



Une édition pour les 100 ans de Niko.
C'est 100 ans d'innovation, de regard tourné vers l'avenir,
et de nouvelles fonctionnalités qui vous facilitent la vie.

L'histoire de Niko en bref 2

La révolution électrique 3

Le processus de production au milieu de la XXe siècle 4

Les alliés de Niko 5

Le Delvaux parmi les interrupteurs 5

Bo-Niko 6

Produire différemment et durablement 6

Niko récompensée avec l'award « Factory of the Future » 7

Je suis 'chez Niko' depuis ma naissance

INTERVIEW AVEC JO DE BACKER

Que signifie pour vous de diriger une entreprise familiale en tant que 3ème génération?

Cela comporte bien sûr une certaine responsabilité envers les générations précédentes et les futures générations. D'une part, vous voulez continuer à bâtir sur ce que les générations précédentes ont accompli, et surtout maintenir le niveau atteint, pendant que vous éprouvez également le besoin d'agir selon votre propre intuition et de trouver des réponses aux défis auxquels l'entreprise est confrontée. Et évidemment votre grand souhait est de pouvoir transmettre plus que ce que vous avez reçu vous-même.

En même temps, il y a ce souvenir de mon enfance, où mon père m'emmenait à l'usine. J'étais fasciné par tout ce que je voyais, surtout par tout ce qui touche à la technologie; et plus tard, j'ai fait des boulots d'étudiant chez Niko. En fait, on peut dire que je travaille depuis presque 60 ans chez Niko – je suis 'chez Niko' depuis ma naissance.

J'ai également participé régulièrement à des ateliers où l'on parle des valeurs de Niko. Et c'était assez difficile pour moi au début, parce que personne ne m'a jamais parlé des valeurs de Niko de cette façon. Dans une entreprise familiale, les choses sont réalisées d'une certaine façon parce qu'il en est ainsi, et cela se transmet de génération en génération. Mais en fin de compte, nous avons réussi à saisir ces 'valeurs familiales' dans huit règles de base (non négociables) qui reflètent très bien ce que Niko représente et ce que cela signifie lorsque vous faites des affaires avec nous.

Ces principes sont aujourd'hui connus et appliqués lors de la prise de décisions et dans le comportement de tous les membres de notre organisation.

Quel est le secret pour arriver à 100 ans?

Bien sûr, cela n'arrive pas par hasard. Je pense que cela a beaucoup à voir avec les valeurs dont nous parlions tout à l'heure et avec la façon dont il faut en tenir compte chaque jour. Par exemple, l'une de nos valeurs fondamentales est 'Niko ne vous

déçoit jamais'; cela signifie que nous ne nous contentons pas de vous vendre un produit, mais que nous nous efforçons d'établir des relations à long terme avec nos clients. La qualité et la facilité d'installation des produits Niko sont des facteurs importants à cet égard. Et s'il y a un problème avec un produit, ou si vous avez besoin d'aide pour l'installation ou la configuration d'une application, vous pouvez en tant qu'installateur, toujours faire appel à notre service après-vente.

Chez Niko, nous nous considérons comme un 'compagnon de route' de l'installateur; nos produits sont conçus pour être installés facilement, en un minimum d'étapes. Au cours du processus de développement, lors de sessions Nikovation, les installateurs sont impliqués dans l'évaluation et l'amélioration des concepts proposés.

Pour moi, la relation que nous entretenons avec les grossistes a également été un facteur important au cours de ces 100 ans. Niko vend ses produits exclusivement par l'intermédiaire du canal des grossistes et dispose d'un excellent niveau de service dans la fourniture de ce canal. Les grossistes savent qu'ils peuvent compter sur nous, et nous sommes sûrs que nos produits sont disponibles partout!

Quels sont les changements que vous avez constatés au cours des 30 dernières années que vous travaillez chez Niko?

Une des grandes différences que je remarque, est que j'entends encore rarement l'argument selon lequel quelque chose n'est pas réalisable techniquement. Je me souviens quand j'étais jeune, que mon père disait régulièrement: 'Nous avons une bonne idée, mais nous ne pouvons pas la réaliser parce que la technologie n'a pas assez évolué, ou parce que certains composants sont trop chers'. Il y avait donc des raisons techniques pour lesquelles nous ne pouvions pas réaliser une idée. Et cela signifiait généralement la fin de la discussion au sujet d'un nouveau produit.

Aujourd'hui, nous entendons encore rarement dire que quelque chose est techniquement impossible. La tech-



nologie n'est plus une contrainte, mais une incitation à faire progresser nos produits. Cela signifie aussi que nous sommes maintenant confrontés à d'autres questions, comme 'Que voulons-nous signifier pour nos clients avec nos nouveaux produits?'. En plus, les nouvelles technologies soulèvent également la question 'Nos clients vont-ils l'accepter?' Vous changez non seulement votre modèle économique, mais aussi les moments d'utilisation pour le client! Les problèmes à résoudre se situent donc plus du côté des consommateurs que du côté de la technologie.

Quels sont les principaux défis auxquels Niko devra faire face?

Suite à l'évolution décrite ci-dessus, nous aurons besoin de mieux connaître les besoins du client, savoir ce que le client recherche, même s'il ne le sait pas encore lui-même! C'est pourquoi, dans le domaine des études de marché, nous travaillons

de plus en plus avec des groupes de discussion pendant le processus de développement. Nous présentons des évolutions possibles d'un produit aux installateurs, aux consommateurs, aux architectes... pour obtenir leur avis, pour savoir comment ils l'acceptent. Cela nous permet de faire des ajustements dans la phase de développement. Si vous n'arrivez pas à évaluer correctement l'acceptation par vos clients, vous avez un gros problème.

La numérisation est également un défi très important pour nous, également lié au fait que les barrières traditionnelles de lancement sur un marché ne sont plus applicables. Cela exige une toute autre façon de penser et fixe des exigences quant à la manière dont nous devons évoluer en termes de technologie et de production. L'investissement pour créer un produit est également beaucoup plus important. Il faut penser en systèmes et non en produits, et il faut

avoir accès à un marché plus vaste pour être en mesure de récupérer un investissement.

Il faudra en outre répondre à un certain nombre de questions concernant la coopération avec les canaux de distribution et leur rôle dans le lancement sur le marché. La coopération au sens le plus large du terme déterminera le succès des distributeurs, des installateurs et le nôtre; chacun a son rôle à jouer dans la chaîne de valeur, du fabricant au consommateur. Il faut avoir l'esprit ouvert et être prêt à remettre en questions les habitudes du passé et à essayer de nouvelles choses. Des questions telles que: quel est le rôle des distributeurs? Qui est responsable du support et des mises à jour des installations numériques? Qui s'occupe du logiciel et aide le consommateur dans son utilisation? ... auront besoin d'une réponse. Et ces questions n'ont rien à voir avec la technologie, mais avec la collaboration!

L'histoire de Niko en bref

Nous sommes en avril 1919, moins de six mois après la fin des bruits des bottes et des canons de la Première Guerre Mondiale. La guerre n'a pas seulement fait trembler le monde, mais l'a littéralement bouleversé. Les développements technologiques de la deuxième révolution industrielle ont en partie décidé de l'issue du conflit et provoqué un nombre record de victimes. Il est donc permis de penser que la révolution industrielle est en partie responsable de plusieurs autres révolutions, à la fois aux plans politique, économique, mais aussi social. Même si la guerre est terminée, les temps restent mouvementés.

Cette situation n'empêche pas deux frères audacieux de Saint-Nicolas-Waes de lancer leur petite entreprise le 1er avril 1919 dans le secteur relativement nouveau de l'électricité. Vu le caractère encore exclusif de l'éclairage domestique électrique, la clientèle pour des produits comme les interrupteurs et les prises électriques est encore rare. Mais ces produits connaissent un développement fulgurant et la demande est déjà bien présente. Les frères De Backer l'ont compris et décident de tenter leur chance sur ce nouveau marché. L'aîné, Werner, âgé de 31 ans, est électricien et donc parfaitement au courant des aspects techniques. A 26 ans, Alfons est comptable et dispose de toutes les compétences pour gérer les finances et l'administration de la jeune entreprise.

