**DOSSIER DE PRESSE :**

**VO, LE QUART DE SIÈCLE D’UN GROUPE PRÉCURSEUR**

**« VO se conjugue au futur »**

*Les changements de modèle économique, de paramètres sociétaux, les progrès de l’intelligence artificielle connectée ou prédictive et les big data qui nous alimentent déjà vont profondément bouleverser nos modes de vie et de communication. Nos métiers de communicateurs seront revisités pour déboucher sur de nouvelles qualifications que nous devrons adopter à la vitesse de l’éclair. Nous avons décidé de nous réinventer de fond en comble tant dans nos modes de réflexion que de fonctionnement, tant par notre offre que par la traduction concrète en compétences nouvelles. Nous anticiperons et nous adapterons aux nouveaux comportements, aux intérêts ou aux désirs de chaque interlocuteur.*

*Chez VO, nous refuserons toujours l’adage idiot qui prétendrait « qu’hier c’était mieux ». La nostalgie du passé est à nos yeux l’apanage de ceux qui ont renoncé. Se réinventer chaque jour est un fabuleux challenge. Nous sommes fiers d’être ambassadeurs actifs de cet incroyable partage permanent des connaissances. Nous sommes heureux de nous ouvrir à l’innovation et nous réjouissons des rencontres enrichissantes que la vie réelle nous offre. Nous nous engageons à voyager conceptuellement dans ce monde en mutation constante pour permettre à nos clients de gagner leurs enjeux de perception. Nous, c’est nos équipes et notre réel capital. Nous avons choisi que chaque membre de nos équipes soit en phase avec les valeurs que nous prônons. Respect, ouverture d’esprit et envie d’entreprendre sous-tendent nos actes. C’est pourquoi nous avons inscrit la conviction de construire du sens et d’être remarquables dans notre ADN.*

Michel Culot & Patrick Parmentier

# VO, un groupe de communication et de loisirs

Tout est parti d’une (petite) agence spécialisée en communication événementielle, fondée en 1992 par Michel Culot. Du *Drive In Movies* au Bicentenaire de la bataille de Waterloo, en passant par la Foire du Livre, Brussels On Ice, Art on Paper et tant d’autres manifestations, on ne compte plus les campagnes de communication et événements signés VO en l’espace d’un quart de siècle.

Aujourd’hui, Michel Culot et son associé Patrick Parmentier dirigent un groupe de communication et de loisirs qui fédère **cinq filiales** et s’aventure loin des sentiers battus.

De VO Communication à VO Group, 25 années se sont écoulées. L’agence de communication événementielle, à l’origine de nombreux événements mémorables, est devenue un groupe. Un groupe de communication belge et indépendant, qui a élargi ses compétences au fil du temps et qui est aujourd’hui à même de répondre à toutes les demandes. Depuis sa naissance, VO a toujours figuré dans le top 3 des agences événementielles de Belgique. Le groupe est fier également d’avoir pu fidéliser de nombreux clients, parmi lesquels on trouve un nombre important de marques premiums et des institutions publiques de référence.

VO Group fédère cinq filiales : **VO Event, VO Citizen, Voice, VO Europe et DROH!ME**. Les quatre premières sont dédiées à la communication. Elles ont leur vie et leur clientèle propres, mais collaborent étroitement pour de nombreuses missions. Des missions qui, aujourd’hui dépassent le cadre de la Belgique.

Quant à l’ambitieux projet du ‘DROH!ME Melting Park’, basé sur la réhabilitation de l’hippodrome de Boisfort et qui ouvrira ses portes officiellement mi 2019, il s’aventure sur un terrain très différent et passionnant, celui du loisir intelligent.

VO Group intègre dans son approche les notions de responsabilité sociétale de l'entreprise, de maîtrise et de réduction des impacts de ses actions sur le plan environnemental et social. **VO group est, depuis trois ans, une entreprise doublement éco labélisée**. Le mois prochain, le groupe va déménager pour s’installer dans un lieu qui reflètera mieux ses convictions en offrant des espaces de cocréation, d’agilité et de coworking. Mais aussi en invitant artistes et start-ups à partager ses murs.

