu sous une forme hybride.

Durant 2 années consécutives, une tendance s'est dégagée à choisir davantage d'entreprises belges comme lauréates, une évolution qui s'est confirmée cette année encore. En effet, pas moins de 11 des 14 awards vont à des compatriotes, soit un record absolu. De même, les accessits ont été décrochés par de très nombreuses entreprises belges, outre les géants internationaux et multinationales ICT bien connues du marché.

Jan Hollez est l'ICT Personality of the Year

Le 15e prix est celui de l'ICT Personality of the Year, un prix exclusivement sélectionné et attribué par la rédaction. Cette ICT Personality of the Year est choisie dans une liste de 50 grosses pointures du monde ICT belge. Il doit s'agit d'un Belge ou d'une personne résidant depuis un certain temps déjà en Belgique, et qui a marqué durablement le secteur ICT belge ou a eu une influence majeure sur l'écosystème ICT en dehors de nos frontières. Après délibération, la rédaction a ramené cette liste à 15 candidats potentiels pour ce prix prestigieux.

La rédaction a finalement choisi cette année Jan Hollez, cofondateur et CTO de la scale-up en pleine croissance Deliverect, qui développe des logiciels pour l'horeca. Avec un succès retentissant puisqu'en moins de 4 années d'existence, la société est désormais valorisée à plus de 1 milliard € et emploie 450 collaborateurs. Jan Hollez et le CEO Zhong Xu se répartissent parfaitement les tâches, après avoir fondé ensemble Posios qu'ils revendront finalement à la canadienne Lightspeed. C'est en capitalisant sur cette expérience que le duo a constaté que la gestion efficace des commandes en ligne représentait un problème de taille pour l'horeca. Et a eu l'idée de lancer la start-up Deliverect.

Plus avant dans ces colonnes, vous lirez une interview complète de l'ICT Personality of the Year 2022. De même, nous vous présenterons dans les pages suivantes les 14 autres prix de ces Data News Awards for Excellence.

Kristof Van der Stadt

ICT Personality of the Year: Hall of Fame

2022: Jan Hollez
2021: Fabien Pinckaers
2020: André Knaepen
2019: Daan De Wever
2018: Françoise Chombar
2017: Felix Van de Maele
2016: Jonas Dhaenens
2015: Jürgen Ingels
2014: Dries Buytaert
2013: Eric Van Zele
2012: Sophie Vandebroeck
2011: Jan Valcke
2010: Jo Cornu
2009: Alain Wirtz
2008: Pierre De Muelenaere
2007: Gilbert Declerck
2005: Robert Cailliau

Qui siège au sein du jury ?

Le jury comprend le CIO of the Year, les présidents de groupements d'utilisateurs et différentes personnalités du biotope ICT belge. Cette année, le jury s'est réuni de manière hybride, soit en partie dans nos bureaux de Bruxelles et en partie via Zoom. Plusieurs membres du jury n'ont pu être présents durant cette téléconférence et se sont donc fait remplacer. Chaque membre avait l'occasion d'émettre son vote.
Les membres du jury étaient : Leen Anthuenis (StartUps.be/Scale-Ups.eu), Erik Cuypers (MIT-Club), Jan De Schepper (ADM), Jack Hamande (BOSA), Benoît Hucq (Agence du Numérique), Danielle Jacobs (Beltug), Elke Laeremans (CIO of the Year 2021), Guido Lemeire (CIO of the Year 2020), Jef Loos (Whitelane Research), Egide Nzabonimana (Isaca), Frank Robben (Smals), Marc Senterre (CfTDN), Bart Steukers (Agoria), Marc Vael (SAI), Barbara Van Den Haute (Digitaal Vlaanderen), Kristof Van der Stadt (Data News), Pieterjan Van Leemputten (Data News), Peter Vermeylen (CIOforum) et Stijn Viaene (Vlerick, président du jury).

Et les vainqueurs sont...

Les Data News Awards 2022 arborent les couleurs de la Belgique avec 11 vainqueurs sur 14 catégories. Toute entreprise pouvait être nommée et les lecteurs pouvaient voter pour une liste restreinte, après quoi notre jury professionnel s'est réuni en conclave.

