

# more.

VANCIA MOBILITY LEASE MAGAZINE #14 06.2025

Entretien avec Tim Boury, chef étoilé

« La haute gastronomie est une expérience totale »

  
Tim Boury

ÉGALEMENT DANS CE MAGAZINE

- **Vancia 3.0** : Plus digital... pour un service plus personnel
- **À table avec Guy - Jan Vandeputte - Galloo** :  
« Nous sommes fiers de nos racines flamandaises ! »
- Tout ce qu'il y a à savoir sur la **fiscalité** des voitures de société proposée par l'Arizona
- Quand les marques automobiles vous facilitent le **camping**

  
**vancia**  
mobility lease



3 **Edito**

4 **News**

6 **Interview**  
**Sterrenchef Tim Boury :**  
 « La haute gastronomie est une expérience totale »

10 **Vancia 3.0**  
 Plus digital...  
 pour un service plus personnel

12 **À table avec Guy**  
 Jan Vandeputte – Galloo :  
 « Nous sommes fiers de nos racines  
 flamandaises : francs et directs, sans  
 langue de bois ! »

16 Quand les marques automobiles vous  
 facilitent le **camping**

19 **Causons Ch'tis**  
 5 proverbes plutôt... savoureux

## Colophon

Vancia Mobility Lease  
 President Kennedypark 23a  
 B-8500 Kortrijk  
 +32 56 34 57 81  
 info@vanciacarlease.com  
 vanciacarlease.com  
 © Vancia Mobility Lease 2025  
 Editeur responsable  
 Guy Hannosette

Réalisation  
 Effective Media  
 02 467 61 61  
 effectivemedia.be

Publicité  
 Nancy Gryson  
 02 467 61 57

## Disclaimer

Loi relative à la protection des données à caractère personnel: les données à caractère personnel seront transmises et reprises dans un fichier de Vancia Mobility Lease, ayant son siège social President Kennedypark 23a à 8500 Kortrijk, le responsable du traitement. Les données à caractère personnel seront utilisées par Vancia Mobility Lease pour les finalités suivantes: la gestion des relations précontractuelles et contractuelles, -la prévention d'abus et d'irrégularités, l'établissement de statistiques et de tests, l'assistance et l'information aux conducteurs et le lancement d'une enquête de satisfaction parmi les conducteurs. Les données à caractère personnel peuvent être transmises par Vancia Mobility Lease à des tiers qui sont en relation contractuelle avec Vancia Mobility Lease, y compris les fournisseurs et les sous-traitants. Vous disposez d'un droit d'accès et de rectification de vos données à caractère personnel en contactant Vancia Mobility Lease par écrit à l'adresse susmentionnée et/ou via l'adresse e-mail info@vanciacarlease.com.

# more.

VANCIA MOBILITY LEASE MAGAZINE #14 06.2025

## Lease is More.



Cher lecteur,

Vous tenez aujourd'hui entre vos mains le tout dernier numéro papier de more. Ce n'est pas une fin, mais bel et bien un nouveau départ. Car très bientôt, more. renaîtra sous une forme digitale — plus rapide, plus dynamique et plus interactive que jamais.

Dès lors, vous recevrez chaque mois l'actualité directement dans votre boîte mail, enrichie non seulement de textes, mais aussi d'images et de sons.

Pour ce dernier numéro imprimé, nous avons mis les bouchées doubles. Et même davantage : Vancia change de nom et se dote d'un nouveau logo. Pourquoi ce changement ? Vous le découvrirez dans cette édition.

Il y a aussi de quoi célébrer du côté du chef étoilé Tim Boury. Son restaurant a récemment confirmé son statut d'excellence, et Tim nous ouvre les portes de son univers culinaire.

De la gastronomie à l'industrie : nous avons rencontré Jan Vandeputte, CEO du groupe de recyclage Galloo. Une autre forme de leadership, mais tout aussi inspirante.

Et puisque l'été s'installe, nous laissons place aux rêves de liberté et d'aventure. Nous explorons l'univers en pleine expansion des camping-cars, et vous montrons comment transformer une voiture ordinaire en mini-campeur astucieux.

Bonne lecture de ce numéro d'adieu au format papier, et à très bientôt dans votre boîte mail.



Guy Hannosette  
Directeur Commercial

**f** [facebook.com/vanciamobilitylease](https://facebook.com/vanciamobilitylease)  
**@** [@vancia\\_mobility\\_lease](https://twitter.com/vancia_mobility_lease)  
**in** [linkedin.com/company/vancia-mobility-lease](https://linkedin.com/company/vancia-mobility-lease)



## Vancia Car Center fait peau neuve avec style



**Vous avez rapidement besoin d'un véhicule pour le lancement de votre entreprise ou parce qu'un nouveau collaborateur attend encore sa voiture de leasing ? Vancia Mobility Lease propose un large choix de voitures de transition.**

Le Vancia Car Center, véritable cœur battant de Vancia Mobility Lease et point central de notre flotte de véhicules de transition, a récemment bénéficié d'un relooking élégant. Grâce à une nouvelle signalétique en accord avec notre charte graphique actualisée, les clients trouvent désormais encore plus facilement leur chemin dans et autour du bâtiment.

## Suppression des zones à faibles émissions (ZFE) en France

### Quel impact pour vos vacances d'été ?



L'Assemblée nationale française a récemment adopté une proposition de loi visant à supprimer les zones à faibles émissions (ZFE, ou LEZ en anglais). Le vote - 98 voix pour, 51 contre - a suscité de vives réactions, tant sur la scène politique qu'auprès des automobilistes s'appêtant à traverser la France cet été.

