



Ontbijtvergadering 27/10/2016 Link21 Marc Populier over zaken doen met Japan

Marc Populier is **Professional and Association Member of the Belgian - Japan Chamber of commerce (BJA)**.

Is een zakelijke en financiële professional met een ruime internationale managementervaring in de logistiek, retail, automotive en de elektronica-industrie met betrekking tot- of in Japan. Hij richt zich op het ondersteunen en de oprichting van lange termijn relaties tussen de Japanse en westerse bedrijven.

Zijn specialiteit is adviesdiensten aan EU-bedrijven die investeren in- of exporteren naar Japan, alsmede ondersteuning van Japanse bedrijven die de EU-markt wensen te betreden.

Gelieve u in te schrijven via mail, website of via het inschrijvingsformulier in bijlage, met een sterke voorkeur voor één van de eerste 2 methodes. Bij voorbaat dank.

Data werkingsjaar 2016 - 2017

27/10/2016 - 17/11/2016 - 15/12/2016 - 20/01/2017 - 16/02/2017 - 16/03/2017 - 20/04/2017 - 18/05/2017 - 16/06/2017

Uw gegevens al aangepast op ons intranet ?

Nog steeds heeft niet iedereen zijn gegevens bijgewerkt. Nog geen tijd voor gehad: maak er 2 minuutjes tijd voor, meer heb je niet nodig. Mocht u geen mailtje gehad hebben, laat het dan weten aan koen.vanlommel@netropolix.be

Uw nieuws in deze nieuwsbrief ?

Hebt u nieuws om te vermelden in deze nieuwsbrief ? Een mailtje naar koen.vanlommel@netropolix.be is voldoende.

Samenstelling bestuur werkingsjaar 2016 – 2017

Gerald Favril - voorzitter
Bert Vissers - secretaris
Fabienne Verbeek - penningmeester
Koen Vanlommel - nieuwsbrief & website
Tom Bongaerts - bestuurder
Koen De Peuter - bestuurder
Carlo van Tichelen - bestuurder
Pierre Stubbe - bestuurder

Decoprint en H&S Hoogerhuis&Smit overgenomen door particuliere investeerders, geadviseerd door SDM Corporate Finance Group

Decoprint, gevestigd in Hoogstraten, ontwerpt en decoreert gepersonaliseerde drinkglazen en flessen voor brouwerijen en andere klanten in de wereldwijde drank- en voedsel-industrie.

H&S Hoogerhuis&Smit, gevestigd in Breda, is actief in promotionele artikelen gemaakt uit glas, aardewerk, porselein, plastic en metaal.

Decoprint heeft productie faciliteiten in België en Roemenië en een commercieel kantoor in Nederland.

De groep is een van de marktleiders in deze industrie.

Marc Popelier over zijn fotoboek Sights and Scenes of Japan

Zijn nauwe band met het land en zijn frequente bezoeken resulteerden in een uniek en indrukwekkend fotoboek waarin hij de lezer de meest pittoreske bezienswaardigheden van Japan en de meest opvallende scènes wil laten ontdekken.

Voor de meeste van onze wereldreizigers is Japan een land met een unieke en zelfs mysterieuze cultuur. Ikzelf was daar geen uitzondering van...

Sinds mijn eerste trip naar Japan in de zomer van 2002 vroeg ik me al af waarom ik me zo direct thuis voelde in dit land. Een wereldland, ver weg van ons Belgenland, met totaal verschillende aspecten van al wat ik op school had geleerd. Was het het warme onthaal dat ik mocht ervaren van de bevolking, het eten, het respect voor hun cultureel erfgoed, de attitude om te werken en zaken te doen, of gewoon de beloning om te kunnen genieten van het prachtige scenario tijdens een lange wandeling. Zelfs na verscheidene bezoeken, zowel professioneel als in mijn vrije tijd, voel ik me nog steeds bevoorrecht dat ik dit fantastische land kan bezoeken.

Het is echt een land met zo'n grote diversiteit en contradicties dat het me steeds blijft verrassen en dat ik waarschijnlijk ook nooit volledig zal begrijpen.