Belgian FinTech Company of the Year

Monizze

Qui fait la révolution technologique dans le secteur financier ? Tant les lecteurs que le jury ont été séduits par Monizze. L'entreprise est une machine bien huilée proposant une offre élargie qui a démontré depuis quelques années déjà sa valeur ajoutée et constitue dès lors un lauréat convaincant pour le jury. Même si les compliments vont aussi à AiVidens, spécialisée dans l'IA pour la gestion des débiteurs.
Nommés: AiVidens, Digiteal, iBanFirst, POM

Belgian Tech Scale-up Company of the Year

Deliverect

A peine 4 ans d'existence et une valorisation supérieure à 1 milliard €, avec un effectif de 450 personnes et une croissance explosive. Voilà qui fait de Deliverect un incontournable de l'interconnexion entre systèmes de caisse et fournisseurs de repas. Le jury insiste sur le fait que d'autres nommés mériteraient cet honneur, mais que le rythme de croissance de Deliverect est difficilement égalable.
Nommés: Acceleran, Intigriti, Intracto Group, RoboVision

Belgian Tech Start-up Company of the Year

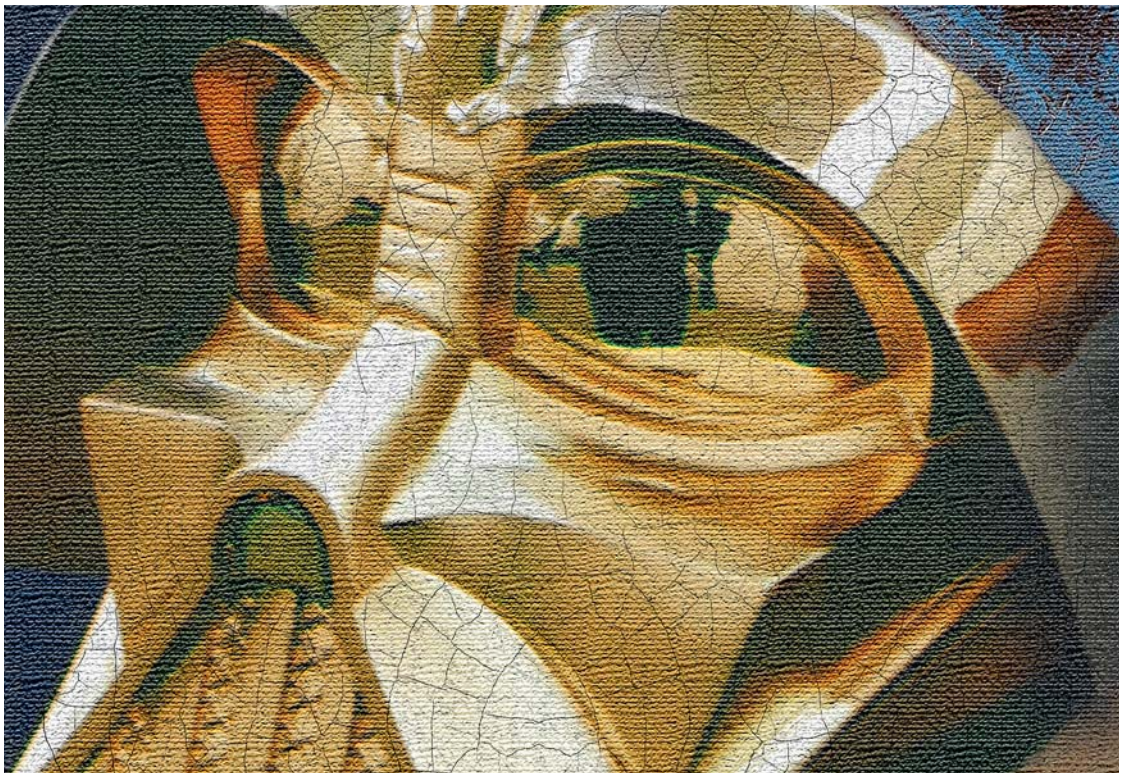
Metamaze

Metamaze est une société relativement jeune, mais qui peut d'ores et déjà faire valoir un large éventail de clients prestigieux. L'entreprise est spécialisée dans les processus d'entreprise et privilégie pour ce faire le 'low code'. Le jury s'est également montré enthousiaste à l'égard d'Azalea Vision, mais a estimé qu'il était prématuré de lui décerner la première place.
Nommés: Accurat, Azalea Vision, Digiteal, Sweepatic