Mais attention : ceux qui pensent que cette décision rend immédiatement le certificat Crit'Air inutile se réjouissent un peu trop vite. Cette proposition n'est en effet qu'une première étape. Le Sénat français doit encore l'examiner, et pourrait l'amender ou la rejeter. En attendant, les ZFE existantes et la réglementation en vigueur restent pleinement applicables. Si vous partez en vacances en France cet été, n'oubliez donc pas votre vignette Crit'Air. Avec un peu de chance, elle ne sera plus nécessaire l'année prochaine.





## Remboursement des recharges à domicile : les tarifs CREG pérennisés

**Vous avez rapidement besoin d'un véhicule pour le lancement de votre entreprise ou parce qu'un nouveau collaborateur attend encore sa voiture de leasing ? Vancia Mobility Lease propose un large choix de voitures de transition.**



Les employeurs peuvent continuer à rembourser les recharges à domicile des voitures de société électriques ou hybrides en se basant sur les tarifs forfaitaires de la CREG, et ce pour une durée indéterminée. C'est ce que précise la circulaire 2024/C/77 du SPF Finances, qui prolonge officiellement un système jusque-là temporaire.

Ces tarifs, publiés chaque trimestre, reflètent le coût moyen "all-in" de l'électricité résidentielle (énergie, réseau, taxes, TVA). Trois montants sont fixés, un par région. L'employeur peut choisir d'utiliser le tarif applicable au domicile du salarié ou, pour l'ensemble du personnel, le plus bas des trois – à condition de s'y tenir toute l'année.

Pour en bénéficier, la consommation liée à la voiture de société doit être mesurée par un compteur ou une borne intelligente installée à domicile, et le règlement interne de l'entreprise (car policy) doit prévoir ce mode de remboursement. Le montant remboursé ne peut jamais dépasser le plafond fixé, mais peut être inférieur.

L'administration accepte aussi, sous conditions, les remboursements déjà appliqués sur cette base avant janvier 2025. Le système est désormais pérenne, tant que les règles sont respectées.

Voici les montants remboursés pour chaque trimestre, dans chaque région du pays :

	Flandre	Bruxelles	Wallonie
1 <sup>er</sup> trimestre 2025	0,2822 €/kWh	0,3294 €/kWh	0,3256 €/kWh
2 <sup>e</sup> trimestre 2025	0,3194 €/kWh	0,3584 €/kWh	0,3617 €/kWh
3 <sup>e</sup> trimestre 2025	0,3456 €/kWh	0,3787 €/kWh	0,3843 €/kWh

Entretien avec Tim Boury, chef étoilé

# « La haute gastronomie est une expérience totale »

La Belgique ne compte actuellement que deux établissements arborant trois étoiles au Guide Michelin : Zilte à Anvers et Boury à Roulers. Le chef Tim Boury – l'un des plus jeunes chefs étoilés de notre pays – a accepté de nous accorder un moment pour parler de sa passion pour la gastronomie. Une passion qui dépasse largement la seule assiette du gourmet...



**Vous avez décroché trois étoiles Michelin à un âge remarquablement jeune, une performance exceptionnelle. Quel est le secret de cette ascension fulgurante depuis vos débuts en 2010 ?**

« Il n'y a pas vraiment de 'secret'. Dès le premier jour, nous avons visé l'excellence et nous avons toujours été cohérents dans cette démarche. Nous avons commencé modestement, avec pour objectif de bâtir une clientèle fidèle. Cela passe par une cuisine savoureuse élaborée à partir de produits d'exception, un service chaleureux, et un bon rapport qualité-prix. C'est un cheminement progressif. Nous sommes restés fidèles à notre concept de fine dining, où l'expérience et la sérénité à table priment. Cette ligne directrice, fondée sur des valeurs constantes, nous a permis de toucher un large public et de croître de manière organique. »



**Comment décririez-vous votre style culinaire à quelqu'un qui n'a encore jamais eu le plaisir de dîner chez Boury ?**

« Nous proposons une cuisine de produit : nous sélectionnons les meilleurs ingrédients de saison, en privilégiant les circuits courts. Nous travaillons avec des producteurs locaux – comme une fromagerie artisanale voisine plutôt qu'un vieux fromage importé du Sud de la France. Le goût prime, avec des plats profonds. L'ingrédient principal doit être identifiable au palais : un chevreuil

parfaitement cuit doit révéler toute sa saveur. Il s'agit de saveurs pures, où le produit s'exprime avec justesse, sublimé par des techniques raffinées. »

**Vous dirigez Boury en collaboration avec votre épouse Inge et votre frère Ben. Comment faites-vous pour que cette collaboration familiale reste harmonieuse ?**

« Travailler en famille présente des défis. L'essentiel, c'est une communication fluide et des règles claires.

Au travail, nos discussions portent uniquement sur le restaurant, l'équipe, les clients ou les fournisseurs. Ce sont des échanges sains. L'exigence est élevée, ce qui suppose de pouvoir s'exprimer franchement. Nous poursuivons tous le même idéal de perfection. En dehors du travail, nous évitons les sujets professionnels. Cela aide à maintenir un bon équilibre. Nous avons appris à distinguer vie privée et vie professionnelle, pour que nos conversations à la maison ne tournent pas uniquement autour du restaurant. »

**Dans un autre entretien, vous vous êtes décrit comme un perfectionniste, voire un "control freak", en cuisine. Comment trouvez-vous l'équilibre entre garder la main et savoir déléguer ?**

« Je suis présent 99 % du temps pour goûter, orienter, vérifier... mais je ne fais pas tout moi-même. Garder le contrôle, ce n'est pas tout exécuter, c'est mettre en place une structure solide.

