







# De Gouden tip van Ownership

***Ontdek hoe het delen van info,  
waarden en winst je bedrijf  
performant maakt***

Thomas  
Van Eeckhout

Lannoo  
Campus

D/2023/45/4 – ISBN 978 94 014 8791 7 – NUR 800

Vormgeving omslag: Atelier Steve Reynders

Vormgeving binnenwerk: Wendy De Haes

© Thomas Van Eeckhout & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt, 2023.

Uitgeverij LannooCampus maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,  
de boeken- en multimediodivisie van Uitgeverij Lannoo nv.

Alle rechten voorbehouden.

Niets van deze uitgave mag veeleenvoudig worden en/of openbaar gemaakt,  
door middel van druk, fotokopie, microfilm, of op welke andere wijze dan ook,  
zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Uitgeverij LannooCampus  
Vaartkom 41 bus 01.02  
3000 Leuven  
België

Postbus 23202  
1100 DS Amsterdam  
Nederland

[www.lannoocampus.com](http://www.lannoocampus.com)

# INHOUD

<b>VOORWOORD</b>	<b>7</b>
<b>INLEIDING</b>	<b>11</b>
<b>EASI: HISTORIEK, STRATEGIE EN ACTIVITEITEN</b>	<b>15</b>
<u>Klantengetuigenis: SBS Skill Builders</u> , Carl Van Mol, Operations Manager	22
<u>Klantengetuigenis: Herfurth Group</u> , Erik Hertoghs, General Manager IT	25
<b>BASISBEHOEFTE – INLEIDING</b>	<b>29</b>
<b>ERKENNING</b>	<b>33</b>
<u>Getuigenis: Luuk Raaijmakers</u> , Senior Business Consultant & Partner bij Easi	44
<b>TRANSPARANTIE</b>	<b>49</b>
<u>Getuigenis: Liliane Van Winckel</u> , Expert Software Engineer bij Easi	61
<b>VRIJHEID EN VERTROUWEN</b>	<b>65</b>
<u>Getuigenis: Mathijs Maton</u> , Team Coördinator bij Easi	80
<b>MISSIE</b>	<b>85</b>
<u>Getuigenis: Diane Peeters</u> , Facilities Supervisor & Partner bij Easi	94

	<b>LIEFDE</b>	<b>99</b>
	<u>Getuigenis: Mathieu Pignon,</u>	
	Business Unit Manager & Partner bij Easi	<b>110</b>
	<b>HET EASI-WAARDENDOCUMENT</b>	<b>115</b>
6	<b>AANDEELHOUDERSCHAP <i>SHARING IS CARING</i></b>	<b>129</b>
	<u>Getuigenis: Salvatore Curaba,</u>	
	Founder & President bij Easi	<b>142</b>
	<b>EASI'S MANAGEMENTPRINCIPES</b>	<b>149</b>
	<b>EASI'S FORMALISATIEDOCUMENT</b>	<b>159</b>
	<b>TIME FOR ACTION</b>	<b>167</b>
	<b>BESLUIT</b>	<b>175</b>

## VOORWOORD

Als technologiebedrijf is Easi nooit een hemelbestormer geweest. Wij lopen niet voorop wanneer een nieuwe technologie hele markten of bedrijven dooreenschudt. Wij ontwikkelen geen robots die schaakkampioenen verslaan. Wij hebben jarenlang onder de radar gefunctioneerd en waren best tevreden met onze plek in de schaduw. Eigenlijk zou je ons een doodgewoon bedrijf kunnen noemen.

En toch is dat 'doodgewone' bedrijf intussen al negen keer op rij bekroond als *Beste Werkgever van België*. Hoe rijm je zo iets met elkaar?

Je zou het kunnen herleiden tot die ene beslissing van een tiental jaren geleden om medewerkers de mogelijkheid te bieden mede-eigenaar te worden van het bedrijf. Een op dat moment erg logische beslissing, omdat een van de beide aandeelhouders van dat moment besliste om alle aandelen te verkopen. Salvatore Curaba, op dat moment CEO en de andere aandeelhouder, heeft toen beslist om niet zelf alle aandelen terug te kopen, maar ze ook aan de medewerkers ter beschikking te stellen. Dit creëerde meteen een heel andere dynamiek.