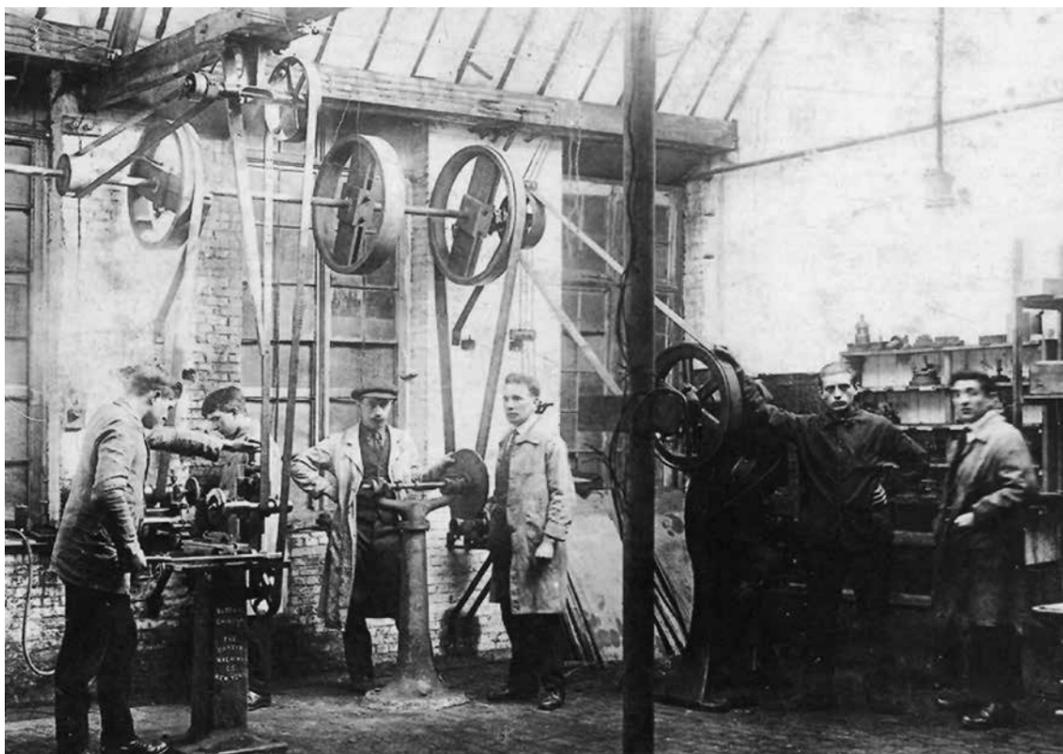
Le nom officiel de la société est Ateliers de Construction Electriques Niko 'Werner De Backer en Broeder'. Le mot Niko se réfère aux liens étroits que l'entreprise entretient avec la

ville de Saint-Nicolas – Sint-Niklaas en néerlandais – parfois aussi appelée Sint-Nikolaas. Les frères installent leur siège social au numéro 22 de l'Ankerstraat, en plein centre-ville. L'atelier où seront produites les premières pièces est situé dans la Mercatorstraat, une rue plus loin. Les frères Werner et Alfons disposent d'un espace mis à leur disposition par un ami de la famille, Lucien Reychler. Les frères achètent un tour d'occasion, une presse à métaux, ainsi que d'autres équipements, et lancent la fabrication de leurs premiers interrupteurs et prises électriques. Vu que la demande est encore limitée, la presse à métaux est surtout utilisée pour produire des chaînes de vélos.

En 1920, l'entreprise déménage dans la Lindenstraat à Saint-Nicolas, où elle restera jusqu'au début des années 1970.

Les premiers interrupteurs et prises de courant étaient produits en porcelaine, mais dans les années 1920, la bakélite thermodurcissable a gagné en popularité. En 1928, la jeune société Niko achète sa première presse à bakélite et commence à fabriquer des interrupteurs et des prises en bakélite.

Les deux frères n'ont cessé de développer leurs activités, non seulement en Belgique, mais également en dehors des frontières. Les Pays-Bas et la France sont considérés comme des marchés à opportunités, mais l'exportation n'est pas toujours facile. L'entreprise a survécu à la Seconde Guerre mondiale sans difficultés majeures et a pu bénéficier, après la reconstruction, du pouvoir d'achat croissant d'un public toujours plus large.



Dans les années 1950, Leo et Joseph, les fils d'Alfons, succédèrent à Werner et Alfons. En tant que nouvelle génération, ils ont introduit des techniques de production plus modernes et ont connu un succès international avec le développement de l'Inter 70, le premier interrupteur de luxe. Ils ont également lancé les luminaires Bo-Niko et, sous leur direction, la première évolution vers l'électronique est un fait, entre autres avec le développement d'un premier variateur de lumière.

Pendant ce temps, les bâtiments de la Lindenstraat sont arrivés à la limite de leur capacité. Dans un premier temps, une solution sera trouvée en construisant une nouvelle usine dans l'Industriepark Noord, où la production de Bo-Niko sera installée. Mais l'espace dans la Lindenstraat demeure trop restreint et il est de plus en plus difficile de maintenir une usine dans le centre de la ville. C'est pourquoi Niko s'installera en 1972 dans l'Industriepark West à Saint-Nicolas, où toutes les activités se rejoignent à nouveau. Niko poursuit sa croissance dans le

domaine du matériel de commutation, et les variateurs sont également un secteur de croissance important. Au cours des années 1980, Niko se concentre sur les interphones et plus tard sur les vidéophones. A cette fin, Niko a acquis en 1988 une participation majoritaire dans la société électronique Sydec à Saint-Nicolas, une société spécialisée dans les applications électroniques et la vidéo. Avec la montée en puissance des lampes halogènes au début des années 1990, il faut prévoir des transformateurs pour les variateurs de Niko; dans ce contexte, Niko acquiert en 1992 la société Erea à Wijnegem, un fabricant renommé de circuits imprimés et de transformateurs. Après plusieurs années d'expérience en tant que directeur commercial chez Niko, Jo De Backer, l'un des fils de Joseph, prend la direction de Niko en 1993. Ensemble avec ce transfert de génération un nombre de nouveaux défis fascinants se présentent: l'essor d'Internet, les premiers téléphones mobiles, ... bref, la révolution numérique est prête à exploser. Dans un premier temps, Jo se concentre sur la digitalisation des processus administratifs en utilisant au maximum des PC dans l'entreprise.

En 1997, Niko franchit une nouvelle étape dans l'ère numérique avec l'introduction de Nikobus, un premier système domotique simple à configurer pour l'installateur et qui propulse Niko sur la carte en tant qu'acteur innovant dans ce domaine. En 2011, Nikobus aura un successeur avec Niko Home Control, dont la simplicité et la facilité d'utilisation ainsi que le budget abordable pour le consom-

mateur demeurent les principaux atouts.

En outre, Niko continue d'automatiser ses processus de production pour les produits fabriqués en grandes quantités, jusqu'à l'introduction de machines à intelligence artificielle en 2018. Pour la production de petites séries, un système de cellules de travail autonomes est mis en place; il s'agit d'une organisation du travail innovante qui offre la liberté aux employés d'organiser leur propre travail. Niko réussit ainsi à continuer à produire la grande majorité de ses produits en Belgique. Au niveau des reprises d'autres sociétés, Jo poursuit l'exemple de la génération précédente, mais au niveau international; il est le premier à comprendre qu'en dehors des interrupteurs, différentes formes d'automatisation des commandes émergent. Niko acquiert ainsi en 2008 la société danoise Servodan et en 2014 la société suisse Züblin, toutes deux très actives dans le domaine des détecteurs. En outre, les deux entreprises sont des couloirs vers d'autres marchés internationaux, d'une part vers la Scandinavie et d'autre part vers l'Europe centrale. C'est ainsi que Niko est devenue une entreprise avec un chiffre d'affaires de 175 millions d'euros en 2018, avec plus de 700 employés et des filiales dans 10 pays...