Avec une brigade de 20 cuisiniers, je m'appuie sur quatre ou cinq sous-chefs qui incarnent et transmettent ma vision. Avoir des leaders solides et des collaborateurs d'exception est crucial. En goûtant et en maintenant un dialogue constant, je garde une vue d'ensemble sans perdre la maîtrise. »

**Votre restaurant est souvent décrit comme un lieu où l'expérience prime. Qu'est-ce qui rend une visite chez Boury si spéciale, et en quoi cela vous distingue-t-il d'autres établissements étoilés ?**

« Chez Boury, tout est centré sur l'expérience dans sa globalité. Nos hôtes pénètrent dans un cadre élégant et apaisant, avec une atmosphère chaleureuse. Notre équipe est attentive, devine et retient les préférences des clients, comme leur boisson favorite ou leur souhait d'avoir une table tranquille. Ce sont des détails simples – comme le fait de les appeler par leur nom – mais qui font toute la différence.

Nous ne voulons surtout pas d'un lieu figé ou guindé : l'ambiance doit être détendue, agréable, avec des sourires. Ce qui nous distingue d'autres maisons étoilées, c'est cette approche personnalisée et accueillante, où nous nous efforçons de répondre aux attentes de chacun. Ce n'est en rien une critique envers nos confrères : toutes les maisons étoilées visent l'excellence, chacune avec sa propre identité. »

**Votre clientèle est aussi très internationale. Comment mariez-vous les goûts locaux avec leurs attentes ?**

« Peu importe l'origine de nos clients – qu'ils viennent de la région, de Chine



ou des États-Unis – nous servons la même cuisine. Notre signature repose sur la pureté des saveurs, les textures, la justesse des cuissons et des produits locaux. On adapte simplement quelques éléments, comme le rythme du service – certains clients asiatiques, par exemple, mangent plus rapidement – mais la ligne culinaire reste inchangée. La Belgique possède une grande tradition d'hospitalité, et nous souhaitons que chacun, peu importe son parcours, en ressente l'empreinte ici. »

**Avec la Boury Academy – un programme de stages chez vous et dans des cuisines du monde entier – vous attirez de jeunes talents internationaux. Comment ces influences nourrissent-elles votre cuisine ?**

« Les autres cultures sont une vraie source d'inspiration, que ce soit dans les façons de cuisiner, les rituels ou même l'attitude en cuisine. Quelqu'un venant d'Inde ou du sud de l'Europe n'aborde pas la gastronomie de la même manière, et on le ressent. Grâce à la Boury Academy, ces influences viennent jusqu'à nous. Nous les appliquons ensuite à nos produits locaux. Par exemple, une technique venue du Pérou peut enrichir une recette ici. Cela stimule notre créativité, nous oblige à rester en éveil. »

**Vous êtes passionné d'automobile et ambassadeur de BMW. Trouvez-vous des similitudes entre votre métier et une voiture comme la BMW M5 que vous conduisez ?**

« En cuisine, on doit être à 100 %, exactement comme une voiture sportive. Durant un service de trois à quatre heures, tout doit être fluide, rapide, précis. C'est comme les performances d'une M5 : puissance maîtrisée et réactivité.

Un plat à la carte comme un turbot rôti à l'arête avec homard, c'est comme une M5 : élégant, raffiné, mais avec du caractère. Pour moi, l'ensemble du menu Boury est comparable à une conduite BMW : un équilibre entre surprise et confort, puissance et sophistication. »

**Quel plat cherchez-vous encore à perfectionner, et pourquoi ?**

« Je viens d'une famille de bouchers, et je pense que c'est là qu'est née ma passion pour la pâte en croûte. Ce plat me tient particulièrement à cœur. Il n'a plus vraiment la cote aujourd'hui – mes enfants n'en mangent presque jamais – mais je trouve ça fascinant. Obtenir la croûte parfaite, équilibrer les textures et les saveurs : c'est un vrai défi.

Et en tant que perfectionniste, je ne suis pas encore satisfait. Mais je continue, car c'est une tradition culinaire que j'aimerais préserver et élever. »

**La haute gastronomie est souvent perçue comme exclusive. Est-ce votre vision ou la volonté de rester accessible est-elle importante pour vous ?**

« L'accessibilité est au cœur de notre projet, depuis le premier jour. Nous voulons que celui qui économise pour une belle sortie se sente aussi bien accueilli que le client régulier. Pendant la pandémie, nous avons pu compter sur une clientèle locale fidèle, quand les visiteurs étrangers ont disparu.

Nous travaillons aussi sur notre notoriété. Mon épouse a participé à Masterchef Celebrity, mais nous faisons également du catering pour des événements comme l'E3 Saxo Classic. Nous voulons aussi toucher les jeunes, car ce sont eux les clients de demain. Participer à des événements caritatifs ou organiser

des démonstrations est un bon moyen de rester proches des gens. »

**Que mange un chef triplement étoilé à la maison ? Et cuisinez-vous aussi le week-end ?**

« Je goûte sans cesse au restaurant, donc à la maison, je préfère des choses simples : des boulettes sauce tomate, des frites, une salade... ou un plat plus exotique comme du pain naan aux herbes. Avec les enfants, on reste dans une cuisine familiale, mais toujours avec une petite touche maison.