Vanaf dat moment is er heel veel veranderd. Easi werd verkozen tot *Great Place to Work, de Beste Werkgever van België in onze categorie*. Deze erkenning hebben we sinds 2015 elk jaar opnieuw mogen ontvangen. Het bedrijf kende ook een enorme groei: van nauwelijks meer dan honderd collega's tot net geen vijfhonderd bij de start van 2023. Easi telt intussen al 115 aandeelhouders, stuk voor stuk mensen die hebben beslist om te investeren in het bedrijf en zo ook letterlijk 'ownership' te nemen.

Is dat dan het geheim van ons hr-succes? Zo wordt ons vaak gevraagd op events, op meetings met zakenpartners en soms zelfs op familiefesten. Dan moeten we steeds herhalen dat het niet zo eenvoudig is. Anders werd elk bedrijf dat zijn werkgevers aandelen geeft als eindejaarsbonus een *Great Place to Work*. Wat dan wel ons geheim is? Op die logische volgende vraag, antwoorden we eerlijk

dat er eigenlijk geen geheim is. Het aandeelhouderschap is slechts één facet van een doorgedreven en samenhangende strategie, die volledig gebaseerd is op het invullen van menselijke behoeften met de juiste waarden.

8

Wij praten hier graag en veel over. Op een heel nederige wijze delen we onze inzichten, overtuigingen en ervaringen. We doen dat nooit om iemand te overtuigen van ons gelijk, maar altijd omdat we oprecht geloven dat dit een positieve impact kan hebben. Bovendien vinden we het de beste manier om trouw te blijven aan waar we in geloven. Wanneer we ons model expliciet uitschrijven en toelichten, wordt het duidelijker en gemakkelijker om het consequent toe te passen.

Doorheen de jaren hebben we op deze manier het Easi-verhaal talloze keren verteld tijdens presentaties, vergaderingen en informele gesprekken. En nog steeds is slechts een fractie van de Belgische zakenwereld op de hoogte van ons model.

Zo groeide het idee voor dit boek. Omdat we enerzijds merkten dat veel ondernemers geïnteresseerd zijn in een vernieuwende hr-aanpak en het openstellen van het kapitaal van hun onderneming, maar niet meteen weten hoe ze dit moeten aanpakken. En omdat we anderzijds niet vaak genoeg kunnen benadrukken dat het aandeelhouderschap geen 'silver bullet' is die alles oplost. Dat het één radertje is van een groot geheel. Dat dit geheel ook andere schakels omvat, en een aanpak vereist die zich situeert op het kruispunt tussen hr, Legal, Employer Branding en Employee Engagement. Dat krijg je niet in enkele slides uitgelegd, of in een TED Talk van vijftien minuten. Daar heb je een heel boek voor nodig. Een boek dat niet alleen het aandeelhoudersmodel toelicht, maar ook en vooral haarfijn uitlegt waarom dit model enkel kan floreren wanneer ook de voedingsbodem voldoende aandacht krijgt. En dat boek hadden we nog nergens gevonden. Dus vonden we het onze plicht om dat gat in de boekenmarkt te vullen.

Doorheen het boek worden bepaalde termen gebruikt. We lijsten ze hier alvast even op, omdat dit kan helpen het overzicht te bewaren.



De **formalisatie**: dit document beschrijft heel gedetailleerd wat Easi van haar medewerkers verwacht. Het geeft onze medewerkers als het ware een hand-leiding om hun carrière vorm te geven. We hebben een deel van dit document opgenomen in het boek op pagina 159.

**Managementprincipes**: Easi heeft steeds veel belang gehecht aan de manier waarop het bedrijf gerund wordt. Wij noemen deze overtuigingen 'Managementprincipes'. Deze worden toegelicht in het boek. Het document waarin deze, samen met nog heel wat andere elementen, opgenomen zijn hebben we niet opgenomen in het boek.