## Toujours plus de transversalité au service d’une offre holistique de communication

Dès le démarrage de VO en 1992, Michel Culot a mis en avant la notion de communication, avec la volonté d’offrir aux annonceurs davantage qu’un moment événementiel, de relier cette approche au plan global marcom. La volonté de s’appuyer sur différentes expertises était donc présente dès le départ. C’était la première étape vers la construction d’un groupe. Et de fil en aiguille, celui-ci s’est bâti avec des évolutions dans le positionnement, la mise en place de structures solides, la création de sociétés disposant d’expertises propres, ayant leur propre clientèle, mais pouvant collaborer sur d’autres clients du groupe. Le but est d’offrir toujours plus de transversalité par association flexible des services délivrés par les filiales pour répondre au plus près aux stratégies et besoins de nos clients. C’est la richesse du groupe de pouvoir offrir le 360 degrés en communication mais aussi ses spécificités comme la communication par l’évènement avec VO Event, par la conversation avec Voice (Social Media, Web & Social PR), pour les institutions avec VO Citizen et VO Europe ou les annonceurs en Belgique ou à l’international.

## L’histoire ne fait que commencer

**Pour construire les années à venir VO Group change et devient VO.**

VO, groupe de communication et de loisirs, fera évoluer son projet sur sa lancée avec toute la jeunesse de ses vingt-cinq ans.

Fort de ses convictions et valeurs partagées par tous les collaborateurs, VO ambitionne de construire du sens et d’oser prétendre à être remarquable en toutes circonstances. VO s’engage à se réinventer sans cesse pour répondre aux exigences d’un monde en constante mutation.

Au programme de cet engagement pour les années à venir, VO met la barre très haut en termes de créativité et de contenu délivrés. Le groupe choisit de vivre dans de nouveaux locaux, avec agilité et flexibilité dans une dynamique collaborative et durable.

C’est dans cet esprit que VO a mis en place de **nouveaux partenariats** : La société **SIGN**, agence graphique, occupera l’étage dans les nouveaux locaux du groupe. Menée par **Steffen Fredholm,** son manager, et **Olivier Rensonnet, directeur créatif**, SIGN continuera à développer ses propres clients tout en offrant à VO un niveau de création de qualité en ligne avec les exigences du groupe. *« Pour voir plus loin, il faut monter plus haut. Etre partenaire de VO est une démarche d’enrichissement mutuel et de construction pour notre agence »* nous confie Steffen Fredholm. A son actif de nombreuses compétences créatives et conceptuelles en graphisme, comme l’identité de marque, la création de supports de communication print et digitaux ainsi que l’édition de beaux-livres. Une alliance qui regroupe agence créative et studio de production.

**Freeman & Greenwood** est une jeune entreprise de passionnés d’histoires, surtout quand il s’agit de porter des valeurs durables. Pas étonnant qu’entre elle et VO Group, le courant soit d’emblée passé ! La coopérative, gérée par **Dan Azria et Arnaud Grégoire**, experts en communication RSE, générateurs de contenu et de méthodologie, accompagnera les sociétés du groupe dans leur conviction et décision de construire du sens par une communication responsable. Collaboration déjà fructueuse avec la création commune d’un outil de performances environnementales et énergétiques sur évènements.

Mais ce n’est pas tout, VO a aussi décidé de s’investir aux côtés de **Studio Gondo**, la start-up fondée par **Adeline d’Ursel et Gilles Parmentier**. Cette start-up, soutenue dans son projet par Créatis, rejoint le groupe pour connecter les marques, les territoires et les entreprises aux artistes et talents créatifs. Innovation, créativité, excellence et expériences inédites seront au rendez-vous de leurs publics. Dans le portfolio de leurs activités ; citons « Art on Paper », le salon du dessin contemporain créé par VO et qui se déroule chaque année en partenariat avec BOZAR, et « Nationa(a)l », la vitrine de la création belge et des "Talents Van Demain".

Le groupe VO prône, pour les années à venir, une communication dynamique dont l’offre flexible, modulable, ouverte, généreuse et en permanente évolution se veut donner du sens et être remarquable.

## Rebattement des cartes

2017 est aussi marquée par des évolutions importantes au niveau du management. VO groupe s’affirme comme groupe de communication et de loisirs. Le développement du DROH!ME Melting Park, qui mobilise beaucoup de temps et d’énergie, a conduit les associés à revoir l’organisation du groupe. Il occupe d’ailleurs l’essentiel du temps de Michel Culot, CEO fondateur du groupe. Quant à Patrick Parmentier, il cède la direction de VO Event qu’il assumait depuis 10 ans et devient co CEO du groupe. L’évolution du groupe de communication, l’internationalisation du groupe et de ses projets ainsi que le développement de synergies intra-groupe sont les axes majeurs de sa nouvelle fonction.