C'est moi qui cuisine, oui, mais je prépare souvent les choses à l'avance, au restaurant. À table, on met les plats au centre et chacun se sert. C'est très décontracté. »

**Avez-vous encore le temps de sortir au restaurant ?**

« Oui, surtout le week-end. On aime aller chez des collègues, des grillades, ou de petites adresses conviviales. Nous avons nos habitudes, notamment avec les enfants. J'aime savourer de bons plats simples, que ce soit pour le plaisir, l'inspiration, ou simplement découvrir ce que d'autres proposent. »

**Avez-vous encore le temps pour des hobbies ?**

« Très peu. Avant, je faisais beaucoup de vélo, mais il prend maintenant la poussière depuis deux ans. Le week-end est dédié aux enfants – on joue au padel ensemble – et on profite de moments entre amis. On adore voyager, comme cet été au Japon. C'est une manière de se détendre et de découvrir : on choisit évidemment des endroits où l'on mange bien. »

**Merci pour cet entretien.**

Avec plaisir !



« Nous cuisinons de la même manière pour tous, qu'ils viennent de la région, de Chine ou des États-Unis. Notre priorité va aux saveurs pures, aux textures justes et aux cuissons parfaites, à partir de produits locaux. »



# Vancia 3.0

Plus digital...  
pour un service plus personnel

Quiconque s'est récemment rendu sur le site de Vancia a pu constater qu'un vent nouveau souffle sur l'entreprise. Ne dites plus Vancia Car Lease, mais Vancia Mobility Lease. Un changement de nom accompagné d'un nouveau logo... et d'une série d'évolutions que More a déjà eu la chance de découvrir !



« Nous sommes au début de l'ère Vancia 3.0 », explique Thibaut Martens, Marketing Manager, en présentant le nouveau logo de la société de leasing, ainsi que son nouveau nom. « Nous avons commencé sous le nom de Vancia Rent. Ensuite, ce fut Vancia Lease, un nom en phase avec une époque tournée vers le service et la location à long terme. Avec Vancia Mobility Lease, nous ouvrons un nouveau chapitre. La voiture y conserve une place centrale, mais ce n'est plus l'unique protagoniste. »

Un rebranding implique une remise en question en profondeur, jusqu'au nom lui-même. « On y a effectivement réfléchi, n'est-ce pas Piet ? », lance Thibaut à l'attention de Piet Coucke, le créatif à l'origine de la nouvelle identité visuelle via son agence AB Design, présent à la réunion Teams. « Finalement, nous avons choisi de ne pas changer ce nom. Les gens nous connaissent sous le nom de Vancia, et cela restera ainsi. Ce nom incarne notre esprit familial, notre histoire et notre proximité avec les clients. »

## D'un produit à un service

Et cette volonté de proximité reste au cœur du nouveau Vancia. Il s'agit toujours d'automobile, mais aussi de conseil en fiscalité, de solutions d'électrification avec tout l'écosystème qui va avec — recharge à domicile, cartes de recharge — et de services complémentaires comme les véhicules de transition. « Nous passons d'une logique centrée sur le produit — la voiture — à un positionnement axé sur le service », poursuit Thibaut. « Et nous allons plus loin que jamais pour maintenir nos clients en mouvement. Avec la voiture, bien sûr, mais aussi avec d'autres moyens comme le vélo. »

« C'est d'ailleurs ce qui justifie le choix de Mobility Lease », ajoute Piet Coucke. « Ce nouveau sous-titre, plus qu'un détail, saute aux yeux. La typographie adoucie souligne le lien personnel que nous souhaitons entretenir avec nos clients. Et ce n'est qu'un des éléments. »

Le nouveau logo de Vancia arbore désormais deux couleurs : un bleu professionnel, représentant la dimension B2B de l'entreprise, et un vert porteur d'espoir, symbole de durabilité — et ici de mobilité durable. Les deux teintes fusionnent dans un symbole en forme de 'V' : une plume verte évoquant l'écologie d'un côté, une autoroute bleue pour l'aspect business et automobile de l'autre. « Ce 'V', c'est bien sûr la première lettre de Vancia, mais c'est aussi un check mark : tout est en ordre, tous les aspects clés du leasing sont cochés. »

## Une digitalisation au service de l'humain

Ce logo n'est qu'une facette de la nouvelle identité visuelle de Vancia, annonciatrice d'un souffle de modernité dans les bureaux du siège à Courtrai. Thibaut nous confie que Vancia vient de déployer un nouvel ERP pour améliorer l'expérience client. Celui-ci comprend un portail client et une application destinée aux conducteurs et gestionnaires de flotte, leur permettant de trouver des réponses aux



questions pratiques : changement de pneus, démarches en cas d'accident, procédure de restitution du véhicule en fin de contrat... Ces deux plateformes seront bientôt lancées.

Mais qu'on ne s'y trompe pas : Vancia ne devient pas un acteur distant qui redirige tous ses clients vers des outils digitaux impersonnels. Thibaut est clair : « Nos collaborateurs passaient beaucoup de temps à gérer des questions générales, des demandes qui peuvent aujourd'hui être traitées facilement via un portail. »

« Cette digitalisation nous libère du temps pour ce qui compte vraiment : des conseils sur mesure, l'analyse des car policies, des entretiens personnalisés sur la fiscalité... Nous devenons plus digitaux d'un côté pour mieux valoriser la relation humaine de l'autre. La location personnalisée est remise à l'honneur. Nous continuons d'investir dans ce service sur mesure, avec par exemple un doublement de nos effectifs ces dernières années, en recrutant des experts spécialisés dans chaque facette du leasing. »

### Être vu

Avec sa nouvelle identité, Vancia entend se montrer plus visible que jamais. « Nous avons conçu cinq ou six visuels de campagne », raconte Piet. « L'idée est de les renouveler plus souvent qu'avant, idéalement tous les deux ans », précise Thibaut. Ces visuels seront utilisés sur divers supports : presse, réseaux sociaux, mais aussi pour des campagnes de recrutement.