**Waarden**: Easi is een waardegedreven onderneming. Dat betekent dat wij een aantal waarden gedefinieerd hebben waarvan wij vinden dat deze ons onderscheiden van andere bedrijven. Deze waarden komen heel vaak terug in het boek, de beschrijving die we intern hanteren hebben we integraal opgenomen op pagina 115. Een waarde is iets wat ons richting geeft, een kompas waaraan we onze beslissingen en handelingen aan af kunnen wegen. De waarden die Easi centraal plaatst zijn de volgende: Commitment, Caring, Responsibility, Positivity, Excellence en Shareholdership.

**Basisbehoeften**: onze hr-aanpak hebben we gebaseerd op een aantal basisbehoeften. In alles wat we doen proberen we op deze behoeften in te spelen. Daar waar een waarde onze beslissingen en handelingen richting geeft, zien wij deze basisbehoeften eerder als elementen die zin geven aan de relatie die Easi heeft met haar medewerkers. De basisbehoeften die Easi geïntegreerd heeft in haar bedrijfsvoering zijn de volgende: Erkenning, Transparantie, Vrijheid & Vertrouwen, Missie en Liefde.

Met ons boek hopen we jou, lezer, te inspireren en inzichten te bezorgen die mogelijk kunnen leiden tot concrete verbeteringen in jouw onderneming.

Is onze organisatie perfect? Absoluut niet. Maar we zijn wel erg tevreden met wat we hebben bereikt tot nu toe. We zijn trots dat onze inspanningen voor onze medewerkers worden gewaardeerd door de medewerkers zelf en nu ook worden erkend door de buitenwereld. Maar we halen vooral onze voldoening uit

de overtuiging dat we de komende jaren nog meer medewerkers kunnen laten genieten van deze stimulerende omgeving. En dat we met dit boek misschien wel anderen inspireren om een gelijkaardig parcours af te leggen. Voor ons heeft het in elk geval het mooiste bedrijf ter wereld opgeleverd. Er is maar één bedrijf dat nog mooier is: het Easi van volgend jaar, en het jaar nadien, en het jaar daarna!

10

Veel leesplezier en veel inspiratie gewenst!

Thomas Van Eeckhout

## INLEIDING

Tien à twintig jaar geleden was de arbeidsmarkt nog een werkgeversmarkt. De bedrijven hadden het vaak voor het uitkiezen tussen tientallen kandidaten, en kandidaten waren al blij als ze voor de laatste ronde in aanmerking kwamen. Vandaag is deze balans volledig gekanteld. Schoolverlaters en andere werkzoekenden kunnen rustig kiezen uit een lange lijst van mogelijke werkgevers. Ze zullen die keuze bijgevolg veel bewuster maken dan hun ouders dat in het verleden gedaan hebben.

In die nieuwe dynamiek, waarin de luxe van de keuze is verschoven van werkgever naar de kandidaten, merken we vaak een verbijsterend opbod: werkgevers concurreren op het vlak van voorwaarden (er lijkt geen limiet meer te bestaan op de steeds hogere lonen), werkomgeving (een pooltafel in de keuken is zowat de standaard geworden), flexibiliteit (we vragen aan onze mensen heel lief om af en toe naar kantoor te komen en begrijpen het als ze toch niet willen), en ga zo maar door. Tegelijk merken we dat diezelfde ondernemingen verrassend weinig differentiëren op het vlak van cultuur, waarden en andere factoren die een bedrijfsidentiteit bepalen.

Ik ben ervan overtuigd dat het loont om bewust na te denken over het type bedrijf dat we willen zijn. Het is een illusie om te denken dat we voor iedereen aantrekkelijk kunnen zijn of dat we voor iedereen goed kunnen doen. Als we gaan voor de grootste gemene deler, zullen we er nooit in slagen om een echt diepe band op te bouwen met onze medewerkers.