Communications Innovator of the Year

DSTNY

Destiny, devenue depuis l'an dernier DSTNY, mérite cet award pour son ambition à continuer à conquérir l'Europe par le biais de rachats et de nouvelles intégrations dans le cadre d'une stratégie de rationalisation. Le jury a également récompensé Orange qui a largement déployé la 5G dans le port d'Anvers, mais a aussi émis certaines critiques à l'égard du secteur des télécoms qui ne s'est pas montré particulièrement innovant au cours de l'année écoulée. Même s'il s'agit en partie de la même raison que celle qui vous a obligé à porter le masque ces deux dernières années.
Nommés: NTT, Orange, Proximus, Telenet Business



🎖 Customer Centric IT Company of the Year

Cegeka

Qui offre à la fois de la valeur à un prix étudié tout en réussissant en outre à nouer des relations fortes avec ses clients ? Cegeka. L'entreprise compte des clients particulièrement fidèles et se lance dans des domaines qu'elle développe ensuite pleinement, le tout en connaissant une croissance continue et en nourissant des ambitions tant en Belgique que dans le reste de l'Europe.
Nommés: Atos Belgium, Deloitte, Hexaware, Tata Consultancy Services

🎖 Data Center Services Company of the Year

LCL

Depuis de nombreuses années, LCL se distingue par la qualité de son offre en ne se limitant pas à construire des bâtiments pour accueillir des serveurs. LCL mise clairement sur la certification et dispose depuis l'été dernier d'un centre de données tier III dans notre pays. Dans le même temps, elle ambitionne de réduire au maximum ses émissions de CO_2. Autant de raisons qui ont poussé le jury à récompenser l'entreprise de Laurens van Reijen.
Nommés: Atos, Inetum-Realdolmen, NRB, NTT

🎖 Cybersecurity Company of the Year

Palo Alto Networks

Ces deux dernières années, Palo Alto a largement développé ses activités et ne se limite plus à être simplement un fournisseur de parefeu. Le jury a notamment été séduit par la convivialité ains que l'association de l'IA et du cloud dans l'offre Prisma. Bref, un innovateur à part entière dans le monde de la sécurité.
Nommés: Atos, Check Point Software, Fortinet, Orange Cyberdefense

🎖 Enterprise Application Innovator of the Year

Microsoft

Microsoft est peut-être un dinosaure question âge, mais ce T-Rex parvient encore à envahir vos applications de bureautique et à les intégrer toujours davantage grâce à de nouvelles fonctionnalités. « En termes d'innovation applicative, Microsoft reste un leader incontesté », résume un membre du jury. Dans le même temps, l'entreprise ose abandonner certains produits ou les intégrer, ce qui fait constamment évoluer l'offre.
Nommés: OutSystems, Salesforce, ServiceNow, Veeam

→

Digital Workplace Innovator of the Year

Awingu

S'il est bien un endroit qui a profondément changé, c'est votre poste de travail. Le jury a opté massivement pour Awingu parce qu'il s'agit d'une entreprise belge qui se positionne désormais comme un solide concurrent de géants comme VMware et Citrix, ce qui force le respect. L'entreprise de Walter Van Uytven peut faire valoir un cash-flow positif et dessert à la fois de grandes organisations et des start-up qui entendent grandir rapidement.
Nommés: ACA Group, Delaware, Dell Technologies, Xylos

Enterprise IT Services Company of the Year

Tata Consultancy Services

Tata Consultancy Services reste la référence en matière d'externalisation et, même si le jury se montre élogieux pour les autres nommés, TCS se distingue non seulement par la taille de ses clients, mais aussi sa capacité à répondre aux attentes toujours plus grandes de ceux-ci, une preuve que l'entreprise joue parfaitement son rôle d'innovateur externe.
Nommés: Accenture, Atos, Inetum-Realdolmen, NRB

IT Infrastructure Innovator of the Year

Eurofiber

Le jury s'est montré critique dans cette catégorie. « Il a fallu vraiment beaucoup chercher pour trouver de l'innovation », fut sa conclusion. Mais en nuançant que bon nombre d'innovations prennent d'un à deux ans et que ces dernières années ont été chahutées. Le choix s'est dès lors porté sur Eurofiber qui conçoit l'innovation de demain et ce, en étroite collaboration avec les grands acteurs tant au nord qu'au sud du pays. Pas toujours ultra-séduisant, mais nécessaire pour concrétiser l'expérience numérique des 20 prochaines années.
Nommés: Cisco, Dell Technologies, HPE, Kyndryl