Un visuel en particulier a immédiatement séduit les équipes de Vancia : celui d'une bague offerte... en réalité un volant. Une manière poétique de souligner le lien durable et personnel qui unit Vancia à ses clients, tel un mariage. Et en y regardant de plus près, on découvre que ce n'est pas un volant moderne : il provient d'une voiture ancienne, pour lui donner du caractère. Et en son centre, à la place d'un diamant, brille la lettre « V » de Vancia.

Alors... prêt à dire « oui » à Vancia Mobility Lease ?

Avec sa nouvelle identité, Vancia entend se montrer plus visible que jamais.

## Un nouveau site web

La nouvelle identité visuelle de Vancia s'étend à tous les canaux de communication de la société de leasing. Le site internet n'échappe pas à cette refonte et fait actuellement l'objet d'une mise à jour en profondeur. Son lancement est prévu très prochainement. « L'ancien site n'était plus vraiment dans l'air du temps, et la version mobile ne répondait plus aux attentes actuelles. Le nouveau site, quant à lui, aura une allure plus moderne et correspondra mieux à l'offre que nous proposons aujourd'hui », nous confie Thibaut, levant légèrement le voile sur ce qui s'annonce.





Jan Vandeputte – Galloo

« Nous sommes fiers de nos racines flandriennes : francs et directs, sans langue de bois ! »

Jan Vandeputte :  
« Une cotation en bourse limiterait notre flexibilité avec des obligations de rapports et de la bureaucratie. En tant qu'entreprise familiale, nous décidons vite : un projet arrive, on tranche immédiatement. »

**G**aloo n'est peut-être pas un nom qui parle immédiatement au grand public, mais cette entreprise familiale aux racines flandriennes est pourtant le leader européen du recyclage durable des métaux ferreux et non ferreux. Nous avons rencontré Jan Vandeputte, administrateur délégué, ainsi que Guy Hannosette, directeur commercial chez Vancia Mobility Lease..



### **Quelle est l'histoire de Galloo et comment l'entreprise s'est-elle développée ?**

Jan Vandeputte (JV) : « Galloo a été fondée en 1939 par mon grand-père, qui débutait modestement en ramassant de la ferraille à vélo avec une remorque. Après la Seconde Guerre mondiale, l'entreprise a rapidement pris de l'ampleur, notamment grâce à l'abondance de matériaux récupérables. Dans les années 60, mon père — ingénieur de formation — a repris la direction et introduit des techniques de séparation innovantes, inspirées d'industries comme celle du charbon ou des légumes.

En 1976, nous avons installé notre première déchiqueteuse, et en 1982, nous avons réussi à extraire plastiques et métaux non ferreux des déchets — une vraie percée à l'époque, alors que la plupart des concurrents envoyaient encore ces flux en décharge. En 1991, j'ai rejoint l'entreprise avec un focus sur le recyclage des plastiques, en partenariat avec le secteur automobile, notamment PSA (aujourd'hui Stellantis). Nous collaborons étroitement avec les constructeurs pour améliorer la recyclabilité de leurs véhicules, en remplaçant par exemple certains composants décoratifs difficilement recyclables par des alternatives plus durables. Aujourd'hui, Galloo traite quelque 1,3 million de tonnes de matériaux par an — plastiques, aluminium, cuivre — dont 900.000 à 950.000 tonnes sont exportées, principalement vers des marchés comme la Turquie ou l'Égypte, faute de débouchés suffisants localement. »

### **Quel est le rôle actuel de Galloo dans le secteur du recyclage, et comment l'entreprise a-t-elle évolué au fil des décennies ?**

JV : « Galloo est active dans le recyclage des métaux et des plastiques issus de flux complexes, comme les véhicules hors d'usage, les appareils électroménagers ou encore les équipements électroniques. Le secteur a profondément changé, en particulier sur les plans de l'efficacité et de la durabilité. Dans les années 60, on se contentait de compresser les voitures pour les envoyer directement à la fonderie. C'était un gaspillage, car mélanger cuivre, fer et aluminium nuit à la qualité du produit recyclé. Aujourd'hui, nos machines déchiquettent les véhicules pour séparer les matériaux. Grâce à des aimants, nous extrayons le fer, et des systèmes d'aspiration éliminent plastiques et caoutchouc. Nous avons été parmi les pionniers de ces technologies.

Nos installations tournent 24h/24 et 7j/7, avec une capacité de traitement de 30 à 35 tonnes par heure — contre 10 tonnes en moyenne chez nos concurrents. Nous sommes également actifs dans la déconstruction navale de cargos et de navires militaires, une opération complexe à cause de la présence d'amiante et d'huiles, qu'il faut éliminer avant traitement. En 2002, nous avons repris un site à Gand spécialisé dans ce domaine, capable de démanteler des navires de 4.000 à 6.000 tonnes. Enfin, nous pressons les déchets d'acier pur issus de grandes entreprises industrielles, comme Volvo Cars à Gand, pour qu'ils soient réutilisés directement en fonderie. Cette diversification constante est l'un des

piliers de notre stratégie — et elle reste essentielle pour garantir l'avenir de Galloo. »

### **Comment gérez-vous le recyclage des plastiques ?**

JV : « Nous extrayons les plastiques des véhicules et les trions par familles : ABS, polypropylène, polystyrène... Ces matériaux sont très recherchés par l'industrie automobile, notamment Stellantis, car leurs alliages permettent de fabriquer de nouvelles pièces, comme des pare-chocs ou des tableaux de bord. Nous fournissons ces plastiques à des entreprises de moulage par injection, qui les transforment en composants neufs. C'est l'un de nos points forts dans le secteur. Nous visons un taux de recyclage maximal, actuellement autour de 98 %. Il reste toujours une fraction résiduelle qui finit en décharge, mais nous œuvrons à la réduire encore. »