Apprenez encore plus sur l'histoire de Niko dans le livre 'Les 100 ans de Niko - Illuminating Ideas'



Toute une vie chez Niko

À la fin des années 1960, Polleke Smet célèbre ses cinquante ans de carrière chez Niko. Il est le tout premier employé de l'entreprise et travaillait déjà pour les frères De Backer avant la création de la nouvelle société. Polleke avait 15 ans quand il a commencé à travailler chez Niko. Il bénéficie d'un statut particulier de « protégé » de la famille. Polleke est un peu la mascotte de l'usine car il a grandi avec la société. Il se lave, mange et boit chez Niko et ne rentre chez lui que pour dormir.

Polleke travaille comme coursier dans la Lindenstraat et livre partout les commandes à vélo. Il connaît par cœur tous les noms et adresses des clients. Les travailleurs et travailleuses lui demandent régulièrement de petits services. Il poste leur courrier ou leur achète des cigarettes. En échange, ils lui offrent de la nourriture et des boissons. Lorsque Niko déménage dans le parc industriel en 1972, Polleke suit. Il s'occupe du transfert de courrier entre les différents départements et joue le rôle de portier pour les camions qui entrent et sortent de l'entreprise. Polleke Smet ne quittera Niko qu'à un âge avancé.

La révolution électrique

Au début du XXe siècle, les avis sur l'électricité sont partagés. Certaines personnes estiment que c'est une invention dangereuse et souhaitent qu'elle soit bannie des habitations. Mais d'autres, comme les frères De Backer, lui prédisent des jours prometteurs au niveau domestique. L'avenir leur donnera raison.

En 1919, l'électricité existe déjà depuis près de deux siècles. Dès le début du XVIIIe siècle, les scientifiques ont mené des expériences avec des corps conducteurs, des charges positives et négatives, des éclairs et du courant. Au XIXe siècle, des ingénieurs et inventeurs ont créé des applications électriques pour l'industrie et les services publics. Le télégraphe et le téléphone ont réussi à percer grâce à l'électricité. Malgré tout, il faudra patienter avant que cette nouvelle source d'énergie trouve sa place dans la vie quotidienne. Ce n'est que dans la seconde moitié du XIXe siècle que l'électricité sera utilisée dans des applications pratiques quotidiennes. Les hôtels, grands magasins et usines seront les premiers à s'éclairer à l'électricité.

Au départ, l'électricité était généralement produite sur place. Mais grâce à l'utilisation de câbles en cuivre, elle a ensuite pu être générée sur des sites plus éloignés et transportée sur de plus longues distances. Les villes et communes ont progressivement installé des câbles électriques destinés à l'éclairage public. En Belgique, les premières communes ont commencé peu avant la Première Guerre mondiale à passer du gaz à l'électricité. Désormais, toutes les lanternes peuvent être allumées en même temps, ce qui représente une grande amélioration par rapport aux lampes au gaz, qui devaient être allumées une par une. Les grandes entreprises de production d'électricité s'occupent de la distribution à partir de leurs centrales. À Saint-Nicolas, l'électricité est fournie par la Société d'électricité du Nord de la Belgique, créée en 1909.

Après la Première Guerre mondiale, les gouvernements provinciaux franchissent le pas et se lancent dans la construction du réseau électrique. En 1921, près de 34 % des communes de Flandre orientale ont accès à l'électricité. Mais cela ne signifie pas que toutes les maisons soient raccordées au réseau. Au cours des vingt-cinq premières années du XXe siècle,

l'usage de l'électricité est réservé aux bâtiments publics et aux habitations de familles riches. Dans les zones rurales, il faudra attendre plusieurs dizaines d'années pour que chaque ménage soit connecté au réseau.

Au début, en usage domestique, l'électricité est surtout utilisée pour l'éclairage, ce qui implique qu'elle soit amenée à l'intérieur des maisons. Les premières années, les installateurs de câbles électriques utilisent les anciennes conduites de gaz. Pour allumer et éteindre les lampes, on a besoin d'interrupteurs. Les premiers modèles ressemblent étrangement aux interrupteurs de forme arrondie utilisés pour ouvrir et fermer l'arrivée de gaz. Il s'agit aussi d'interrupteurs en pièces détachées devant être montés sur place, à l'endroit où se trouvaient les anciennes vannes d'arrivée du gaz.

Les premiers appareils électroménagers font leur apparition à la fin du XIXe siècle, mais ils connaîtront une véritable explosion au début du XXe siècle. En 1918, le marché compte déjà une cinquantaine d'appareils, tels que radiateurs électriques, bouilloires, fers à repasser, sèche-cheveux, cuiseurs d'œufs et aspirateurs, qui sont surtout l'apanage de la classe aisée. Dans les années 1920, la radio fait son entrée à une vitesse vertigineuse.

Pour utiliser ces appareils, il faut bien entendu disposer de prises électriques. Il n'est évidemment pas possible de tout brancher directement sur le câble principal. Les premières prises sont intégrées aux armatures des luminaires au plafond, ce qui n'est pas très pratique. C'est pourquoi on décide de tirer des fils électriques à des endroits plus facilement accessibles. Les câbles électriques courent le long des murs – ils ne sont pas encore encastrés comme c'est le cas aujourd'hui. Malheureusement, les câbles et les premières prises ne sont pas toujours fiables et parfois même dangereux. Il en sort souvent des étincelles lorsqu'on insère la fiche ou qu'on la retire de la prise.

Au début, l'accueil que la population réserve à l'électricité est assez ambigu. Certaines personnes adoptent rapidement la nouvelle technique et perçoivent ses avantages dans toutes sortes d'applications, qui améliorent le confort. D'autres se montrent réticentes envers cette «dangereuse» source d'énergie. Les publicités s'attaquent à ces sentiments mitigés en soulignant les avantages de l'éclairage électrique par rapport notamment aux lampes à pétrole et en lançant des slogans tels que: « Pour vos enfants, privilégiez l'éclairage à l'électricité ! Aucun danger d'explosion, aucun danger d'empoisonnement, plus besoin

d'allumettes ! » Au contraire, les détracteurs de l'électricité attirent l'attention sur le danger d'électrocution. Pour améliorer la réputation de l'électricité et de ses applications, les distributeurs comme les producteurs d'appareils électriques lancent des campagnes ciblées sur le thème de la sécurité, dont le but est d'apprendre aux consommateurs à maîtriser cette nouvelle technologie.



Publicité destinée à convaincre les consommateurs des avantages de l'électricité – Collection Archiv Museum für Energiegeschichte(n), Hannover

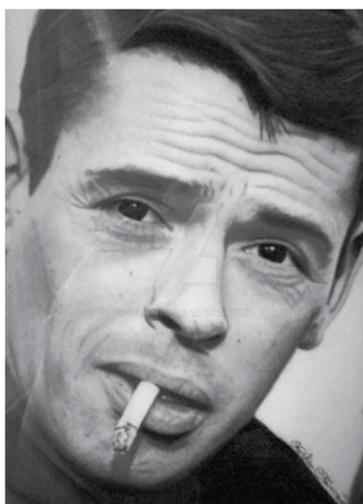


Au début, l'interrupteur était situé au niveau de l'armature de la lampe, ce qui n'était pas toujours pratique.