*« Nous avons également renforcé l'efficacité des organes collégiaux de décisions. Ces mesures de bonne gouvernance nous ont permis de faire face à l'intégration de ce nouveau projet d'envergure et à la maîtrise de la croissance du groupe »,* précise Patrick Parmentier.

**Alexandre Velleuer** devient donc le nouveau Managing Director de **VO Citizen** et de **VO Event,** dont il avant déjà rejoint l’actionnariat il y a cinq ans. Venu effectuer un stage en 2004, il n’est jamais reparti et a gravi les échelons avant de finalement prendre les rênes de l’agence. Parmi ses faits d’armes, on citera entre autres sa capacité à développer et coordonner des collaborations sur le long terme (Levi’s, Dockers, IBA, Engie Electrabel, BNP Paribas Fortis) qui ont permis à l’agence de continuer sa croissance et de se développer à l’international. Il est activement secondé par **Vinciane Morel**, Business Director & Partner chez VO Event.

Chez **Voice**, Patrick Parmentier a passé le relais de la direction générale à **Sven Nijs**, qui dirigeait jusque-là l’agence créative Cherry and Cake. Serge Somerling, partenaire de Sven au sein de Cherry and Cake, officie désormais en tant que Client Services Director. Tous deux ont rejoint l’actionnariat de Voice.

## La politique sociétale du groupe : un groupe éco-dynamique

**Il y a un fil rouge dans l’histoire de VO Group : le respect des valeurs. Cela se traduit concrètement dans la manière responsable de gérer ses activités, dans la relation avec le client, dans l’approche des ressources humaines, dans la volonté d’inscrire le groupe dans le tissu de la ville, de la région, dans des objectifs citoyens. Cette philosophie sous-tend le magnifique projet DROH!ME, qui mène le groupe très loin des sentiers battus de la communication**

**Michel Culot**, **CEO Fondateur de VO Group** : *« Chez VO, l’humain a toujours été notre principal souci : respecter nos clients, nos publics est essentiel à nos yeux. Tout comme le respect des personnes qui travaillent ici. Nos priorités : leur faire confiance, les challenger, et surtout leur permettre d’apporter leur créativité et une vision du monde qui donnent tout son sens à notre métier de communiquant. »*

Forts de ces convictions et animés par une volonté d’amélioration continue, les dirigeants du groupe ont atteint plusieurs objectifs importants au cours des deux dernières années. Patrick Parmentier : *« Nous avons aujourd’hui une parité femmes - hommes, au sein de nos agences. Nous avons recruté de nombreux jeunes de moins de 28 ans. Ils sont 14 à avoir rejoint nos rangs en 2016. Le programme CSR (Corporate Social Responsability) réunit une douzaine de personnes issues des sociétés du groupe qui gère un budget en toute autonomie. Nous avons lancé de nombreux programmes de formations. Hormis les habituelles formations en langues ou en expertises IT, nous favorisons actuellement les formations en PNL, en management, en gestion collaborative, en agilité, en créativité. Nous avons revu nos modes de managements en installant le consentement dans nos comités de management et mettons en place les jalons pour une évolution rapide d’un management encore plus participatif. »*

**La CSR comme une opportunité**

En novembre 2015, VO Group, ainsi que l’ensemble des sociétés qui la composent ont obtenu leur **deuxième Etoile au Label Entreprise Eco-dynamique** pour sa bonne gestion environnementale. Ce label est attribué par Bruxelles Environnement aux entreprises bruxelloises qui mettent en place une gestion interne respectueuse de l’environnement. Actuellement, à peine une centaine d’entreprises, dont moins de cinq agences de communication, ont été labellisées.

Michel Culot : *« Nous voulons faire vivre cette notion de respect de l’environnement dans les projets et actions de communication développés par l’agence et nous préférons aborder la prise de conscience environnementale comme une opportunité plutôt que comme une contrainte. »*

## Les entités et les partenaires du groupe

## La nouvelle identité visuelle de VO : le design comme grammaire

**VO accorde une grande importance, dans l’ensemble de la structure, à la dimension durable et au contenu. Deux éléments qui caractérisent la manière dont VO aborde ses clients, mais également ses collaborateurs. Ils sont également à la base de la nouvelle identité visuelle, destinée à mettre le groupe sur la carte en tant que structure transversale.**

Avec la création du nouveau logo de Wallonie.be et l’ensemble de ses déclinaisons pour les nombreuses agences de promotion de la Wallonie à l’étranger, VO avait déjà montré l’ampleur des possibilités offertes par son approche graphique. Le groupe, qui se positionne comme une structure spécialisée dans la communication et les loisirs, avait prouvé qu’il était à même d’imaginer des concepts graphiques innovants, allant bien au-delà de la simple forme.