### **Le secteur automobile évolue vite. Quel impact a l'électrification ?**

JV : « Les véhicules électriques posent de nouveaux défis. Nous ne traitons pas les batteries nous-mêmes : elles sont retirées en amont et envoyées vers des acteurs spécialisés comme Umicore. Nos équipes suivent des formations spécifiques pour intervenir en toute sécurité sur ces véhicules à haute tension. Même l'extraction des batteries comporte des risques. »

### **Quelle est la taille actuelle de Galloo ?**

JV : « Nous comptons 45 sites répartis en Belgique, France et aux Pays-Bas, avec 800 collaborateurs fixes et 200 à 250 sous-traitants. Notre chiffre d'affaires annuel avoisine les 600 millions d'euros, selon les prix



des matières premières que nous revendons. Ces prix varient selon la conjoncture économique, l'offre et la demande. C'est pourquoi nous avons toujours misé sur la diversification. Ne pas dépendre d'un seul marché est essentiel. L'investissement est également une priorité : chaque année, nous consacrons entre 50 et 62 millions d'euros à de nouvelles technologies, comme des broyeurs ou des systèmes de flottaison, avec un plan d'investissement étalé jusqu'en 2030. »

#### **Et quel avenir pour Galloo ?**

JV : « Notre ambition reste d'innover pour améliorer les taux de recyclage et limiter les déchets ultimes. Les véhicules électriques et les matériaux émergents exigent de nouvelles approches techniques. Nous poursuivons notre croissance par des acquisitions et des investissements. Cela s'accompagne parfois de douleurs de croissance, que nous gérons avec une structure plus professionnelle. Les grandes décisions sont désormais prises en concertation avec le conseil d'administration. Je travaille également au quotidien avec le CEO. Galloo reste une entreprise familiale. Est-ce que ce sera toujours le cas demain ? L'avenir le dira. Mes enfants sont encore jeunes, il est trop tôt pour savoir s'ils voudront ou non reprendre le flambeau. »

#### **Vous venez de le dire : une entreprise familiale. Avez-vous déjà envisagé une introduction en bourse ou un apport de capital externe ?**

JV : « Nous avons étudié cette option, mais une cotation en bourse limiterait notre flexibilité avec des obligations de rapports et de la bureaucratie. En tant qu'entreprise familiale, nous

décidons vite : un projet arrive, on tranche immédiatement. Nous sommes proches de nos clients et agiles. C'est notre force. Et puis, j'ai grandi dans cette entreprise. J'ai conduit des chariots élévateurs et des camions quand j'étais jeune. Je connais tous les rouages. Aujourd'hui, je gère encore tous les achats. Cette expérience façonne l'avenir de l'entreprise. »

#### **Quelle importance accordez-vous à l'identité ouest-flamande pour Galloo ?**

JV : « Nous sommes fiers de nos racines ouest-flandriennes. Cela signifie être direct, sans détour. C'est notre atout, tout en respectant d'autres cultures. En France, où près de la moitié de notre activité se concentre, les mentalités diffèrent. Les Français valorisent les titres et les formalités, nous sommes plus francs. Ça peut heurter, mais on s'adapte. Les entrepreneurs ouest-flamands incarnent aussi le dynamisme et l'initiative, des valeurs que nous partageons avec notre partenaire Vancia Mobility Lease. »

#### **Depuis quand collaborez-vous avec Vancia Mobility Lease ?**

Guy Hannosette (GH) : « Depuis le début des années 2000, ça fait un bail. »

#### **Comment vous êtes-vous rencontrés ?**

JV : « Par une connaissance qui était déjà cliente de Vancia Mobility Lease. C'est comme ça que tout a commencé. »

GH : « Exact, le bouche-à-oreille reste notre meilleure façon d'attirer de nouveaux clients. »





« Nous visons un taux de recyclage maximal, actuellement autour de 98 %. Il reste toujours une fraction résiduelle qui finit en décharge, mais nous œuvrons à la réduire encore. »

### Jan Vandeputte

**JV :** « Quand quelqu'un vous dit que le service est top, ça vaut plus que n'importe quelle pub. Des actes, pas des paroles... et c'est ce qu'on reçoit de Vancia Mobility Lease. Leur envergure et leur approche locale nous complètent. Il y a peu de turnover chez leurs contacts, ce qui garantit continuité et confiance. Nous ne sommes pas un numéro, ils nous connaissent. Besoin d'un véhicule temporaire ? Il est là en un rien de temps. Je ne sais même pas s'ils sont les moins chers, et peu importe. C'est le service qui prime. Réagir rapidement et venir avec des solutions concrètes. »

**GH :** « Merci pour le compliment, Jan. Un point clé au début de notre collaboration : Galloo est actif en France, comme nous. Gérer des flottes transfrontalières n'est pas toujours simple. Notre expertise dans ce domaine est appréciée par Galloo. »

### À quoi ressemble votre flotte aujourd'hui ?

**JV :** « Plus de 100 véhicules en Belgique et en France, principalement via des shortlists avec des marques comme Peugeot, BMW, Mercedes et Volkswagen. Les nouveaux employés reçoivent, par exemple, une Peugeot 208, tandis que les ingénieurs expérimentés ont plus de choix. Je garde un œil sur les achats pour optimiser coûts et efficacité. Nos garages

locaux, qu'on connaît bien, facilitent le processus. »