IT Recruiting & Sourcing Company of the Year

Amon Consultants

Ces dernières années, Amon est passée de recruteur de cadres à acteur plus généraliste en adoptant une stratégie ciblée qui lui ont valu de beaux résultats selon le jury. De même, les lecteurs ont voté pour Amon Consultants comme le meilleur recruteur IT sur le marché.
Nommés: Ausy, Constrate Europe, Elmos, Talent-IT

IT Services SMB of the Year

AE

Ici également, le jury et les lecteurs sont sur la même longueur d'onde. AI s'est forgé une réputation incontestable sur le segment milieu de gamme, tout en desservant aussi de grandes entreprises. La nouvelle direction en récolte les fruits, tandis que la gestion RH de l'entreprise fait forte impression. Il faut parfois un long discours pour justifier la désignation d'un lauréat, mais deux lettres suffisent dans cette catégorie.
Nommés: ACA Group, Computerland, ConXion, NSI IT Software & Services

Most Environmentally Responsible ICT Company of the Year

ACA Group

Dans cette nouvelle catégorie, ACA Group est la première à décrocher l'award de l'entreprise la plus éco-responsable. Chaque nommé peut certes s'enorgueillir des efforts fournis, mais ACA a séduit le jury par ses actions concrètes, et pas seulement ses paroles. C'est ainsi que 10% du chiffre d'affaires sont consacrés à des initiatives vraiment pratiques, tandis que l'entreprise a décroché le très convoité label EcoVadis, ce qui n'a rien d'évident selon le jury.
Nommés: Atos, LCL, NRB, Proximus

Pieterjan Van Leemputten

« Si vous n'avez pas de focus, vous ne réussirez jamais »

Jan Hollez entend se glisser dans la caisse de chaque restaurant. Au sens figuré, évidemment. Après le succès de Posios, il s'associe à Zhong Xu pour fonder Deliverect, une start-up valorisée à plus de 1 milliard €. Interview de notre ICT Personality of the Year 2022.

Cette année, vous atteindrez avec Deliverect 150 millions $ déjà, et 240 millions $ d'ici 4 ans. Est-il facile d'être entrepreneur et de se financer après un premier succès ?

JAN HOLLEZ: C'est évidemment différent lorsque l'on a des références à faire valoir. Mais aussi un réseau : nous savons qui sont les acteurs principaux du secteur. Nous avons déjà investi énormément nous-mêmes. Si vous commencez seul et sans capital propre, c'est plus difficile. Les gens oublient que les entrepreneurs en série investissent beaucoup de leur poche.

Vous avez personnellement investi voici peu dans Casper, spécialisée en cuisines virtuelles. Est-ce pour acquérir de l'expérience destinée à vos clients ?

HOLLEZ: J'estime qu'il s'agit d'un laboratoire idéal d'expérimentation. Une 'cuisine noire' est également intéressante dans la mesure où elle gère souvent plusieurs marques. Vous y avez votre propre activité, mais vous y ajoutez aussi en général des produits qui ne sont pas disponibles dans la région. Supposons qu'il n'y ait pas d'ailes de poulet : vous pourrez les proposer en tant d'acteur réputé sur le marché.

« Je n'aimerais pas avoir des responsables d'équipe qui ne programment plus. »

Même avec une marque connue, il reste difficile de trouver un bon emplacement à proximité de ce client, puis d'inviter spontanément ce client. Au centre de Gand, cela ne pose pas de problème. Mais si vous vous éloignez, vous pourriez très bien installer votre cuisine dans une cave, aussi longtemps que vous avez un point de retrait pour desservir les clients de cette région. Au départ, certains restaurants le faisaient et d'autres pas, mais aujourd'hui, la transition a été opérée vers un modèle hybride.

D'où vient cette focalisation sur l'horeca ?