L'élaboration de sa nouvelle identité visuelle a été confiée au Graphic Designer Olivier Rensonnet qui, en tant que Directeur Créatif, doit désormais créer la symbiose entre les expertises graphiques et les expertises communicationnelles chez VO. *« Notre structure a évolué et cette évolution doit être reflétée par notre identité visuelle »,* explique-t-il. *« VO Group s'appellera désormais simplement VO et opérera à partir d'une approche transversale, au travers de l’ensemble des entités qui le forment. Nous partageons une philosophie commune - offrir à nos clients une approche qui construit du sens et apporter une réponse qui répond à leur problématique de façon remarquable - et c'est exactement ce que notre identité visuelle doit montrer. Bien au-delà d’un logo, il s’agit de montrer comment nous mettons nos valeurs en pratique ».*

# Retour sur l’histoire du groupe

## L’histoire du fondateur Michel Culot

Tout a démarré quelques années avant le lancement de VO Communication. Le virus de l’événementiel, Michel Culot l’a contracté pendant ses études de communication à l’ULB fin des années 1980, à La Rétine de Plateau avec Eric Vauthier et Dirk Deblieck*. « Il y a effectivement une filiation claire entre La Rétine de Plateau et VO. La Rétine, dont j’étais l’un des trois associés, était un laboratoire créatif d’avant-garde en matière de communication événementielle. Une plateforme qui a permis des expérimentations et des grandes premières. On lui doit, par exemple, les premiers bus et tram publicitaires peints. Nous avions aussi été les premiers et les seuls jusqu’à présent, à décorer complètement une rame de métro pour un spectacle co-produit avec le Théâtre royal de la Monnaie autour du film "Koyaanisqatsi", l'un des tous premiers documentaires écologiques. Nous projetions les images du film et l’orchestre de Philip Glass jouait la bande-son en live. »*

*« Cette action Métro-Peint était une première en Belgique et nous a valu un premier prix aux CCB Awards, qui avait même créé une nouvelle catégorie hors média pour nous »,* poursuit Michel Culot.

Le secteur de l’événementiel était en effet tout jeune. La Rétine de Plateau a souvent lancé avant beaucoup d’autres des formules de communication événementielle utilisant de nouveaux médias ou détournant les médias existants. *« Pour le lancement de Canal Plus en Belgique, nous avions projeté la bande-annonce du premier Indiana Jones, en pleine rue, sur des écrans More O’ Ferrall, du jamais vu. Le rôle précurseur joué par la Rétine de Plateau, l’expérience que j’y ai accumulée, tout cela m’a convaincu que je pouvais lancer ma propre agence. Bref, lorsque j’ai fondé VO Communication, c’était avec l’idée d’utiliser l’événementiel comme un véritable outil de communication. »*

## La mise sur orbite de VO Communication

Le lancement a eu lieu en 1992. Michel Culot se positionne comme expert en organisation d’évènement grand-public et en développement et gestion de lignes de sponsoring, pour ensuite élargir le champ de ses compétences à toutes les spécialités de la communication évènementielle. A force d’innovation et de prise de risques maitrisées, VO communication, s’est imposée parmi les leaders du marché et dans le peloton de tête des agences qui font référence.

Appelée à ses débuts pour sa maîtrise des événements grand-public, VO Communication s’est très vite fait reconnaître pour ses talents de communicateur pour des entreprises, tant en communication interne que pour des opérations B2B ou B2C.

## Bien plus qu’un événement festif

VO a toujours eu la volonté d’offrir aux annonceurs davantage qu’un moment événementiel. Pour VO, la communication événementielle recouvre l’événement, mais aussi tout ce qui se passe avant et après. Elle doit être reliée au plan global de marketing et communication. C’est ce qui a toujours différencié VO.

Très vite s’est aussi imposée la notion d’expérience, bien avant que le terme ne devienne l’un des buzzwords du secteur. La capacité à créer des expériences mémorables, à faire passer des messages de manière beaucoup plus forte, et ce à un moment où la communication événementielle 360°commençait à devenir une spécificité, a toujours été inscrit dans l’ADN de VO.