### Des véhicules électriques pour l'entreprise ?

**JV :** « Oui, la question ne s'est pas posée longtemps. Nous évoluons dans un secteur durable, il faut être cohérent, y compris pour la mobilité. L'expertise de Vancia Mobility Lease a été cruciale. L'offre en voitures électriques est bien plus vaste qu'il y a quelques années. Un partenaire de leasing avec du savoir-faire, y compris fiscal, aide à faire les bons choix. Certains employés craquent pour une voiture sans connaître l'Avantage de Toute Nature. Avec Vancia, je les oriente vers des options plus avantageuses financièrement. »

### Conduisez-vous une voiture électrique ?

**JV :** (rit) « Non, je suis plutôt du genre moteur V8 rugissant et Porsche. Comme ma femme, d'ailleurs, et même mes enfants, malgré leur jeune âge, sont déjà passionnés. On aime les voitures sportives... à condition qu'elles aient un moteur à combustion. Mais ce sont des véhicules 100 % privés, que je finance moi-même. Il faut bien s'amuser un peu dans la vie. Une belle voiture, un bon resto de temps en temps... ce genre de plaisirs. Sur ce dernier point, Guy et moi, on se retrouve pas mal. » (rit).

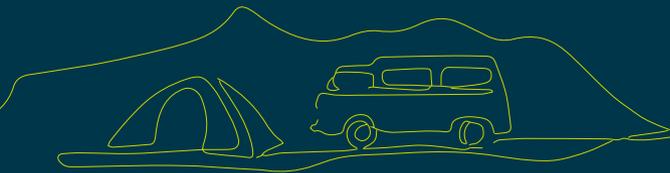


Jan Vandeputte:  
« Nous ne sommes pas un numéro chez Vancia Mobility Lease. Ils nous connaissent. C'est le service qui prime. Réagir rapidement et venir avec des solutions concrètes. »



# Quand les marques automobiles vous facilitent le **camping**

**P**as encore de projet pour les vacances d'été ? Vous avez envie de tenter l'aventure du camping, mais vous n'avez ni mobil-home ni camping-car à disposition ? Certains constructeurs automobiles ont pensé à vous — ou à tout amateur de bivouac improvisé — en développant des solutions astucieuses pour transformer votre voiture en mini camping-car, sans exploser le budget et faire avec ce que la voiture vous propose !



La pandémie et la prise de conscience écologique ont poussé beaucoup d'entre nous à repenser nos façons de voyager. Moins d'avion, plus de routes, avec des camping-cars, des mobil-homes ou des vans aménagés. Mais ces options ont un coût, et les camping-cars sont de plus en plus rejetés des centres-villes, tandis que les aires dédiées débordent en haute saison. Pour retrouver une certaine liberté sans trop dépenser, certaines marques automobiles proposent des solutions ingénieuses pour transformer votre voiture en mini camping-car.

## **V2L : La voiture devient une prise**

Parmi les technologies développées par les constructeurs, notamment sur les modèles électriques, figure le V2L

(Vehicle-To-Load). Le principe est simple : utiliser la batterie du véhicule comme source d'énergie pour vos appareils domestiques. Grâce à un adaptateur dédié, la voiture se transforme en prise électrique, puisant directement dans sa batterie. Ainsi, vous pouvez alimenter un téléphone, un ordinateur, une bouilloire, un appareil à grillades... et vous passer du gaz, avec les risques que cela comporte. Ce système vous permet donc d'être autonome en électricité. Bien sûr, il puise dans l'autonomie du véhicule, mais reste modérément gourmand. Cette technologie se généralise progressivement. Kia et Hyundai ont ouvert la voie avec la Ioniq 5, les EV6, EV9 et EV3. Renault l'a intégrée à la nouvelle R5. BYD et MG la proposent aussi sur plusieurs modèles. On la

retrouve enfin chez Peugeot et Dacia. Naturellement, elle n'existe que sur les modèles 100 % électriques.

## **La solution de Dacia pour dormir où vous voulez**

L'art du camping repose aussi sur une bonne habitabilité et une gestion intelligente de l'espace. Les vans et camping-cars sont conçus pour ça, mais dans une voiture, l'aménagement devient plus complexe si l'on veut un peu de confort sans trop s'encombrer. Heureusement, Dacia a anticipé le besoin avec son Pack Sleep.

Lancé d'abord sur le Jogger, ce pack est désormais disponible sur le Duster et le tout nouveau Bigster. Il permet de transformer le véhicule en couchage grâce à un caisson en bois logé



dans le coffre. Celui-ci se déplie en un lit deux places de 190 cm par 130 cm, jusqu'au hayon. Une fois replié, il offre un rangement de 220 litres, caché sous le cache-bagages. Une tablette escamotable intégrée permet même de dîner à l'abri du hayon. Léger (50 kg), le caisson se retire facilement. Il est aussi possible d'ajouter des stores occultants ou une tente extérieure à fixer à l'arrière. Résultat : votre Dacia se transforme en véritable tente roulante.

#### **Tesla tient au chaud**

Aux États-Unis, longs trajets et soif d'aventure vont de pair. Tesla l'a bien compris et a conçu une fonction pensée pour voyager sans subir le froid, quel que soit l'endroit où l'on s'arrête, tout en continuant à alimenter ses

appareils. Ce mode permet d'utiliser les ports USB et la prise basse tension tout en maintenant une température agréable à l'intérieur. L'écran central reste actif, donnant accès à la musique, à Internet, aux jeux et aux contenus du système multimédia Tesla. Le tout est pensé pour garantir un confort optimal lors de pauses prolongées dans l'habitacle, que ce soit pour dormir ou voyager avec un enfant.