Sèche-cheveux datant de 1915



Jacques Brel et Niko

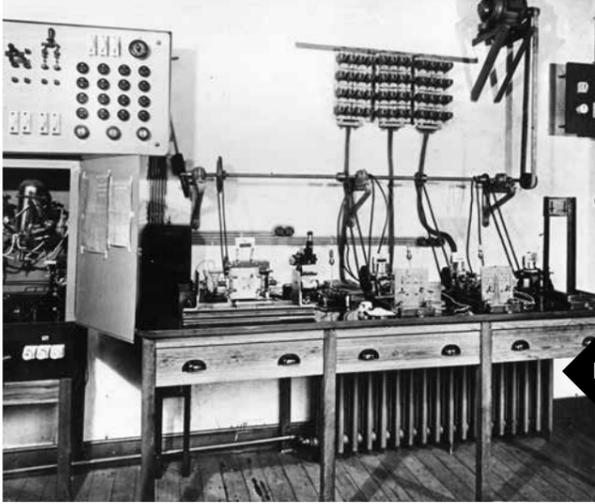


Et non, Niko n'a pas été immortalisée dans une chanson de Jacques Brel, si c'est ce que vous pensiez. Il existe pourtant une relation entre Jacques Brel et Niko. Voici comment: le père de Jacques Brel, Romain Brel, avait fondé ensemble avec son oncle, Amand Vanneste, la cartonnerie 'Vanneste & Brel' dans la rue Verheyden à Anderlecht. Nous sommes alors en 1931 et l'entreprise existera jusqu'en 1989 sous le nom 'Vanneste & Brel'.

Romain Brel, qui détenait 25% des actions, dirigeait la société. Il avait un grand rêve : que ses fils reprennent un jour l'enseigne.

Son fils aîné, Pierre Brel, entra dans la société et occupera plus tard le poste de directeur général. Le plus jeune, Jacques, chanteur débutant à ses heures, y travaillait également. En 1947, il a alors 17 ans, Jacques fait ses débuts dans le service commercial et il est alors co-responsable des contacts avec la clientèle. Mais Jacques s'ennuyait à mourir à la rue Verheyden. Pour s'occuper, il composa ses premières chansons, en secret évidemment. Plus tard, quand il visitera la clientèle comme représentant commercial, Jacques se rendra Niko dans la Lindenstraat. Et c'est ainsi que Niko a donc acheté du matériel d'emballage chez Jacques Brel ...

Le processus de production au milieu de la XXe siècle



D'un point de vue actuel, le banc d'essai semble sortir tout droit d'un vieux film de science-fiction, mais il était essentiel pour garantir la qualité des produits Niko. – Collection Niko



Le département de dessin industriel. – Collection Niko



Les tours du département de décolletage. – Collection Niko

Gâce à la thèse Organisations der Belgische Industrie van Klein Electro-Technisch Materieel (Organisation de l'industrie belge du petit matériel électrotechnique) de Leo De Backer, nous disposons d'une image claire et fascinante du processus de production au sein de l'entreprise de son père et de son oncle au milieu du XXe siècle. La production constitue véritablement le cœur de l'usine de Niko et compte huit étapes. Tout au long de ce processus, Niko part d'une matière première pour la transformer en interrupteur ou en prise de courant.

La première phase importante consiste à créer le produit et ses composants. Ce processus a lieu dans le laboratoire (aujourd'hui appelé département de Recherche & Développement ou R&D), où sont fabriqués tous les prototypes des nouveaux produits, et où l'on améliore les composants existants. Les développeurs analysent les avantages et les inconvénients de différents types de matériaux. Lorsqu'ils imaginent de nouveaux produits et designs, ils commencent par en faire un croquis approximatif. Enfin, le département est également responsable des tests et du contrôle des produits et des nouveaux modèles. Les spécialistes vérifient notamment s'ils répondent aux normes de qualité internes et externes. Sur le « banc d'essai », le laboratoire soumet les produits Niko à des contrôles très stricts.

Le laboratoire travaille en étroite collaboration avec le département de dessin industriel, qui fait de ses modèles et croquis des dessins de précision, et reprend tous les détails des nouveaux produits et composants. Les deux départements sont situés côte à côte dans la Lindenstraat. Au milieu du XXe siècle, Henri Valcke, qui fait partie de la belle-famille de Werner et Alfons, dirigera le département de dessin. Avec son béret noir, il est impossible de ne pas le remarquer au milieu des tables à dessin.

Les plans des composants et produits finis sont ensuite transmis à l'atelier d'outillage. Certaines phases du processus de production, comme le moulage des métaux et des pièces en

bakélite, exigent des équipements spéciaux, comme des matrices. Les outils dont Niko a besoin pour sa production ne sont pas toujours disponibles dans le commerce, et sont donc fabriqués sur mesure dans l'atelier de fabrication d'outillage. Lors de la phase suivante, tout se retrouve dans le département de production, où les travailleurs produisent les différentes pièces métalliques qui constituent la base des produits Niko. Le département de production utilise plusieurs machines pour le traitement des métaux, comme des visseuses ou des « machines de décolletage » (tours revolvers à cabestan), qui produisent les pièces pour les différents produits finis. Ces pièces n'ont pas de noms spécifiques, mais sont identifiées à l'aide de numéros. Certaines parties subissent une deuxième opération : des trous sont percés ou un filetage interne est réalisé. Durant le processus de production, les pièces métalliques doivent être régulièrement refroidies avec de l'huile afin d'éviter une surchauffe. C'est ce qui explique que ces pièces soient ensuite envoyées dans des séchoirs pour éliminer l'huile.

Lorsque les composants sont secs, ils sont envoyés au département de galvanisation. On y procède à un dégraissage chimique en profondeur.

Les pièces en métal sont ensuite galvanisées par électrolyse. En d'autres termes, on les recouvre d'une mince couche protectrice de nickel. Enfin, le département recouvre les contacts d'argent pour assurer une parfaite conduction.

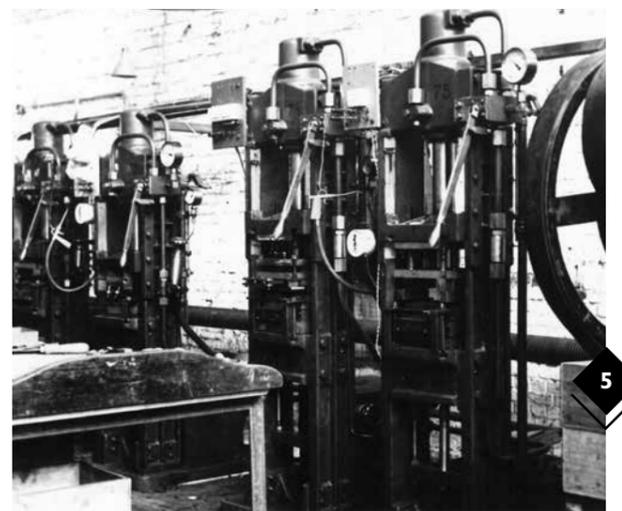
Le département bakélite traite un autre composant important des matières premières. À partir des années 1930, la bakélite et les autres résines thermodurcissables font partie des principales matières premières utilisées par Niko pour recouvrir ses produits. Ces matériaux synthétiques sont généralement livrés en poudre. Le département bakélite commence par comprimer la poudre en « tablettes » pour ensuite donner aux pièces leur forme finale.

Pour obtenir le produit fini, les différentes parties doivent être montées et fixées à l'aide de vis. Cette opération est réalisée sur des établis du département de montage, à l'aide de machines d'assemblage. C'est un processus qui demande beaucoup de main d'œuvre, pour lequel Niko fait surtout appel à du personnel féminin.

Enfin, Niko doit emballer et expédier les produits finis. Cette opération a lieu au département d'expédition.



Le département de galvanisation. – Collection Niko



Les presses à bakélite. – Collection Niko



Colis prêts à être expédiés. – Collection Niko



Le département de montage. – Collection Niko

Les alliés de Niko

GROOTHANDELAARS, INSTALLATEURS EN ARCHITECTEN KIEZEN VOOR NIKO

En 1990, Leo De Backer prononce un discours devant l'association des grossistes. Il revient sur la stratégie commerciale que Niko applique depuis sa création, une stratégie qu'il a lui-même développée.