Tout cela a débouché sur des événements prestigieux, que beaucoup garderont en mémoire et qui feront date dans l’histoire du secteur. Michel Culot : *« Le plus mémorable est le Bicentenaire de la bataille de Waterloo, c’est clair. Mais avant cela, il y a eu le Drive In Movies au Cinquantenaire, puis l’installation de la patinoire sur la Grand Place de Bruxelles. C’était une opération de city marketing avant la lettre. »*

## L’arrivée de Patrick Parmentier

VO Communication s’est donc imposé petit à petit sur le marché en développant son offre et en travaillant pour les annonceurs les plus importants du pays. Cette période s’étale sur une dizaine d’années avec une équipe réduite. Michel Culot : *« Patrick et moi nous sommes rencontrés et nous avons découvert que nous partagions les mêmes valeurs fortes. Nous avions toujours été attentifs au développement de nos structures respectives et nous nous rencontrions régulièrement, notamment au sein de l’ACEA, l’association des agences conseil événementielles, que nous avions contribué à créer 10 ans auparavant. Nous avons décidé de travailler ensemble. »*

Une rencontre essentielle, car la collaboration de Patrick Parmentier et Michel Culot va donner une véritable impulsion à l’agence et l’idée de groupe va commencer à germer dès ce moment.

## Le déploiement du groupe

Lorsque Patrick Parmentier rejoint VO Communication, c’est pour occuper le poste de Strategic Planner. Il devient associé en 2007. C’est à ce moment que débute un travail de structuration des expertises sous forme d’organisation en business unit spécialisées ainsi qu’un travail de positionnement plus affirmé. Avec une nouvelle identité, un nouveau logo… L’accent est mis sur le contenu et les nouvelles technologies.

Vint l'année 2008. Pour contrer le début de la crise, décision est alors prise d’affirmer le core business du groupe en donnant plus de visibilité à l’événementiel dans l’appellation de la société, rebaptisée **VO Event**. Au même moment, Culot et Parmentier ambitionnent de créer une nouvelle dynamique en s’appuyant sur le développement du digital. Ils lancent **Voice**, une agence spécialisée en marketing de la conversation, qui regroupe les services dédiés tels que les relations presse, les relations publiques, le social media et la communication digitale. Voice trouve ses marques rapidement en se créant sa propre clientèle. Quelques temps plus tard, est créé **VO Group**, qui rassemble les services administratifs, graphiques et financiers et qui devient la maison mère des filiales VO Event et Voice.

## L’extension du domaine événementiel

C’est en 2012 que le groupe lance **VO Europe**, société spécialisée dans l’offre de services en communication auprès des acteurs institutionnels internationaux. Cette offre comprend la réalisation de missions d’études et d’analyses, la création, la planification et l’exécution de campagnes de communication institutionnelles ainsi que l’organisation intégrée de tous types d’événements, de la conférence internationale jusqu’à des activités de marketing de guérilla. L’agence les accompagne depuis plus de cinq ans dans leur communication citoyenne. Pour des évènements comme les Portes Ouvertes du Parlement, la Semaine de la Mobilité, l’ouverture du Musée de l’Europe et les campagnes événementielles des élections ou l’image de marque de la Belgique avec Positive Belgium.

La communication institutionnelle est développée également sur le plan national avec la création, en 2012, d’une division dédiée au sein de VO Event. La reprise de la Foire du Livre et son redressement, sept éditions des festivités du Port de Bruxelles, de nombreuses campagnes de communication en faveur de l’Egalité des chances, de la Mobilité, des actions de smart city et de nombreux autres enjeux citoyens ont fait de l’agence un acteur de la communication institutionnelle reconnu et demandé.

Dès 2013, les filiales travaillent aussi au niveau international. Voice développe une plateforme internationale pour Delhaize tandis que VO Citizen développe la communication de l’AWEX pour représenter la Wallonie dans le monde, alors que VO Europe gère des évènements conférences débats dans les capitales européennes pour le Parlement, et que VO Event organise des workshops et des défilés très régulièrement pour Levis et Dockers dans de grandes villes européennes ainsi que des salons et conventions à Bruxelles ou dans le monde pour Engie, GSK, BSH, IBA, etc.