Hetzelfde geldt voor dit boek. Wij proberen waardevolle ideeën aan te reiken, maar beseffen maar al te goed dat niet iedereen hier een boodschap aan zal hebben. Dat is onze ambitie ook niet. Maar misschien nodigen onze ideeën je wel uit om zelf na te denken over welke bedrijfscultuur, welke strategie, welke waarden en visie voor jouw onderneming kunnen werken.

Voor ons heeft dit boek trouwens ook een heilzaam effect gehad. Bij het uitschrijven van onze waarden, van wat ons drijft en van onze aanpak hebben we alles voor onszelf nog eens op een rijtje kunnen zetten, en kunnen nadenken over mogelijke aanpassingen of toevoegingen. Door alles op papier te zetten, verplichten we onszelf bovendien om onze principes consequent na te leven. Zo versterken we ons model. Het staat niet in steen gebeiteld, maar het scheelt niet meer zoveel.

12

Easi is – met meer dan honderd aandeelhouders of mede-eigenaars die actief zijn in het bedrijf – een voorloper in de Benelux wanneer het gaat over participatief ondernemen. Uiteraard springt dat gedeelde aandeelhouderschap in de kijker, het is een belangrijk deel van wie we zijn en heeft een sterke impact op de cultuur die er heerst in het bedrijf. Vaak wordt Easi dan ook vereenzelvigd met dat participatief aandeelhoudersmodel.

Het aandeelhouderschap is echter slechts één element van het bedrijfsmodel dat we zo consequent toepassen. Het maakt deel uit van een bredere, evenwichtige strategie, waarbij we alles in het werk stellen om een context te creëren waarin onze mensen gelukkig kunnen zijn op de werkvloer. Niet omwille van een of andere spirituele overtuiging, maar vooral omdat we ervan overtuigd zijn dat dit ons de beste economische resultaten bezorgt. Betrokken mensen zijn gelukkige mensen. En wie meer betrokken is bij de organisatie waarvoor men werkt, draagt bij tot betere resultaten. De ‘zachte’ nadruk op het geluk van de medewerker valt op die manier bijna volledig samen met de ‘harde’ resultaten en winstobjectieven die het bedrijf blijft nastreven.

Naast aandeelhouderschap moeten we het dus ook hebben over cultuur, waarden, de principes die we dagelijks toepassen in onze bedrijfsvoering en de manier waarop we vaak tegen de stroom ingaan. Anders komt het verhaal rond ownership nooit volledig tot zijn recht.

Het woord ‘ownership’ in de boektitel is trouwens een vlag die een dubbele lading dekt. Enerzijds gaat het over het juridisch bezitten van een deel van het bedrijf. Anderzijds betreft het ook het figuurlijk ‘ownership nemen’ over je job, je carrière en alle aspecten die daarrond hangen. Ownership nemen is een vaak

terugkerend thema binnen de hr-vakliteratuur van tegenwoordig. Maar dat blijft meestal beperkt tot wat een medewerker hiervoor kan doen. Wij zijn ervan overtuigd dat ownership begint bij ons als werkgever en dat het dus aan ons is om de eerste stap te zetten. En we geloven heel sterk dat het ene ownership het andere versterkt, en dat ons bedrijf zijn gezonde groei voor een groot deel aan deze filosofie te danken heeft.

De economische waarde van medewerkers die ownership nemen, in beide betekenissen van het woord, kan moeilijk worden overschat.



# EASI: HISTORIEK, STRATEGIE EN ACTIVITEITEN

15

## Het ontstaan van Easi

1999 is een topjaar voor al wie België een warm hart toedraagt. (Toen nog) prins Filip en prinses Mathilde geven elkaar het jawoord en staan zo aan de start van een in alle opzichten geslaagd koninklijk huwelijk. Jean-Pierre en Luc Dardenne winnen op het Filmfestival van Cannes de Gouden Palm met hun meesterwerk *Rosetta*, het begin van een lange en in alle opzichten geslaagde romance tussen de broers en het Franse festival. En ergens in het voorjaar besluiten Salvatore Curaba en Christian Castelain om hun veilige positie bij de internationale IT-speler IBS Proget op te geven en samen een nieuw avontuur aan te gaan. Easi was geboren.