HOLLEZ: Cela vient du papa de Zhong. Il avait imaginé une caisse pour les restaurants chinois, dans leur langue. Ce système existe encore et Zhong pensait qu'il devrait un jour reprendre ce système. Or il ne voyait pas bien comment faire et nous en avons parlé. Son père n'était pas programmeur et il l'a conçu en dehors de son travail. Or c'était un système démodé et peu convivial comme tous les systèmes de caisse de l'époque. Nous nous sommes alors demandé pourquoi il n'existait pas de système de caisse pratique, facile à utiliser et fonctionnant dans le cloud. Surtout que l'iPad venait d'arriver sur le marché. →

Jusqu'il y a peu, les systèmes de caisse étaient de grosses boîtes noir-vert avec une interface de type Ms-Dos, absolument pas ce que vous avez présenté avec Posios.

HOLLEZ: On retrouvait de véritables dinosaures. Autrefois, on achetait une caisse qui durait 20 ans. Aujourd'hui, tel n'est plus le cas. Uber Eats, Deliveroo, Takeaway.com sont apparues ces dernières années et doivent certainement être pris en compte.

Vous avez ensuite fusionné avec la canadienne Lightspeed pour repartir de rien. Qu'est-ce que cela fait de vendre quelque chose dans laquelle on a mis tant d'énergie ?

HOLLEZ: C'est bien sûr votre bébé, mais beaucoup de gens ne comprennent pas que pour grandir rapidement et dégager du profit, il faut pouvoir céder en partie son entreprise. Chaque fois que l'on fait quelque chose, il faut renoncer à autre chose. Mais cela induit également des possibilités puisqu'il est ainsi possible de se focaliser sur le produit et ne pas devoir se soucier de l'aspect financier ou d'autres éléments. Ce sont des choix et nous ne les avons pas regrettés.

Est-ce que je recommencerais aujourd'hui ? Non, pas avec mes connaissances actuelles. Mais à l'époque, c'était différent et il s'agissait du meilleur choix.

Jan Hollez

Nov. '07 — Juin. '10:
développeur/ingénieur logiciel chez Siruna

Juin. '10 — Jan. '13:
leader technique chez EVS Instant Tapeless Technology

2011 — Sept. '14:
cofondateur de Posios

Sept. '14 — août. '18:
directeur Hospitality Technology chez Lightspeed POS

Depuis Avr. '18:
cofondateur et CTO de Deliverect

Est-ce évident à l'époque que vous lanceriez une nouvelle société dans le même secteur ?

HOLLEZ: Oui, lorsque nous étions chez Lightspeed, nous avions perçu que la gestion efficace de commandes en ligne constituait un problème crucial pour l'horeca. Il n'existait pas de bonne solution à l'époque, mais tout le monde ne pouvait pas la développer parce qu'il fallait un réseau sur ce marché. Un Uber ou un Just Eat Takeaway sont des sociétés de plusieurs milliards de $. Elles n'ont pas vraiment de raison de vous laisser la priorité. Au début, ces API n'existaient même pas car elles voulaient être les seuls acteurs dans ce domaine.

Deliverect s'inscrit dans le prolongement de leur activité. Mais si Deliverect devient aussi une société de plusieurs milliards $, ces géants ne vont-ils pas estimer qu'il est plus intéressant de le faire soi-même ?

HOLLEZ: Non. Si vous n'avez pas de focus, nous ne réussirez jamais. Et même en supposant qu'un Uber Eats puisse intégrer tous les systèmes de caisse possibles, ce qu'ils n'arrivent pas à faire car ils n'ont pas les équipes et la spécialisation voulues, est-ce que ce veut le restaurant ? Non, car celui-ci souhaite plusieurs plateformes de livraison dans son système. Or seuls des acteurs indépendants peuvent y parvenir. Les restaurateurs sont nos clients et nous travaillons pour eux. Nous sommes Suisses et sommes très proches de l'horeca, mais nous faisons également en sorte de faciliter grandement le travail des grands acteurs.

Ces acteurs maîtrisent le volet livraison, tandis que nous savons ce que veut le consommateur. Mais ils comprennent moins bien les restaurants, et certainement le type de système de caisse dont ils ont besoin. Nous avons ce background et maîtrisons ces différents éléments.

En quoi vos produits sont-ils meilleurs que d'autres ?