## Nouveau département incentive événementiel

En 2013 VO Event a également intégré l’agence To Slice et accueilli son fondateur Denis De Wagheneire. To Slice est spécialisée dans l’organisation d’événements sportifs (golf, voile, rallyes voitures anciennes, hockey…), d’incentive et de team buildings. Le vaste carnet d’adresse de l’agence lui permet de développer des programmes sur mesure partout dans le monde.

## Droh!me, la cinquième dimension

Le respect des gens, de la nature, la responsabilité sociétale, l’intégration du groupe dans la société, la participation à la vie commune sont des constantes dans le discours des dirigeants de VO Group. En 2014, ceux-ci donnent une nouvelle fois un sens à cette philosophie, mais en sortant résolument des sentiers empruntés jusque-là. Le groupe remportait en effet l’appel d’offre organisé par la Région de Bruxelles Capitale pour la concession de longue durée (15 ans) liée au projet de transformation de l’ancien hippodrome de Boisfort, quasiment à l'abandon depuis le début des années 2000. Le DROH!ME Melting Park, qui sera finalisé en 2019, sera un parc de loisirs, dédié à cinq pôles d’activités : le sport, la nature, la détente, l’éducation et la culture.

*« Il peut paraître étonnant qu’un groupe de communication développe un tel projet, mais nous considérons que cela renforce notre positionnement par rapport à notre vision de la responsabilité sociétale de l’entreprise. Tout notre parcours des 25 ans montre combien nous sommes soucieux d’amener cette part créative dans notre vie professionnelle, mais aussi au niveau de celle des gens, de leur quotidien. Et cette dynamique de développement de projets, mise au service de l’image de notre région et de notre pays nous inspire tout autant. Cela montre notre savoir-faire et nous donne une belle visibilité. »*

## Voice intègre Cherry and Cake

En parallèle, Voice progresse et se renforce, avec l’acquisition, en cette année 2017, de l’agence Cherry and Cake et l’arrivée dans l’actionnariat et le management de Serge Sommerling et de Sven Njis, désormais General Manager de Voice. La complémentarité des compétences des deux équipes et notamment leur know-how en communication et en expérience de marques permet à Voice d’enrichir sa palette alliant conversation et conversion. Depuis le 1er février 2017, les deux agences ne font plus qu’une. Avec ce mariage entre partenaires complémentaires, la créativité de Cherry and Cake renforce l’offre conversationnelle de Voice.

## Dates et faits marquants

* 1992 : Michel Culot lance VO communication
* 1992 : VO Communication figure parmi les membres fondateurs de l’Association of Communication Event Agencies.
* 1993 : VO Communication s’occupe de la gestion du sponsoring du festival Couleur café
* 1995 : VO Communication fait le lancement de la patinoire sur la Grand Place de Bruxelles avec le bal « Bruxelles on Ice »
* 2002 : Reprise de la production de la foire du libre de Bruxelles
* 2003 : Arrivée de Patrick Parmentier
* 2008 : Naissance de Voice, une agence basée sur le concept de la conversation
* 2008 : VO Communication grandi et devient un groupe de communication qui chapeaute VO Event et Voice
* 2011 : VO Group devient membre de la Belgian Association of Professional Conference Organisers.
* 2012 : VO Group lance VO Europe
* 2013 : Xavier Vincent devient General Manager de VO Europe
* 2014 : Vinciane Morel et Alexandre Velleuer deviennent actionnaires de VO Event.
* 2014 : VO Group remporte l’appel d’offre lancé par la Région de Bruxelles Capitale pour la réhabilitation de l’hippodrome de Boitsfort. Le projet DROH!ME Melting Park est né
* 2015 : VO Event intègre To Slice, entité spécialisée en incentive évènementiel
* 2015 : VO Group, ainsi que l’ensemble des sociétés qui la composent (Voice Agency, VO Event, VO Europe & DROH!ME), obtiennent le Label « Entreprise Eco-dynamique » 2ème Etoile pour leur bonne gestion environnementale
* 2017 : Alexandre Velleuer devient Managing Director de VO Event
* 2017 : Voice intègre l’agence de communication Cherry and Cake
* 2017 : Sven Nijs devient General Manager de Voice
* 2018 : VO Group devient « VO »
* 2018 : VO crée des partenariats avec Freeman & Greenwood, SIGN et Studio Gondo