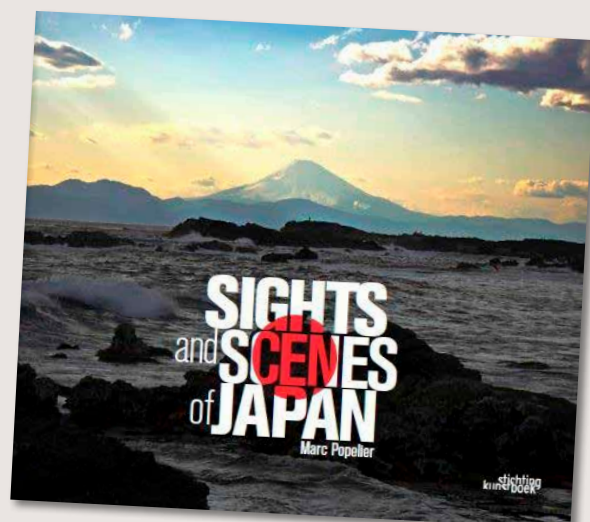
Japan, zijnde een bergachtig land en toch woont de meerderheid van de bevolking in grote kuststeden zoals Tokyo, Yokohama, Osaka en Fukuoka. Eens je Honshū, het grootste eiland van de 4 hoofdeilanden verlaat, zal je snel ontdekken dat de Japanse archipel (eilandengroep) in feite is opgebouwd uit duizenden eilanden met een overvloed aan natuur en prachtige landschappen. Bij het reizen in Japan, met name tijdens het verblijf in een ryokan (soort hotel), zal men aangenaam verrast zijn van de hoffelijke manier waarop bezoekers worden behandeld en de fijnheid van de Japanse keuken. Het is ook een land waar oude gebruiken, gekoesterd en ongewijzigd blijven, voor meer dan duizend jaar. Evenals geavanceerde technologie en de nieuwste gadgets zijn hier niet onbekend.

Sinds decennia is Japan erkend als een economische wereldmacht, in zijn lange geschiedenis moesten ze ook veel problemen overwinnen. Vanwege zijn geografische ligging aan de Pacific Ring of Fire, wordt het land geconfronteerd met een constante dreiging

van natuurrampen, zoals bijna geen ander land dit heeft. Hoewel het afgelopen millennium er lange periodes van economische groei en relatieve vrede was, werd de Japanse bevolking niet altijd gespaard van de negatieve gevolgen van de binnenlandse conflicten en opportunistische politieke keuzes.

Doch elke nederlaag is altijd al overwonnen geweest met respect voor de geest van "wa", sociale harmonie en met een veerkracht en flexibiliteit. Dit is zeer moeilijk te verstaan voor ons als Westerlingen.

Het boek "Sights and Scenes of Japan" is opgebouwd rond een verzameling van foto's die ik tijdens mijn reizen heb genomen. Het zijn plaatsen en scènes die mijn aandacht trokken op het moment dat ik er voorbij ging. Bij het nemen van een foto zal iedere fotograaf het licht, de sfeer en de setting anders benadrukken. Hetzelfde heb ik gedaan in het boek. Het is een kleine persoonlijke selectie van foto's waarin ik hoop de schoonheid en de geest van Japan weer te geven en zo iedereen te verleiden om een eerste bezoek te doen aan dit fascinerende land of het te her-ontdekken.



Van Havermaet anticipeert op een sector in verandering

Een gedurfde rebranding onderstreept visie

Hasselt 6 oktober 2016 – Vandaag lanceert Van Havermaet zijn nieuwe brand identity en website. Geen klassieke rebranding maar dé belichaming van een doordachte visie als rechterhand van ondernemers. Een visualisatie van de vertrouwenspersoon bij wie je altijd terecht kunt.

Meer dan 70 jaar, een rijke geschiedenis en vele mijlpalen later, staat Van Havermaet ondernemers, vrije beroepers en vermogende particulieren bij met professioneel advies op maat. Rode draad in de bedrijfsfilosofie is de persoonlijke aanpak en het familiale karakter.

Tijd van verandering

“In een wereld die voortdurend in beweging is, en waarin onze sector steeds meer en sneller evolueert van informatie verwerken naar informatie voorspellen, willen we ook de communicatie van onze onderneming vernieuwend benaderen” aldus Jan Maurissen. “We namen het jonge reclamebureau Expliciet uit Hasselt onder de arm om een vernieuwde, unieke en vooral uitdrukkelijke brand identity uit te werken. Toegegeven het resultaat is gedurfd, maar nét dat spreekt ons aan: een letterlijke visualisatie van een vertrouwenspersoon, van uw rechterhand. Meer dan ooit is ondernemen immers anders durven zijn” zo besluit de challenger.

Elke medewerker als rechterhand

Ook Algemeen Directeur Kristof Meesters klinkt opgetogen: “we hadden meteen een goed gevoel bij dit concept. Het feit dat we ook elke medewerker als rechterhand uitwerken volgens de visualisatie van het logo zet ons verhaal alleen maar kracht bij.” De jonge ondernemer verklaart: “Op visitekaartjes, LinkedIn en andere persoonlijke toepassingen zullen we het gezicht uit ons algemene logo vervangen door het gezicht van de medewerker zelf. Zo wordt elke medewerker letterlijk een deel van ons logo en drukt daarmee uitdrukkelijk zijn/haar commitment uit.