HOLLEZ: Grâce à notre expérience. Nous connaissons l'horeca et nos clients sur le bout des doigts. Nous misons énormément sur le développement de produits. Mais ce n'est pas parce que vous

avez aujourd'hui le meilleur produit que vous l'aurez encore l'an prochain : il faut donc continuer à développer en permanence.

Est-ce à cet égard plus facile pour les start-up américaines ?

HOLLEZ: C'est exact. D'ailleurs, nous ne nous sommes jamais limités à la Belgique, même la fois précédente. Il faut directement envisager le marché mondial. C'est plus complexe au début, sachant qu'en Europe, on a d'emblée plusieurs langues, des législations plus strictes, mais aussi des aspects locaux comme les impôts, les caisses blanches, etc. Mais l'avantage est qu'une fois que l'on a réussi et que l'on se lance sur le marché américain, on est très bien préparé. Une entreprise américaine qui vient en Europe éprouve plus de difficultés. A cet égard, c'est donc un avantage, mais le marché américain est plus intéressant pour se lancer.

Est-ce également le cas avec la Chine ?

HOLLEZ: Mon épouse est chinoise et mon partenaire Zhong [Xu, avec qui il a fondé précédemment Posios, NDLR] également. Nous avons donc certaines affinités avec ce pays, mais cela reste un marché complexe sur lequel nous ne misons pas pour l'instant.

« Nous aimerions continuer à développer en Belgique, mais on ne trouve tout simplement pas assez de profils. »

Le développement de Deliverect se fait-il en Belgique ou ailleurs ?

HOLLEZ: Une grande partie, l'essentiel en fait, se fait ici. Mais entre-temps, nous travaillons aussi ailleurs. Un autre cofondateur, Jelte Vrijhoef, habite aux Pays-Bas et nous y avons entamé nos activités de telle sorte que nous avons deux marchés pour y trouver des développeurs. Par ailleurs, nous comptons trois équipes 'full stack' à Toronto avec dans l'idée d'y desservir le marché nord-américain et de disposer donc de personnes travaillant dans cette tranche horaire et ayant des affinités avec le marché local où les pourboires sont par exemple nettement plus importants. Nous comptons aussi des partenaires qui ne couvrent que l'Amérique du Nord et sur lesquels nous devons nous aligner. Cela étant, l'activité de développement la plus importante se situe toujours en Belgique. Nous aimerions continuer à développer ici, mais on ne trouve tout simplement pas assez de profils.

Donc pas d'offshoring ou de nearshoring pour Deliverect ?

HOLLEZ: Je n'y crois pas vraiment. A petite échelle et pour des projets moins importants, cela peut fonctionner, mais si le produit est votre différenciateur premier, il faut le développer en interne sous son propre contrôle. Comme nous sommes une 'product-first company', cet aspect est important pour nous.

Vous dirigez l'entreprise avec Zhong Xu. Vous êtes CTO et lui est CEO, et vous avez cofondé l'entreprise. Arrivez-vous à bien répartir les rôles ?

HOLLEZ: Désormais, nous avons appris à mieux définir les fonctions. Chez Posios, nous faisions tout ensemble pour atteindre le meilleur résultat possible. Mais à la longue, il faut pouvoir déterminer s'il est préférable de faire tout ensemble pour obtenir par exemple 90% de la perfection ou si l'on peut arriver à 80% en travaillant chacun séparément. Donc pour des questions purement d'efficacité, nous faisons désormais davantage de choses chacun de son côté. Par ailleurs, nous avons totalement confiance l'un dans l'autre. Nous mettons tous les deux la main à la pâte.

D'une entreprise qui a un parcours comme Deliverect, on s'attendrait à la voir s'implanter directement dans la Silicon Valley.

HOLLEZ: J'ai habité un peu moins d'un an à New York. Zhong et moi avions compris que pour conquérir les Etats-Unis, il fallait que l'un des →

fondateurs y habite. Nous voulions savoir ce qui manquait à notre produit, trouver des partenaires et les assister et participer à l'installation du produit chez les clients, tout en dirigeant l'équipe en Belgique. C'était en fait de la folie et je ne pourrais plus relever un tel défi de cette manière.

Parce que c'était trop fatigant ou parce que vous préfériez vivre en Belgique ?