Niko distribue ses produits exclusivement par le biais des grossistes, dont il souhaite être un partenaire fiable. Pour Leo, cet engagement est une façon de remercier les grossistes d'avoir accepté de distribuer les produits de la jeune entreprise, lui permettant de se développer. Leo estime donc qu'il est important d'entretenir ces bonnes relations, et ce, de différentes manières. Tout d'abord, les délais de livraison ont toujours été un des principaux sujets d'attention et ont largement contribué au succès de Niko. Ensuite, l'entreprise reste fidèle aux grossistes, par exemple en leur laissant le marché des grandes surfaces et des magasins de bricolage. Enfin, Niko applique une politique de

prix stables, ce qui met les grossistes en confiance.

Depuis sa création, Niko entretient également d'excellentes relations avec les installateurs. Niko tient à ce que le matériel soit de qualité supérieure et facile à installer. Depuis le début, les dessinateurs et développeurs de produits de Niko y mettent un point d'honneur. Leo qualifie cet atout de « qualité d'écoute » envers les attentes des installateurs. Cette volonté de faciliter la vie des installateurs pousse aussi Niko à innover. Joseph veille à ce que toute nouvelle série ait des avantages pratiques pour les installateurs. Par exemple, l'Inter 70 est la première série dont le bouton de commande peut être clipsé sans tournevis. Avec la génération suivante, la plaque de recouvrement pourra également être clipsée. Lors du développement de nouveaux produits, Niko est en contact permanent avec les installateurs. L'entreprise les



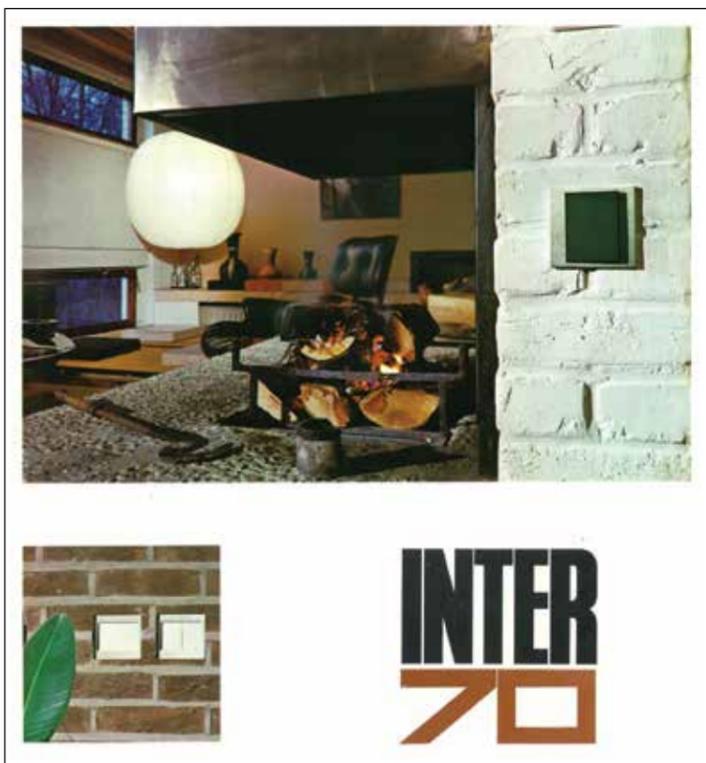
Publicité de Niko dans un magazine spécialisé destiné aux installateurs - Collection Niko

invite de temps en temps pour leur présenter les prototypes et écouter leurs suggestions.

Les architectes ont également une influence majeure sur le choix de leurs clients en matière d'interrupteurs car, en plus de se préoccuper de l'installation et de la facilité d'utilisation, ils sont également attentifs à l'esthétique des produits. Leo a toujours compris qu'il était important de les écouter. Ce n'est pas un hasard si le responsable des exportations de l'Inter 70 a reçu pour mission de convaincre les architectes. Et, grâce à ces bonnes relations, Niko est au courant des nouvelles tendances en matière d'aménagement intérieur, dont elle tient compte dans le développement de ses produits.

Le Delvaux parmi les interrupteurs

LE DESIGN RÉVOLUTIONNAIRE DE L'INTER 70



L'Inter 70 est le premier interrupteur de luxe de Niko - Collection Niko

tel sac. Mais sa femme a une réponse toute prête : il suffit d'augmenter le prix de ses interrupteurs. Cette réflexion ne tombe pas dans l'oreille d'un sourd : car pourquoi Niko ne créerait-il pas un interrupteur plus cher, certes, mais qui donnerait la même impression de luxe qu'un sac Delvaux ?

Et, de fait, le marché des années 1960 est prêt pour cet interrupteur. Les golden sixties battent leur plein et les consommateurs se tournent volontiers vers des produits plus chers, mais plus luxueux et confortables. Le design devient de plus en plus important, y compris pour les ustensiles. Les nouveautés techniques apportent également une contribution importante au succès de l'Inter 70. Au début des années 1960, la nouvelle matière synthétique appelée asbest-filled fenolformaldehyde (résine amiante phénol-formaldéhyde) fait son apparition sur le marché. Cette nouvelle résine thermodurcissable possède des propriétés isolantes suffisantes pour remplacer la porcelaine et la stéatite, les produits en céramique qui composaient les socles. Joseph De Backer - qui comprend le potentiel de ce nouveau matériau - commence immédiatement à l'expérimenter, en collaboration avec le designer Etienne De Sutter. Ils parviennent à développer une solution alternative aux socles ronds traditionnels. L'intérieur de l'Inter 70 est carré, ce qui permet de concevoir un mécanisme d'interruption et un design totalement nouveau. En septembre 1963, Joseph et Etienne montrent fièrement à

Leo les premiers résultats de leurs expériences. L'interrupteur qu'ils ont créé ne ressemble en rien à ce qui existe sur le marché. Le grand bouton d'actionnement carré est totalement révolutionnaire. Deux années intenses de tests et de mises au point supplémentaires seront nécessaires pour que le produit mis sur le marché soit parfait en tout point.

Le « Delvaux des interrupteurs » est né et, pour la première fois, il s'agit d'un produit design. Le nouvel interrupteur est par ailleurs réalisé dans des finitions luxueuses. Le grand bouton de commande est recouvert de cuir synthétique, dans des couleurs anthracite ou ivoire. La plaque de recouvrement est réalisée en aluminium anodisé. Niko propose également des prises de courant de la même gamme. Suivront d'autres modèles dans de nouvelles couleurs et de nouveaux matériaux. La série Inter 70 est immédiatement adoptée par les architectes. Les interrupteurs et les prises ne sont plus des éléments dérangeants et inesthétiques, mais s'intègrent désormais dans la décoration intérieure, et sont parfois même des points d'attraction dans les intérieurs modernes.

Le lancement de l'Inter 70 en 1965 s'accompagne d'une grande campagne de promotion, qui met surtout l'accent sur le nouveau design. Ce n'est pas un hasard si le designer Etienne De Sutter se trouve à la tête du département de publicité. Niko séduit ses clients avec des brochures luxueuses en couleur, où l'interrupteur est mis en scène dans différents

intérieurs. Les installateurs reçoivent des conseils de Niko pour placer l'Inter 70 de manière esthétique. Les agents commerciaux ont pour mission de ne pas se limiter aux grossistes, mais aussi de convaincre les architectes des qualités de l'Inter 70. Ceux-ci peuvent à leur tour conseiller les consommateurs à choisir un produit spécifique.

L'Inter 70 est un succès tant en Belgique qu'à l'étranger. Pendant plusieurs années, Niko est le seul producteur à proposer un tel produit, et l'Inter 70 apporte donc à l'entreprise un avantage concurrentiel sans précédent. Les autres producteurs belges ne réussiront jamais à rattraper leur retard et, à terme, devront même arrêter la production de leurs interrupteurs. Les concurrents étrangers ne peuvent pas davantage proposer un produit alternatif valable. Résultat : grâce à l'Inter 70, Niko s'adjuge des parts de marché à l'étranger que l'entreprise n'aurait jamais osé imaginer. Le confort et le luxe de l'Inter 70 séduisent également d'innombrables hôtels. En Espagne, même le Parlement est équipé de matériel Niko.