Nochtans had Salvatore uitzicht op een zitje in het managementteam van IBS Proget, een niet onaardig vooruitzicht. Waarom hij dan toch koos om zijn eigen bedrijf op te richten? Enkel Salvatore zelf kan hierop exact en volledig antwoorden. Maar later heeft hij wel meegegeven dat zijn beslissing onder andere werd beïnvloed door het feit dat hij graag aandelen in IBS wenste te verwerven en hij die kans niet heeft gekregen. Een keerpunt dat mogelijk ook later een rol heeft gespeeld in zijn latere bedrijfsstrategie. Salvatores visie op het Easi van vandaag en op het runnen van een voetbalploeg – hij is momenteel voorzitter van RAAL (Royale Association Athlétique Louviéroise), de ploeg waar hij ooit als jonge knaap begon – lees je vanaf pagina 142.

### **Duurzaam in tijden van internetbubbels**

1999 was ook de vooravond van het nieuwe millennium, en dat zullen we in de bedrijfswereld en in de ICT-sector geweten hebben. Iedereen had de mond vol van de 'millenniumbug', de programmeerfout die zou zorgen voor een volledige instorting van alle softwareprogramma's en hierdoor van de volledige bedrijfswereld. Achteraf bleek het zo'n vaart niet te lopen, maar velen waren er toen van overtuigd dat alle software op 1 januari 2000 zou denken dat we in het jaar 1900 waren beland.

Tientallen of zelfs honderden bedrijven werden in België opgericht om op korte termijn rijk te worden door een oplossing te bieden voor dit probleem. En voor andere 'trending' uitdagingen, zoals de invoering van de euro. Of door bedrijven te helpen om een graantje mee te pikken van de internetbubbel.

Toch koos Easi vanaf de start voor een strategie die we vandaag duurzaam zouden noemen, maar die ze destijds zelf omschreven als een gezonde langetermijnstrategie. We wilden een gezond en gedegen bedrijf opbouwen waarmee klanten voor langere tijd in zee willen gaan, omdat ze voelen dat Easi om hen geeft, en niet (enkel) om hun centen.

Natuurlijk waren de centen van de klant belangrijk. Easi wilde en moest ook winst maken om te overleven, want in die tijd konden ICT-startups niet rekenen op gegarandeerd durfkapitaal van *business angels* of andere investeerders. We konden enkel rekenen op onszelf en op onze klanten. Een reden te meer om hen te koesteren en voor hen tot het uiterste te gaan in al onze activiteiten. Die kon je in de begindagen samenvatten in drie activiteitstakken:

- het installeren en beheren van IT-infrastructuur;
- het ontwikkelen van software in opdracht van klanten;
- het detacheren van IT-personeel.

### **Een steile start**

In onze drang om winstgevend te zijn, benaderden we de markt eerder opportunistisch. Wanneer een klant ons vroeg of we in staat waren een project uit te voeren, was ons antwoord bijna instinctief: 'Ja, uiteraard.' Maar vaak moesten we dan in allerijl op zoek naar mensen die dat effectief konden realiseren.



Het eerste jaar werd afgesloten met een dertigtal medewerkers en een positief resultaat. Een steile start en het begin van een nooit eindigend groeiverhaal.

Vrij snel daarna heeft Easi een standaard boekhoudapplicatie ontwikkeld, die later zou uitgroeien tot het huidige Adfinity. In de jaren nadien volgen nog andere standaard softwarepakketten. Alle activiteiten gebeuren vanuit een kantoor in Zaventem, dicht bij de taalgrens. Een bewuste keuze, want van meet af aan heeft Easi zowel Wallonië als Vlaanderen bewerkt, ook al waren het bedrijf en de oprichters Franstalig van origine.