Ook online over een andere boeg

Wie denkt aan vernieuwing en een wereld in verandering denkt meteen ook aan de digitale wereld waarin verandering sneller dan ooit



plaatsvindt. Ook hier kiest Van Havermaet overtuigend voor een andere aanpak. “We opteren bewust om niet louter de dienstverlening te afficheren op onze website” aldus Jan Maurissen. “De nieuwe website vertrekt vanuit de behoefte van de klant. Door een eenvoudige vraag centraal te stellen leiden we hun naar de specifieke info waarnaar zij op zoek zijn. De website zal steeds meer evolueren naar een informatie platform. Zo zijn we ook uw rechterhand online, als het ware”.

Demolder Orthos overgenomen door Orthomed, geadviseerd door SDM Corporate Finance Group

21 september 2016 - Teneinde de verdere expansie van één van de oudste bandagisten/orthopedische specialzaken van België nog meer te ondersteunen heeft de familie Demolder beslist om de krachten te bundelen door opgenomen te worden in de Orthomed groep. Demolder Orthos is vanuit Hasselt sedert 4 generaties steeds sterk aanwezig geweest in het grootste deel van Limburg en zelfs daarbuiten. Voornamelijk op het vlak van prothesen, orthoses en bandages heeft Demolder Orthos bewezen dat ze een betrouwbaar, discreet en gespecialiseerd vakmanschap vertegenwoordigt. Orthomed uit Genk heeft zich al decennialang gespecialiseerd in alle vormen van hulpmiddelen voor mobiliteit, stomazorg, orthopedie en revalidatie. Sinds een aantal jaar is ook hier de volgende generatie aangetreden met

een ambitie naar een nog bredere en verregaande dienstverlening voor hun cliënteel. De overname van Demolder Orthos dient dan ook gezien te worden als een uiting van deze ambitie en groeistrategie. Orthomed en Demolder Orthos zijn enorm complementair in hun dienstverlening en specialisaties. Beide bedrijven blijven op hun huidige locaties verder doen en dit onder de bestaande en alom gekende benamingen en met het immer vertrouwde team. De Orthomed groep telt na deze overname een 30-tal gemotiveerde medewerkers die zoals steeds ten dienste staan van hun klanten. Door deze transactie treedt het bedrijf toe tot de Belgische Top-10 binnen de sector.

Vleesboerke viert 40 jaar met feest voor 1.000 gasten

Ter gelegenheid van het 40-jarige bestaan pakt Vleesboerke/Agora Culinair uit Herentals groots uit. Maandagavond 12 september nodigen Mario en Peggy Vleugels meer dan 1.000 gasten uit bij golfclub Witbos in Noorderwijk voor een verrassingsfeest. "Hiermee willen we medewerkers, klanten en leveranciers bedanken voor de unieke samenwerking", zeggen broer en zus Vleugels. "Op zo'n verjaardagen neem je de tijd om eens stil te staan", zegt Mario Vleugels. "Dan besef je pas dat je ongelooflijk dankbaar moet zijn. Ik denk hierbij in de eerste plaats aan mijn beide ouders die de zaak uit de grond stampten. Maar ook aan mijn grootvader die de voorloper van 't Vleesboerke oprichtte. En aan mijn zus Peggy, die al die jaren samen met mij ons bedrijf heeft gestuurd."

Fatale brand

De onderneming bleef niet van onheil gespaard. Op 11 april 1996 brandde het bedrijf helemaal af. Mario Vleugels: "Toen ze nog nablusten, installeerden wij al een soort crisiscentrum in de living van mijn ouders. We kochten snel een paar computers en we waren weer vertrokken. Een paar uur na de brand waren al onze leveranciers al opgebeld dat ze de dag erna zeker moesten leveren. Ook al wisten we toen nog niet waar. Ook onze klanten werden verwittigd dat ze zich geen zorgen moesten maken. We zouden

hen tijdig leveren." "Op Wolfstee vonden we een magazijn dat nog vol meubels stond", herinnert Peggy zich. "In de nacht na de brand maakten we dan dat magazijn helemaal leeg. De ochtend daarop stonden er een 8-tal diepvriescontainers met generatoren."

Eerder, in 1993, lag 't Vleesboerke aan de basis van Resto-Frit, een samenwerking van 13 familiebedrijven waarmee betere condities konden worden verkregen bij de fabrikanten. "Binnen de samenwerking kon ik ook gaan denken over gezamenlijke concepten. Zo startte in 1994 de Smullbox, in samenwerking met het toen nog piepkleine bedrijfje rond Samson en Gert. Een geniale vondst die 22 jaar later nog steeds toprecettes oplevert."