# Témoignages des employés et collaborateurs du groupe

**Aujourd’hui nous célébrons les 25 ans de VO, comment imaginez-vous l’agence dans 10 ans ?**

Fanny Dilbeck, 28 ans, Project Developer - VO Event

*« Dans 10 ans, j’imagine que VO sera parfaitement trilingue, s’adaptant ainsi totalement à un marché belge à 2 ensembles, ainsi qu’au marché international. »*

Audrey Lacourt, 39 ans, Management Assistant – VO group

*« VO, la communication durable, efficace et accessible pour tous ! »*

Melina Mpotos, 26 ans, Community Manager FR – Voice

*« VO deviendra, dans 25 ans, l’agence de référence : coopérative, 100% éco-responsable, avant-garde et visionnaire ! »*

Raphaelle Servais, 22 ans, Project Executive – VO Citizen

*« Dans 10 ans, je vois VO comme une entreprise totalement responsable et durable car, bien que les préoccupations sociétales évoluent, VO reste consciente de leurs enjeux »*

Willem Delaruelle, Project Executive 2Slice – VO Event

*« Ik zie VO binnen 10 jaar als een grensverleggende pionier in Brussel, België en ver daarbuiten die blijft inzetten op duurzame interne en externe relaties en trouw blijft aan de VO-filosofie. »*

Gaelle Van Wettere, 37 ans, Human Ressources Manager – VO group

*« Dans 10 ans, nous aurons construit avec nos équipes d’experts une agence européenne incontournable, tendance, open-minded offrant un service 360 aux clients désireux de partager avec nous un projet, une campagne, une créa, un événement, une incentive à valeur ajoutée et responsable. »*

Hubert Canart, 42 ans, Web & Digital Project Leader - Voice

*« Une famille grandit, se diversifie, voyage et explore de nouvelles dimensions, est vecteur de rencontres, de débats. Toujours ouverte sur l'extérieur mais consciente de ses responsabilités dans un monde qui change. Aujourd'hui, dans 10 ans, tel est VO “*

**Pourquoi avez-vous choisi de travailler chez VO ?**

Bruno Borges de Oliveira, 24 ans, Digital Project Executive -Voice

*« VO c’est avant tout une famille. Un côté humain qu’on ne retrouve nulle part ailleurs. VO c’est VOus mais c’est surtout nous ! »*

Adeline Heymans, Project Executive – VO Citizen

*« J’ai choisi de travailler chez VO, car cette grande équipe a cru en mes capacités, m’a fait confiance, et m’a donné l’opportunité de débuter une belle carrière. Thanks VO ! »*

Michael Desmet, 39 ans, Project Developer – VO Citizen

*« J’ai choisi de travailler chez VO parce que c’est une agence qui a des valeurs sociales et environnementales fortes et qui ne fait pas que le dire. Tous les jours nous faisons la différence sur les projets et événements que nous réalisons. »*

Manon Glauden, 27 ans, Communication Coordinator – VO group

*« VO était une des seules boites intéressantes à Bruxelles qui ouvrait ses portes aux jeunes, le choix s'est donc initialement fait de manière pratique. Maintenant que j'y suis, je ne pense pas trouver une entreprise plus en accord avec mes valeurs et plus agréable au quotidien. »*

Dimitri Bertand, 46 ans, Project Leader – VO Event

*« Je ne m’étais jamais posé cette question mais même si je le savais, j’y serais encore. Question de feeling. »*

Grace Lombi, 28 ans, Project Executive – VO Event

*« Travailler chez VO, c’est apprendre, comprendre et entreprendre ! »*

Laurence Leloup, 48 ans, Project Leader – VO Citizen

*« Travailler dans la cellule citoyenne de chez VO, c’est… des contenus, des projets d’envergure, du travail d’équipe… du plaisir en somme ! »*

Annemie Verscueren, 50 ans, Operations Manager – Voice

*« Bij Voice staat de tijd nooit stil. Er is altijd iets nieuws om te leren en te ontdekken. En vooral heel veel goesting om grote en kleine successen voor onze klanten te verwezenlijken. »*

Pierre Visart, 52 ans, Commercial – Voice

*« Parce que j’avais toujours rêvé de travailler dans une agence de communication. Et l’opportunité VOICE s’est présentée à moi un peu par hasard. »*

# Contacts presse

Alexandra Curelea (FR) – [alexandra@voice.bealexandra](mailto:alexandra@voice.bealexandra) – 0487/38.66.17

Karel Goethals (NL) – [karel@voice.be](mailto:karel@voice.be) – 0485/82.96.52