17

### **2012: een kanteljaar**

In 2011 besloten oprichters Salvatore en Christian elk hun eigen weg te gaan, nadat beiden gedurende twaalf jaar goed hadden samengewerkt. Christians vertrek uit het bedrijf leidde tot een verschuiving in het kapitaal in 2012. Salvatore besliste om Christians aandelen zelf over te nemen, ook al lag de gemakkelijksoplossing – extern kapitaal aantrekken – voor het grijpen. Tegelijk bood hij wel een aantal sleutelpersonen de kans om aandelen over te nemen. Zo kreeg Easi in één klap tien nieuwe aandeelhouders, onder wie de twee huidige CEO's.

Ook op andere vlakken werd 2012 voor Easi een kanteljaar. De ambities werden aangescherpt en met het Leuvense Appligen werd een eerste overname die naam waardig, opgetekend (2012). Dat jaar werden ook de kiemen gelegd voor een nog medewerkersvriendelijker beleid, wat zou leiden tot een eerste bekroning als *Great Place to Work* in 2015. En op technologisch vlak konden we een hele reeks nieuwe oplossingen voorleggen: Inboxzero, de voorloper van ons mailprogramma Rooftop, onze mobiele sales enablement tool Smartsales, en Cloud2be, onze private cloud-oplossing.

### **De stap opzij van Salvatore**

2016 werd alweer een scharnierjaar. Salvatore besliste een stap opzij te zetten en de dagelijkse leiding over te laten aan het Executive Committee, dat op dat moment zes leden telde. Even werd de mogelijkheid overwogen om meteen een of meerdere CEO's aan te stellen, maar na onderling overleg werd beslist dat Salvatore voorlopig de titel van CEO zou behouden, ook al stortte hij zich

intussen met volle overgave op het voorzitterschap bij 'zijn' voetbalclub RAAL LA Louvière. Hierdoor werd het beheer van Easi de facto aan het management overgelaten. Elders in dit boek kun je lezen hoe Salvatore ook bij La Louvière dezelfde waarden hanteert en iedereen hierin stilaan meekrijgt.

### **Easi's twintigste verjaardag**

18

In 2019 vierde Easi haar twintigste verjaardag. En dat ging niet onopgemerkt voorbij. Salvatore blikte terug op zijn leven en zijn Easi-avontuur met het boek *On m'a pris pour un fou*. Easi werd Onderneming van het Jaar in de jaarlijkse verkiezing van EY. Salvatore zette een belangrijke volgende stap in de evolutie van ons aandeelhoudersmodel, onder meer door zijn positie van meerderheidsaandeelhouder op te geven. En als klap op de vuurpijl overhandigde hij zijn CEO-sjerp aan Jean-François en mezelf, om als President van Easi nog nadrukkelijker naar de achtergrond (en naar de bestuurskamer van La Louvière) te verhuizen.

### **Onze strategie: customer intimacy first**

Volgens de strategische waardendriehoek van Treacey en Wiersema (1995) moeten bedrijven steeds voorrang geven aan een van de drie strategische basiswaarden: *product leadership*, *operational excellence* of *customer intimacy*. Easi kiest resoluut voor het laatste. Wij vertrekken steeds vanuit de wens van de klant. We werken oplossingen op maat uit om aan die wensen zo goed mogelijk tegemoet te komen. Ons einddoel hierbij is steeds hetzelfde: het optimaliseren van klanttevredenheid en uitgroeien tot strategische partner voor de bedrijven die ons hun vertrouwen schenken. Easi weet al heel lang dat je geen customer intimacy kunt bereiken zonder een stevige scheut *employee intimacy*. Als je geen respect hebt voor je medewerkers, kun je hun ook niet leren om je klant te respecteren.

In onze strategie speelt het profiel van de ideale klant ook een bepalende rol. Easi richt zich op de 'bovenkant van het middensegment': bedrijven die 200 à 600 medewerkers tellen. Die bedrijven beseffen dat technologie een concurrentieel voordeel biedt en dat investeren in IT dus een zakelijke noodzaak is. Zij krijgen te maken met dezelfde uitdagingen als Easi, waardoor het voor ons vanzelfsprekender is om op niveau van de algemene directie te kunnen meedenken op lange termijn.

