

ANDENNE

# Un 1<sup>er</sup> festival des métiers techniques

Avec le Musée de la céramique, promAndenne va consacrer un week-end à l'ancrage industriel et au savoir-faire des entreprises locales.

• Catherine DETHINE.

Accompagner les entreprises locales, les aider à trouver les bons leviers et les bons interlocuteurs : tel est (en substance) l'objectif majeur que s'est fixé l'ASBL promAndenne. La présentation de son rapport d'activités 2016 ne peut qu'appuyer cette tendance. Néanmoins, le début de l'année, c'est aussi l'occasion de parler projets. Et pour ce qui est de promAndenne, 2017 pourrait être marquée par une union qui est loin d'être évidente : celle d'un musée et d'un outil au service de l'économie locale. En commun ? Les métiers techniques qui donneront lieu à un festival.

Andenne et son musée de la céramique à Andenne : une localisa-



La piperie Léonard, un savoir faire local qui a eu son temps.

tion dans le vieil Andenne depuis les années 30 et d'ici peu un nouveau projet muséal qui prendra place dans le « Phare », aux côtés notamment de la bibliothèque. Une longue histoire qui, contrairement à ce que peuvent véhiculer les idées reçues, ne se limite

pas à une collection de « belles assiettes ». Comme l'explique Cédric Piechowski, conservateur du Musée, Andenne, c'est « un petit scandale géologique » qui a véritablement contribué à son essor. Des premières fabriques de faïence implantées en bord de

Meuse aux briques réfractaires en passant par les petits ateliers descendus au centre-ville, Andenne a su maintenir (à l'échelon artistique et industriel) un savoir-faire qui désormais joue les prolongations grâce notamment à la veine artistique de créateurs. En

2017, une exposition dédiée à la derle devrait, en outre, permettre à 10 tonnes d'argile de parler grâce aux talents artistiques de l'Académie de Huy.

## Capter des ressources

C'est dans cet esprit que la 1<sup>re</sup> édition du Festival des métiers techniques, qui se tiendra début décembre au hall de Cobegge, s'inscrit. « Le but est de mettre en valeur l'ancrage industriel et le savoir-faire des entreprises locales, commente Mélanie Notte, chargée de communication de l'ASBL. Cela contribuera aussi à mettre en valeur les métiers techniques et à permettre aux entreprises de capter les ressources humaines nécessaires à leur croissance. »

Sont concernés les écoles, les demandeurs d'emploi, les entreprises et le grand public qui pourront, à travers l'objet, l'image, des ateliers ou encore des « speed meeting » aborder ces métiers techniques. Un photographe aura d'ailleurs l'occasion d'y présenter la vision de ces métiers qui n'ont rien de désuet comme certains pourraient le croire. A découvrir. ■

## PromAndenne : 2016 au rapport

L'ASBL andennaise a profité de la 24<sup>e</sup> édition de son assemblée générale organisée à Coutisse pour tirer les grandes tendances de sa cuvée 2016. Entre procédure, proximité et promotion.

On le sait, pour promAndenne, il s'agit d'informer, d'accompagner et de mettre en contact les PME et les indépendants avec le bon opérateur pour faciliter leurs projets. Des objectifs notamment atteints par les Jobdays et des formations délocalisées comme le lancement de sept modules (de type court) par Technobel sur le site de l'AIEG. Pour ce qui est du pôle administratif, on note le démarrage du partenariat Bras droit/

Minterim. Au total, pour 2016, ce sont 40 entreprises et indépendants qui ont bénéficié de l'aide de l'ASBL. L'année 2016 a aussi mis l'accent sur la communication. Différents outils et supports ont, précise-t-on, « été employés pour communiquer vers et sur les entreprises ». On songe au site [www.promandenne.be](http://www.promandenne.be) qui est passé de 3364 à 5308 visiteurs en un an (+ 58 %) mais aussi à Facebook, Twitter et LinkedIn qui enregistrent une hausse respective de 77, 23 et 16 %.

Le développement commercial, en collaboration avec l'échevinat du commerce, a suivi son cours de manière positive via « shop in Andenne » et ses 140

commerçants mobilisés. Là aussi la communication est bien passée puisque la page web a enregistré une fréquentation de 36 078 visiteurs (soit + 166 % par rapport à 2015). On a aussi renforcé l'identité de l'offre andennaise, notamment, via deux grandes campagnes de promotion (spot publicitaire et visuel unique) au printemps puis aux fêtes de fin d'année.

Les relations extérieures ont aussi été soignées avec (entre autres) la défense de candidature d'entreprises andennaises reconnues comme « Talents wallons » par le Parlement wallon, à savoir la SCAM et Fournipac. ■

C.Det.