L'Inter 70 ne se contente pas de pousser le chiffre d'affaires vers des sommets mais, grâce au prix de vente élevé, les bénéfices suivent le même chemin, ce qui donne à l'entreprise les ressources financières nécessaires pour poursuivre sa croissance et continuer à innover. De plus, depuis le succès de l'Inter 70, le design fait partie intégrante de la philosophie de l'entreprise.

Bo-Niko

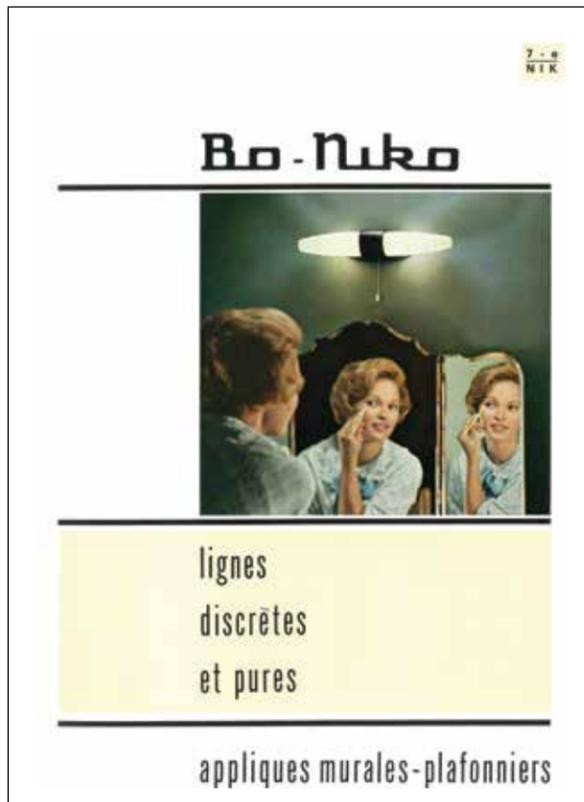
Pour répondre à la demande croissante de luminaires et d'abat-jour modernes et esthétiques, Niko lance en 1963 la gamme Bo-Niko. Ce produit est le résultat d'une collaboration entre Niko et le verrier Rupel-Boom. Les armatures conçues par Joseph De Backer ont un design minimaliste. Les abat-jour sont fabriqués en verre opalin, un type de verre semi-opaque disponible en différents coloris. Les bases sont fabriquées en bakélite couleur ivoire ou noire.

Les premières lampes Bo-Niko sont commercialisées début 1963, et la collaboration entre Niko et Rupel-Boom recueille d'emblée un énorme succès. Les commandes affluent pour le marché belge et, en Allemagne, les revendeurs s'arrachent les produits de la gamme. En 1963, le chiffre

d'affaires total de Niko augmente de 14 % par rapport à l'année précédente. Dix pour cent de cette hausse sont à mettre à l'actif du succès de la gamme Bo-Niko.

La production de cette nouvelle ligne met beaucoup de pression sur l'usine de la Lindenstraat. Les frères De Backer décident sans attendre de transférer cette ligne dans le parc industriel Nord de Saint-Nicolas. Mais ce transfert ne se fait pas sans problème : l'investissement est important et la collaboration avec Rupel-Boom ne se fait pas toujours sans heurts. Niko dépend entièrement de l'usine de Boom pour fabriquer le verre de ses lampes. Les dimensions du verre doivent être respectées avec précision et ça pose parfois des problèmes.

Affiche publicitaire pour Bo-Niko. – Collection Niko



Du verre de Boom

Au XXe siècle, la région du Rupel était connue pour sa florissante industrie verrière. L'usine de fabrication de verre Rupel a été fondée à Boom en 1923. Presque chaque commune de la région disposait de sa propre usine, mais Rupel-Boom s'est rapidement distinguée par sa large gamme de verres décoratifs, comme des verres à boire, des bonbonnières, des flacons à parfum ou du verre pour lampes. Le « Verre de Boom », un verre noir orné d'or ou de motifs fleuris, est particulièrement connu et apprécié. Rupel-Boom exporte ce verre partout dans le monde, ainsi que d'autres produits de luxe comme l'opaline et le cristal. L'usine connaît son apogée dans les années 1950 et 1960. À partir de la fin des années 1970, le succès se tarit quelque peu et Rupel-Boom mettra fin à ses activités en 1982.

Au XXIe siècle, la gamme Bo-Niko retrouve les faveurs du public. Les consommateurs aimant le vintage apprécient son design épuré. Certaines pièces de la ligne Bo-Niko se vendent aujourd'hui à des prix élevés sur le marché de seconde main ou chez les antiquaires.

Produire différemment et durablement



Niko recycle toutes les chutes de thermoplastique issues du processus de production. L'entreprise en réinjecte une partie dans sa propre production tandis que l'autre partie est utilisée par d'autres entreprises. – Collection Niko

La déferlante électronique impose aussi des changements dans le processus de production. La robotique et l'informatique font désormais partie intégrante du parc de machines de Niko. En effet, de plus en plus de machines fonctionnent sur base d'électronique ou de logiciels. Les nouvelles machines sont plus rapides et plus précises. Le système de vision, les caméras gérées par ordinateur dont sont équipées de nombreuses machines depuis les années 1990, détectent automatiquement les anomalies et les défauts.

À la suite de cette évolution, Niko a toujours besoin de personnel motivé et hautement qualifié, certes, mais les méthodes de travail ont changé. L'évolution de l'outillage en est la meilleure illustration. Pendant des décennies, les artisans ont travaillé avec des fraiseuses et des machines d'usinage par électroérosion actionnées manuellement. Ils connaissaient « leur machine » à la perfection. À partir des années 1990, les choses changent. Les artisans

sont toujours là, mais ils deviennent davantage des programmeurs informatiques. La programmation des ordinateurs remplace le travail manuel. Une fois programmée, la machine fonctionne automatiquement avec une grande précision. Les premières machines automatiques font leur apparition avant la fin des années 1980. Les possibilités sont encore limitées et la programmation se fait encore avec des disquettes. À la fin des années 1990, le processus d'automatisation s'accélère et en 1999, Niko achète sa première fraiseuse à grande vitesse, soit 40 000 RPM. Sa programmation se fait directement via un ordinateur et entièrement en 3D. Par la suite, les possibilités ne cessent de s'élargir. Grâce au pilotage digital, les machines les plus récentes produisent des pièces de plus en plus complexes. Elles exigent bien entendu une approche différente de la part des techniciens. Vu que ces machines peuvent réaliser plusieurs étapes simultanément, la préparation et la programmation exigent beaucoup de précision. Mais si la machine «

réfléchit » jusqu'à un certain point, l'intervention humaine continue à jouer un rôle important. L'automatisation et la digitalisation ne sont pas les seuls facteurs susceptibles d'augmenter la productivité. Niko expérimente également de nouvelles méthodes de travail. En 1995, l'entreprise lance le système « cellule prise ». Dans la nouvelle organisation, tous les collaborateurs et les machines qui fabriquent un produit spécifique sont réunis au sein d'une seule et même unité. Niko commence par appliquer cette nouvelle structure à la production des prises, mais les gains de productivité impressionnants de la phase test sont convaincants et le système « cellule prise » sera appliqué à la production des interrupteurs et des plaques de recouvrement. Par ailleurs, Niko rend également son processus de fabrication plus durable en mettant en œuvre des politiques de consommation rationnelle de l'eau, de collecte et de la valorisation des déchets, de prévention de la pollution du sol et de l'air, de stockage responsable des produits dangereux et de réduction des déchets d'emballage. À l'heure actuelle, l'entrepreneuriat responsable va quasiment de soi mais, dans les années 1990 et 2000, Niko était véritablement un pionnier. D'après des recherches scientifiques, cette philosophie est caractéristique des entreprises familiales car elles ne sont pas gérées à court terme, mais pour les générations futures, ce qui fait de la protection de l'environnement une évidence. En 1997, le CEO Jo De Backer rédige une Charte environnementale, dans laquelle Niko s'engage formellement à limiter l'impact écologique de ses activités et à privilégier la durabilité. Deux ans plus tard, Niko signe la Milieucharter Oost-Vlaanderen (Charte environnementale de Flandre orientale), une initiative de la Chambre de commerce provinciale pour encourager les entreprises à mettre en place des stratégies environnementales. Depuis lors, chaque année, Niko