#### **Le mini devient maxi pratique**

Outre la technologie V2L, la nouvelle Instar de Hyundai mise sur une ergonomie bien pensée. Malgré ses dimensions compactes (moins de 4 m de long, 1,60 m de large, 1,50 m de haut), elle permet de rabattre tous les sièges pour obtenir une surface plane, idéale pour un matelas gonflable. À

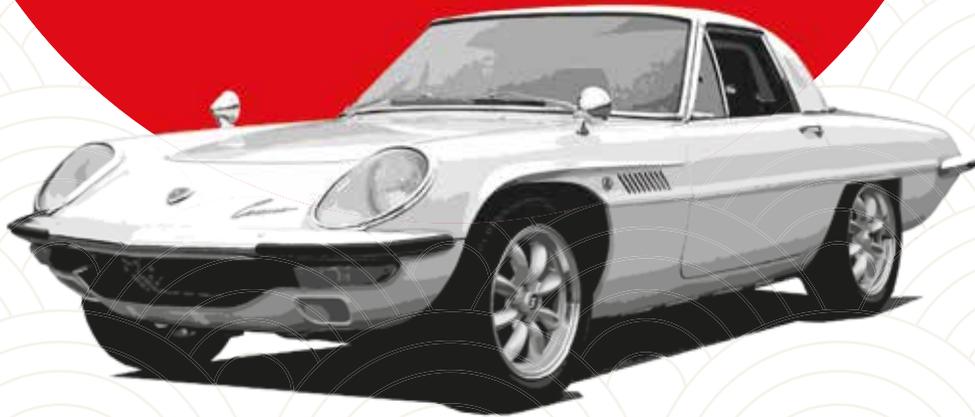
l'image de la Twingo, elle surprend par son habitabilité, en particulier dans sa version Cross, plus haute et équipée d'une galerie de toit, qui en fait une compagne de voyage étonnamment polyvalente pour camper (presque) n'importe où !

#### **Camper en 911 ? Même pas peur !**

Si la plupart des solutions présentées sont assez rudimentaires, certaines marques visent le haut de gamme. C'est le cas de Porsche, qui propose des barres de toit et une tente compatible avec ses modèles, y compris la mythique 911. Pour un peu plus de 5 000 euros, vous pouvez donc dormir au-dessus de votre sportive afin de mêler plaisir de conduite et nuits à la belle étoile, avec style.

03.07.25 - 31.08.25

# BIG IN JAPAN



PLUS D'INFOS



EXPOSITION À AUTOWORLD  
PARC DU CINQUANTAIRE 11, 1000 BRUXELLES  
AUTOWORLD.BE



AUTOWORLD  
BRUSSELS



SOFITEL  
BRUSSELS EUROPE





# 5 proverbes plutôt... savoureux



Entretien avec le chef triplement étoilé Tim Boury oblige : nous avons compilé cinq proverbes fréquemment utilisés en ch'timi, utilisant des termes « gastronomiques ». Enfin, disons qu'il s'agit d'expressions courantes intégrant des termes liés à la cuisine et/ou à sa pratique... sans forcément avoir un sens culinaire. Nous avons procédé comme suit : l'expression ch'timi, sa traduction littérale et ensuite, sa signification ou son interprétation.

1.

**Ch'n'est point tout d'cueillir un chou dins ch'courtil, i faut cor avoir de l'crache pou'l'cuire.**

*Il ne suffit pas de cueillir un chou dans le jardin, encore faut-il avoir de la graisse pour le cuire.*

Pour obtenir un plat succulent, il faut y mettre le prix.

2.

**Il est amanché comme eun'poulouche.**

*Il est emmanché comme une poulouche.*

*(La poulouche est une grande louche en bois d'une seule pièce : pas besoin de l'emmancher)*

Il est malhabile.

3.

**Un pourcheau qui fait fait s'mote, ch'est l'mitan de s'nourriture.**

*Un cochon qui n'en fait qu'à sa tête, c'est la moitié de sa nourriture.*

Celui qui vit à son gré sans écouter les conseils ne doit pas venir se plaindre par la suite.

4.

**In sint bin par es'bouque commint qu'in aute i peut minger.**

*On sent bien par sa propre bouche comment un autre peut manger.*

Chacun ses goûts ou chacun son vécu !

5.

**All est bellotte comme in oignon :in n'peut point l'raviser sans braire.**

*Elle est belle comme un oignon : on ne peut pas le regarder sans pleurer.*

C'est une manière humoristique de dire d'une femme ou d'une fille qu'on la trouve laide.



# Carglass® LE spécialiste ADAS

Les systèmes d'aide à la conduite, ou *advanced driver assistance systems* (ADAS), rendent la conduite plus sûre. Des caméras et capteurs sur et autour des vitres automobiles veillent en permanence. Mais s'ils se dérèglent, une **expertise spécialisée** est indispensable. Par exemple lors d'un remplacement de pare-brise.

Les constructeurs automobiles imposent donc des **règles précises** : toute intervention qui affecte un système ADAS doit être suivie d'un recalibrage conforme aux prescriptions. Après chaque remplacement de pare-brise, Carglass® applique strictement ces instructions.

Pionnier du recalibrage des systèmes d'aide à la conduite et de sécurité sur le marché de remplacement, nous avons été les premiers à investir dans la formation, l'équipement et la **technologie**. Aujourd'hui, nous restons à la pointe du **recalibrage de précision**. Grâce à une technologie numérique guidé par un logiciel de diagnostic puissant. Compatible avec **99,9 % des marques**. Et d'une précision exceptionnelle.

Savoir-faire, technologie et confiance, jusque dans les moindres détails : ainsi, vos conducteurs prennent la route **en toute sécurité** et la **garantie constructeur** reste intégralement valable.



Réservez en ligne [carglass.be](https://carglass.be)