Bij deze bedrijven streven we een zo groot mogelijk marktaandeel na. Uiteraard omdat dat economisch interessant is, maar ook om onze customer intimacy-strategie zo goed mogelijk te kunnen uitvoeren. Hoe meer van de klantinfrastructuur we in handen kunnen nemen, hoe meer we écht verantwoordelijkheid kunnen nemen en de klanttevredenheid optimaal kunnen realiseren. Dat zijn de beste omstandigheden om een sterke en duurzame relatie uit te bouwen.

Daarom blijven we bewust een relatief breed gamma aan diensten en oplossingen aanbieden, zowel op het vlak van software als hardware, cloud security en diensten. De klant is gebaat bij één aanspreekpunt voor zo veel mogelijk aspecten van hun IT-infrastructuur, en wij kunnen zo de klanttevredenheid beter garanderen.

Een overzicht in cijfers:

## DE GOUDEN TIP VAN OWNERSHIP

- 1999** — **MAART** — Easi België wordt opgericht door Salvatore Curaba en Christian Castelain. Het eerste kantoor bevindt zich in Zaventem.
- **OKTOBER** — Kort na de oprichting wordt beslist om eigen software te creëren gericht op het financieel beheer van middelgrote ondernemingen.
- 2000** — **JUNI** — Het eerste boekjaar wordt afgesloten met een positief resultaat.
- 2001** — **JANUARI** — Na financieel beheer richt Easi zich op een oplossing om eenvoudig websites te maken en te onderhouden.
- **AUGUSTUS** — Easi Luxemburg wordt opgericht.
- 2002** — **JANUARI** — Easi blijft investeren in eigen oplossingen en voegt nu ook hr-beheer en crm toe aan haar portfolio.
- **JULI** — Jean-François Herremans start, na een stage, bij Easi als consultant op 22-jarige leeftijd.
- 2005** — **OKTOBER** — Om haar aanwezigheid in Vlaanderen te versterken wordt een kantoor in Gent geopend.
- 2006** — **SEPTEMBER** — Thomas Van Eeckhout start bij Easi als Internal Sales op 21-jarige leeftijd.
- 2007** — **JUNI** — Er wordt grond aangekocht in Nijvel, waar een nieuw hoofdkantoor gebouwd zal worden.
- 2008** — **FEBRUARI** — Start van Easi Frankrijk.
- 2009** — **MEI** — Het nieuwe hoofdkantoor in Nijvel wordt in gebruik genomen.
- 2012** — **MEI** — Belangrijke wijziging in het kapitaal. Christian Castelain verlaat het bedrijf, Salvatore Curaba gaat alleen verder en betreft tien sleutelpersonen in het kapitaal.
- **JUNI** — Overname van Appligen, een Vlaams bedrijf dat boekhoudsoftware aanbiedt.
- 2013** — **SEPTEMBER** — Easi lanceert een eigen cloudplatform onder de naam Cloud2be.
- **SEPTEMBER** — Overname van Appsolution, een pionier op het vlak van Mobile App development.
- 2014** — **SEPTEMBER** — Easi blijft onophoudelijk investeren in nieuwe oplossingen: SmartMail, SmartDrive, SmartSales en Safe2be zijn geboren.
- 2015** — **FEBRUARI** — Easi wint voor de eerste keer de Great Place to Work-award (award uitgereikt door de Vlerick Business School): Beste Werkgever in de categorie <500 medewerkers. Een prijs die het bedrijf sindsdien elk jaar in de wacht zal slepen.
- **MEI** — Overname van Synchro Production.
- 2017** — **MAART** — Easi brengt een nieuwe versie van haar succesvolle boekhoudsoftware op de markt onder de naam Adfinity.
- **OKTOBER** — Overname van het Gentse INTO IT, een bedrijf gespecialiseerd in cybersecurity.