remporte la Charte. Chez Niko, les efforts en matière environnementale ne freinent pas l'esprit d'entreprise. Au contraire. Cette approche respectueuse de l'environnement apporte de nombreux avantages économiques à long terme. Pour réduire au minimum les matières premières utilisées, Niko rationalise ses produits, ce qui accélère le processus de production et permet, cerise sur le gâteau, de réduire les coûts. Un autre exemple porte sur la rationalisation de la consommation énergétique. Toute réduction de la facture d'électricité a un impact écologique positif et permet de réduire les coûts. En introduisant le travail de nuit dans le département de galvanisation – gros consommateur d'énergie –, la facture énergétique diminue, ce qui permet à Niko de réduire les coûts de production.

L'approche durable s'applique dès la phase de développement d'un produit. À partir des années 1990, les designers de Niko étudient l'impact des produits sur l'environnement pendant tout leur cycle de vie – une approche baptisée « écodesign ». Ils tiennent compte par exemple de la « recyclabilité » des matériaux et leurs produits sont proches des critères de l'économie circulaire – ou cradle to cradle –, le concept qui veut que lorsque la durée de vie des matériaux utilisés dans un produit est dépassée, ils puissent être réutilisés dans un autre produit. Niko est proche de ce niveau. Malheureusement, tous les thermoréductibles ne peuvent être recyclés, contrairement au plastique des plaques de recouvrement et d'autres composants. Vu que Niko fabrique ses produits en grandes quantités, le principe d'écodesign a un impact important sur l'entreprise. Les nouvelles générations d'interrupteurs en sont une belle illustration. Dans les années 2000, Niko se penche sur la manière d'améliorer ses interrupteurs et surtout de réduire la quantité de

matériaux utilisés. Les designers réussissent à réduire sensiblement le nombre de pièces, ainsi que la quantité de matériaux par pièce. Le poids de chaque interrupteur est ainsi réduit de quelques grammes. Cela peut sembler marginal à première vue mais, sur un total de plusieurs millions d'interrupteurs, Niko économise plusieurs tonnes de matières plastiques.

Les efforts de Niko sur le plan environnemental ne se limitent pas à la phase de développement des produits. La société s'est fixé comme objectif de rendre l'ensemble de son processus de production plus durable. Par exemple, Niko investit à partir des années 1990 dans des systèmes d'épuration de l'eau et de l'air. L'air de la salle de laquage est épuré de manière organique. Dans quatre conteneurs remplis d'écorces de bois, les bactéries transforment les hydrocarbures en matériaux neutres. Grâce à ce biofiltre, Niko purifie 20 000 m³ d'air par heure. Niko recycle aussi les excédents de thermoplastique provenant du processus de production, ce qui réduit la quantité de déchets. Sur le toit de l'usine, Niko installe 4 500 m² de panneaux solaires, qui produisent l'équivalent d'un mois d'électricité pour l'entreprise. Pour les 11 mois restants, Niko achète de l'électricité verte.

Au XXIe siècle, les autorités prennent de plus en plus de mesures en faveur de la protection de l'environnement. Si Niko fut parmi les premières entreprises à prendre des mesures environnementales et participa spontanément à des initiatives telles que la Charte environnementale de Flandre orientale, c'est aujourd'hui le gouvernement qui fixe les règles en matière de durabilité. Niko dispose d'une équipe dédiée à l'examen et au suivi des dernières évolutions légales en la matière, afin que l'entreprise puisse adapter à temps ses produits et processus de production aux normes les plus récentes.

Niko récompensée avec l'award « Factory of the Future »

LA TRANSITION NUMÉRIQUE GARDE L'EMPLOI À SINT-NIKLAAS – 7 FÉVRIER 2019

Niko peut désormais se qualifier de « Factory of the Future ». Le leader du marché belge en appareillage électrique, prises de courant et automatisation domestique a reçu cette distinction, qui est remise par Agoria, en raison de ses efforts axés sur l'avenir. Les investissements dans la numérisation de son usine, dans des machines hautement technologiques et dans de nouvelles technologies doivent rendre l'entreprise familiale de Sint-Niklaas parée pour l'avenir. En même temps qu'une organisation du travail innovante et une focalisation importante sur la durabilité, ils permettront de renforcer la position concurrentielle internationale. Garder l'activité industrielle en Belgique, voilà le principal défi de l'industrie manufacturière. Représentant quelque 17 % de la valeur ajoutée en Belgique, l'industrie manufacturière est un moteur important de notre économie. Dans notre monde qui change rapidement, l'innovation et la numérisation sont essentielles pour maintenir et renforcer la position concurrentielle internationale des entreprises manufacturières belges.

« Factory of the future »

Niko, entreprise familiale de la troisième génération, tient compte elle aussi de la vague numérique. Ces efforts sont à présent corroborés par Agoria, qui décerne l'award « Factory of the Future » à Niko. Agoria accompagne des entreprises qui ont choisi d'accroître leur compétitivité et qui évoluent vers une usine de l'avenir par le biais d'un processus de transformation.

Geert Jacobs d'Agoria: « Les usines de l'avenir sont des entreprises qui, au moyen d'investissements judicieux dans leurs machines, dans

la numérisation, dans les processus ainsi que dans leurs collaborateurs, appartiennent au top mondial sur le plan du développement de produit et de la production. Niko a parcouru avec succès tous les trajets de transformation et satisfait ainsi maintenant aux critères pour pouvoir se nommer officiellement « Factory of the Future ». »

Innovation, numérisation et automatisation

Goedele Heylen, Director of Operations: « L'évolution numérique et la connectivité mènent à des changements importants et rapides, entre autres en ce qui concerne la demande émanant du marché, le mode de production, les technologies utilisées... Afin de rester compétitifs et de pouvoir garder notre production localement à Sint-Niklaas, nous devons procéder à des améliorations continues en matière d'efficacité, de flexibilité et de maîtrise de la qualité. L'investissement dans l'innovation et la numérisation de notre entreprise est un moyen important à cette fin, et Agoria nous a accompagnés et soutenus à cet égard les dernières années. Il va de soi que nous sommes fiers de voir à présent nos efforts récompensés par cette organisation et de recevoir ce prix. »

En tant qu'élément de la numérisation, le parc de machines de l'usine est progressivement entièrement modernisé. L'entreprise a récemment investi pour 11 millions d'euros dans deux nouvelles machines hautement technologiques qui changent la donne en matière de commande numérique et en ce qui concerne l'efficacité et la flexibilité qui en découlent. De plus, Niko souhaite continuer d'optimiser le processus de production par la conception d'une automatisation flexible. Au moyen de cobots (robots collaboratifs) qui sont

équipés de systèmes de vision intelligents et de l'apprentissage automatique, il sera possible de produire efficacement une grande variété de produits dans un plus petit volume.