HOLLEZ: C'était trop qu'exercer trois fonctions simultanément. Entre-temps, j'ai fêté mes 40 ans et si l'on veut tenir un tel rythme, il faut pouvoir s'accorder des moments de repos. Cela dit, c'était une période très chouette. C'était une véritable aventure, mais plus on voyage, plus on se rend compte que la Belgique est un pays agréable. Je recommanderais certainement de partir et de travailler à l'étranger durant un an. Et si vous voulez travailler à l'échelle internationale, veillez à ce que l'un des fondateurs puisse s'installer aux Etats-Unis.

Vous attachez aussi beaucoup d'importance au bien-être au travail.

HOLLEZ: Dès qu'un collaborateur est recruté, toute une équipe d'intégration est impliquée, soit pas moins de 7 personnes qui non seulement accueillent l'employé et lui apprennent à connaître le produit, mais aussi assurent la poursuite de son développement personnel et lui indiquent qui fait quoi, où et comment. Nous organisons aussi beaucoup d'événements pour promouvoir la culture d'entreprise et donner du feedback aux collaborateurs qui peuvent ainsi évoluer s'ils le souhaitent. Nous proposons également du coaching à ces personnes. En effet, on ne naît pas chef d'équipe et il faut donc prévoir l'encadrement adéquat.

Lorsque l'on grandit à un tel rythme, la culture revêt énormément d'importance. Certes, il est plus facile de gérer l'organisation de manière militaire : donner des ordres et les faire exécuter. C'est la méthode la plus facile. Mais si vous pouvez responsabiliser les gens, ceux-ci peuvent définir leur propre voie. Beaucoup de personnes ne sont pas habituées à prendre elles-mêmes des décisions. Certes, cela signifie aussi qu'ils doivent assumer leurs responsabilités. Il faut admettre que l'on puisse faire des erreurs, mais finalement, cela doit déboucher sur une solution.

Chez nous, tout le monde peut essayer d'améliorer les choses. Le plus difficile est d'oser permettre aux gens d'essayer de nouvelles choses, et parfois d'échouer, mais aussi de mettre tout en œuvre pour tenter de trouver une solution, car c'est le plus important.

« Si le produit est votre différenciateur premier, il faut le développer en interne sous son propre contrôle. »

Que faites-vous en dehors de Deliverect ? Qu'est-ce qui vous apaise ou vous donne l'énergie d'avancer ?

HOLLEZ: Si je ne retire pas de l'énergie de ce que je fais comme entrepreneur, c'est difficile. Des clients, mais aussi des collaborateurs en interne. Les gens ne comprennent pas toujours pourquoi je travaille tant, mais j'aime ce que je fais et je suis passionné par le fait d'aider les restaurateurs et de participer à rendre la société meilleure. Je veux prouver que c'est possible en Europe et qu'il ne faut pas forcément être aux Etats-Unis.

En outre, beaucoup de choses m'intéressent. Notre bureau affiche de nombreuses références à l'espace [un costume d'astronaute trône dans l'entrée des bâtiments, NDLR]. Mais je fais aussi du badminton en compétition et j'apprécie tout particulièrement cet aspect compétitif. J'aime voyager et apprendre à connaître d'autres cultures. En revanche, la TV ne me dit rien, même si je vais sur YouTube pour regarder des vidéos scientifiques. C'est également apprendre et j'apprécie cela énormément, alors que d'autres trouveraient idiot d'approfondir à ce point des théories comme la physique quantique qui est particulièrement complexe.

Je suis particulièrement fasciné par l'avenir et je me considère comme un techno-optimiste. Je pense que la technologie permettra à l'humanité de résoudre de très nombreux problèmes si nous nous y intéressons à fond, tandis que la volonté politique existe, même avec les technologies actuelles.

Vous voyez-vous y jouer un rôle ? Eventuellement dans une autre entreprise ?

HOLLEZ: Je suis à l'aise dans la résolution de problèmes et, en fonction du problème, je peux m'y intéresser pleinement alors que les personnes qui font de la politique sont parfois rapidement frustrés de ne pas y parvenir parce que les choses n'avancent pas suffisamment vite ou que trop d'acteurs ont leur mot à dire. Donc, à cet égard, je n'ai aucun problème à m'investir à 300%, mais il faut que les choses progressent.

Désormais, l'accent est mis sur le développement à l'international. Un acheteur pourrait-il ensuite vous contacter ?