Organisation de travail innovante

Mario Ferket, Head of Automatic Assembly Department: « Nous évoluons vers une usine numérique qui est dirigée par des gens. Pour les nouvelles machines numériques, par exemple, les opérateurs ont reçu une formation spéciale, de sorte qu'ils peuvent désormais travailler de façon beaucoup plus autonome et qu'ils se chargent entre autres

eux-mêmes de l'entretien de première ligne des machines. De cette manière, ils ont davantage de responsabilité et d'impact dans l'entreprise. Par le changement du contenu de leur fonction, ils peuvent continuer d'évoluer et nous veillons à pouvoir garder nos collaborateurs en interne. De cette manière, la numérisation n'entraîne donc pas une perte d'emplois, mais elle rend ceux-ci plus sensés. »

Chez Niko, il y a une question qui nous préoccupe chaque jour: « Comment pouvons-nous mieux faire fonctionner les bâtiments à votre profit? »



Bob Benny

C'était une petite phrase dans un document de Paul Ruts, un ancien employé de Niko, dans lequel il donnait des informations sur l'organisation pendant ses années chez Niko, et qu'il nous a remis en 2016.

A la page 3, sous la rubrique 'Intéressant à savoir': 'collègue: Emiel Waegemans, alias BOB BENNY, un artiste débutant qui chantait pour les Américains au camp Top Hat sur la Rive Gauche à Anvers. Son travail était simple: travail d'ajustement au tournevis dans le département de montage'.

Nous étions d'abord sceptiques, mais nous nous sommes informés et nous avons vite compris que c'était vrai: le chanteur flamand Bob Benny, né Emilius Wagemans le 28 mai 1926 à Saint-Nicolas, a travaillé pour Niko. Il a commencé à chanter après la Seconde Guerre mondiale dans un café sur la Grand-Place de Saint-Nicolas. Au début des années 1950, il était actif pour la chaîne publique, où il avait ses propres spectacles, avec beaucoup de chants et de danses. En 1959, il représente pour la première fois la Belgique au Concours

Eurovision de la Chanson à Cannes et se classe sixième avec la chanson 'Hou toch van mij'. Cette année-là, il était aussi un des artistes qui faisait partie du spectacle organisé à l'occasion des 40 ans de Niko.

Il participera une deuxième fois à l'Eurovision de la chanson, en 1962 avec 'September, gouden roos', mais cette fois-ci avec beaucoup moins de succès.

En 1963, Bob Benny connaîtra son plus grand succès, 'Waar en wanneer', une adaptation de 'Als Flotter Geist' composée par Johan Strauss. Il obtiendra un disque d'or avec cette chanson.

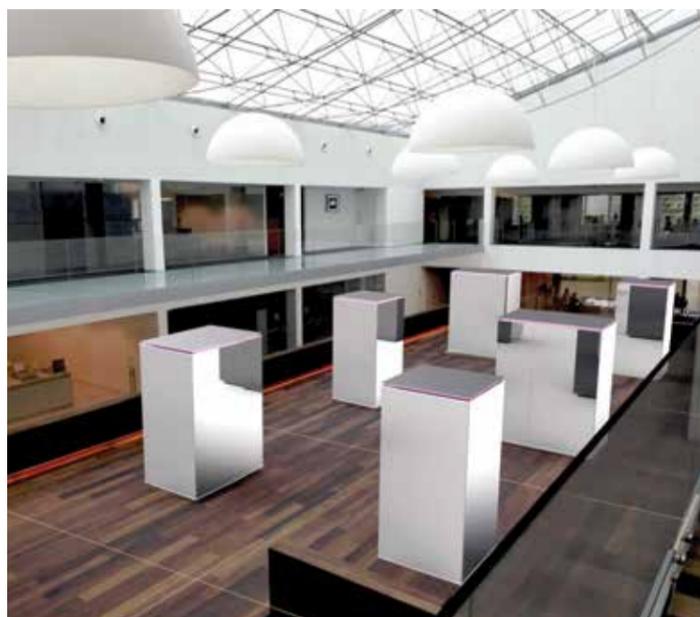
Il était également un artiste du musical, il a interprété entre autres le rôle de Doolittle dans 'My fair lady' et a joué dans des comédies musicales et des opérettes à Berlin. Il fût aussi artiste sur les bateaux de croisière.

Il est décédé le 29 mars 2011.



Niko agenda

Une exposition sur les 100 ans de Niko



Une exposition sera installée au siège de Niko à l'occasion des 100 ans de Niko. Elle représentera l'histoire de Niko dans l'esprit des 100 dernières années, mais elle invitera également le visiteur à réfléchir interactivement sur l'avenir de nos habitations et de notre façon de travailler.

Cette exposition sera ouverte au grand public à partir du 6 mai 2019. Afin de pouvoir vous garantir une expérience optimale, le nombre de visiteurs sera limité par visite.

Nous vous demandons de bien vouloir vérifier si le moment auquel vous voulez visiter l'exposition est encore libre. Car nous accueillons des groupes de clients et des écoles pour lesquels nous réservons l'accès à l'expo pendant un certain temps.

Vous pouvez toujours vérifier les disponibilités de l'exposition via le lien : www.niko.eu/100expo.

Il faut compter 45 à 75 minutes pour une visite complète de l'exposition.

HEURES D'OUVERTURE

- Les jours ouvrables du 06/05 au 30/06 et du 19/08 au 15/12, de 09h00 à 17h00
- Les weekends pendant les mêmes périodes, de 13h00 à 17h00

Livre 100 ans de Niko

En préparation de la célébration de notre centenaire, nous avons rassemblé et inventorié tout le matériel disponible des 100 dernières années. Ce matériel sera présenté lors de l'exposition des 100 ans de Niko, mais nous avons également rassemblé dans un livre les rapports, les photos et autres textes publiés. Ce livre décrit l'histoire de Niko au cours des 3 générations de la famille De Backer, et de tous ceux qui ont contribué au succès de Niko.

Vous serez au premier rang pour voir comment, immédiatement après la fin de la Première Guerre mondiale, deux frères décident de créer une petite entreprise qui produit des interrupteurs et des prises. Vous verrez comment la 2ème génération a introduit le design dans les interrupteurs et les prises et vous lirez comment Niko a fait ses premiers pas dans le monde de l'électronique. Vous arriverez à la troisième génération et vous vivrez les changements que Niko, et nous tous, avons connus depuis le début des années 1990. Et enfin pour terminer, Peter Hinssen vous fera des révélations dans son épilogue intitulé 'Quo vadis Niko'.

PLUS D'INFOS

Vous pouvez acheter le livre 'Les 100 ans de Niko - Illuminating Ideas', disponible en Français, Néerlandais et Anglais, auprès des réceptionnistes de Niko lors de votre visite à l'exposition, ou le commander via le lien www.niko.eu/100book. Le livre sera disponible à partir du 1er mai 2019 et les bénéfices seront entièrement versés au profit d'une organisation pour les jeunes défavorisés de la ville de Saint-Nicolas.



Journée Découverte Entreprise



La Journée Découverte Entreprise sera organisée le **dimanche 6 octobre 2019**. Depuis 1991, des centaines d'entreprises des secteurs les plus divers ouvrent leurs portes au grand public, le premier dimanche d'octobre.

Cette année Niko répond à nouveau présent. Nous vous invitons avec plaisir à venir nous voir ce jour-là et nous sommes fiers de vous présenter notre 'Factory of the Future'.

Comme vous pouvez le lire ailleurs dans ce journal, il ne s'agit pas seulement d'une production super automatisée et de machines coûteuses, mais aussi d'un travail d'équipe autonome et intensif, également dans notre environnement de production, de conception et de production durables, de numérisation...

Nous sommes prêts à vous accueillir à bras ouverts le 6 octobre prochain!



NIKO TOUCHSWITCH

Les 100 ans de Niko

C'est 100 ans d'innovation, de regard tourné vers l'avenir, et de nouvelles fonctionnalités qui vous facilitent la vie.

Le nouveau touchswitch marque cette étape importante de notre histoire.

www.niko.eu/touchswitch



nv Niko sa
Industriepark West 40
BE-9100 Sint-Niklaas, Belgique
tél. +32 3 778 90 00
info@niko.eu
www.niko.eu