HOLLEZ: Non, nous voulons rester maître à bord. Nous entendons gérer nous-mêmes notre développement et je veux que Deliverect existe encore dans 100 ans.

Serez-vous encore à bord dans 20 ans alors ?

HOLLEZ: Ce sera alors sans doute sous une autre forme ou dans une autre fonction car en tant que fondateur, il faut se réinventer

et remplir d'autres rôles. A un certain moment, il peut s'agir d'une dimension stratégique ou précisément l'inverse. Se concentrer sur un sous-domaine, par exemple l'apprentissage machine, puis opter pour l'aspect pratique ne me déplairait pas non plus et cela pourrait donc prendre cette direction. Plus on occupe de personnes, plus on devient manager. Même si j'espère encore garder du temps pour l'aspect technique, ce que j'espère aussi pour mes collaborateurs. Ainsi, je n'aimerais pas avoir des responsables d'équipe qui ne programment plus. Les collaborateurs ont d'ailleurs plus de respect pour les dirigeants d'équipe qui sont techniques. Dans certaines entreprises, les responsables qui dirigent d'autres dans leur travail n'ont pas eux-mêmes exercé cette fonction. C'est quelque chose que je ne comprends pas. Si vous dirigez des personnes, vous devez au moins savoir ce qu'implique leur travail.

Est-ce également important pour la culture d'entreprise ?

HOLLEZ: On constate souvent que le talent attire le talent. Et si vous avez des personnes qui ne donnent pas tout pour leur entreprise ou leur emploi, vous tirez l'organisation vers le bas. Il faut trouver le bon équilibre en tout et il est donc important que nos collaborateurs puissent concilier leur travail et leur vie privée. Et même si vous êtes fatigué en fin de journée, vous aurez encore de l'énergie et de la fierté du travail accompli. D'ailleurs, en faisant bien son travail ici, on aide les restaurateurs à mieux travailler et à développer leur activité.

Vous avez lancé Posios voici plus de 10 ans et vous avez recommencé voici 4 ans avec Deliverect qui emploie désormais 450 personnes. Est-il plus facile aujourd'hui de lancer une start-up en Belgique ?

HOLLEZ: En quelque sorte. C'est dû en partie au fait qu'un réseau commence à voir le jour et que l'on donne beaucoup de crédit aux jeunes de Netlog et à Dries Buytaert d'Acquia. Comme Netlog a échoué, de nombreuses personnes ont lancé leur propre activité. C'est le cas des fondateurs de Showpad et de In The Pocket notamment qui ont commencé pratiquement en même temps que moi. Le paysage est donc plus riche que par le passé. Lorsque l'on détecte une personne ayant beaucoup de potentiel, on peut plus rapidement la mettre en contact avec d'autres et plus il y a de tels profils et de start-up, plus nous attirerons les regards de l'étranger. A cet égard, on constate donc que c'est aujourd'hui plus simple.

Y voyez-vous d'autres avantages ?

HOLLEZ: Il ne faut par exemple pas forcément attirer des capitaux américains. Même si ce n'est pas évident en soi, surtout si l'on n'a pas de siège social aux Etats-Unis. Voici 10 ans, de nombreux investisseurs belges étaient peu enclins à prendre des risques. Avec Posios, nous avons participé à certains dossiers et nous avions constaté que les investisseurs voulaient souvent que l'on ait de 4 à 5 ans d'existence ou que l'on se tourne vers l'étranger, estimant que c'était mieux. Ne peut-on pas simplement être fier de ce que l'on fait en Belgique ? Au lieu de distribuer des subsides à des jeunes entreprises ou de les contacter pour racheter leur produit. C'est une grande différence. Cela dit, le climat s'est déjà amélioré.

Peut-on encore faire mieux ?

HOLLEZ: Il faut encore franchir certaines étapes. On voit également des entreprises qui débutent bien puis ont un coup de mou dans leur croissance. Or plus la barre est basse pour lancer une affaire, plus le marché technologique se développe. Aujourd'hui, il y a un début d'écosystème, contre rien autrefois. Il faut désormais passer à la vitesse supérieure. C'est un volant important, sachant que les personnes qui ont commencé pratiquement en même temps que nous cherchent désormais à investir ailleurs. C'est ainsi que la pompe s'amorce. Je suis donc optimiste.

Pieterjan Van Leemputten, photos Debby Termonia