In 2000 verhuist 't Vleesboerke naar de nieuwe bedrijfsgebouwen in de Grensstraat in Herentals. In 2006 werd de naam Agora Culinair gelanceerd. Mario Vleugels: "We evolueren steeds sneller in de richting van de meer culinaire horeca. Ook de snackwereld verbreedt het aanbod in een meer culinaire richting. Dat maakt dat de naam 't Vleesboerke eigenlijk de lading al lang niet meer dekt. Een naam als Agora Culinair is veel correcter en sterker. We gebruiken die naam steeds nadrukkelijker en 't Vleesboerke steeds minder."

Stubbe metaalbewerking 'we zijn een bedrijf dat niet moet volgen, maar mee de norm kan bepalen'

Pierre Stubbe, de zaakvoerder van Stubbe Metaalbewerking uit Beerse, is een ondernemer pur sang en het levende bewijs dat het mogelijk is om in het huidige economische klimaat een succesvolle onderneming uit de grond te stampen. Iets meer dan twintig jaar geleden startte hij met een bijbaantje, vandaag is zijn bedrijf uitgegroeid tot een modelonderneming die 600 ton staal per jaar verwerkt, een omzet draait van drie miljoen euro en die werk verschaft aan twintig mensen. 'Stubbe Metaalbewerking heeft al een ongelooflijk parcours afgelegd', zegt Stubbe. 'En we hebben absoluut de ambitie om op een gezonde manier te blijven groeien.' We hebben met Pierre Stubbe afgesproken in het gloednieuwe bedrijfspand van Stubbe Metaalbewerking op het industrieterrein Beerse-Zuid, maar treffen de bedrijfsleider niet aan achter zijn bureau. 'Mag ik even een ander hemd gaan aantrekken?', vraagt Stubbe na een hartelijke begroeting. Het bouwverlof staat voor de deur en om al de orders tijdig de deur uit te krijgen, draait de zaakvoerder volop mee in de productie. 'Dat is toch even wennen', grijnst een opgefriste Stubbe, wanneer hij ons even later aan de tafel vervoegt. 'Maar een inspanning die ik graag lever wanneer ik daarmee de jongens in de productie en vooral onze klanten help. We draaien op dit moment op volle toeren en moeten dringend enkele extra medewerkers gaan aanwerven. Alleen is het niet zo eenvoudig om technische profielen met de juiste competenties te vinden.'

INNOVEREN EN CONTINUE VERBETEREN

En die technische competenties heb je zeker nodig om bij Stubbe Metaalbewerking in de productie mee te draaien. De focus van het bedrijf ligt op innovatie, zowel naar machinepark, automatisering, robotisering, personeel, organisatie als duurzaamheid. Met behulp van een CNC-gestuurd machinepark bewerken ze metalen, maar ook kunststoffen. 'Innoveren en de wil om continue te

verbeteren is iets wat in mijn natuur zit', vertelt Stubbe. 'Dankzij deze instelling zijn wij als toeleverancier van draai-en freeswerk uniek in de regio. Al vele jaren investeren we in automatisering en robotisering. Zo beschikken we vandaag over vier robots en een vijfassige draaifreescombinatie. Ook onze mensen volgen regelmatig interne en externe opleidingen. Dankzij al deze inspanningen staan we garant voor kwaliteit en zijn we een bedrijf dat niet moet volgen, maar de norm kan bepalen.'

BIJBAANTJE

Wanneer je het bovenstaande allemaal leest, is het moeilijk te geloven dat het verhaal van Pierre Stubbe eerder toevallig begonnen is. 'Na een technische opleiding elektromechanica was ik een beetje mijn weg aan het zoeken', herinnert Stubbe zich. 'Ik werkte voor de Scheepvaart en in het jeugdhuis kwam ik in contact met iemand die actief was in de autosport. Hij zocht nog iemand om te helpen met het draai-en freeswerk en als bijbaantje ben ik toen bij hem aan de slag gegaan. Dat werk lag me wel en als jongeman van amper 22 ben ik in 1993 mee in die zaak gestapt.' Al vrij snel bleek dat de partner van Stubbe de autosport niet wilde loslaten. In 1996 kocht hij daarom zijn vennoot uit en timmerde alleen verder aan de weg. Stubbe Pierre bvba verhuisde in 2001 naar een nieuw pand in Rijkvorsel en daar begon ook de echte groei. Pierre nam zijn eerste mensen aan en in 2009 aarzelde hij niet toen hij de kans kreeg Den Draaier over te nemen. Dit bedrijf, dat grotere stukken draai- en freeswerk kon bewerken was een perfecte aanvulling op Stubbe Pierre bvba dat vooral kleine stukken bewerkte. 'Al heel snel bleek dat – zoals vaak – 1+1 meer was dan 2', vertelt Stubbe. 'Voor bestaande klanten van Stubbe Pierre bvba konden we nu ook grotere opdrachten aan. En heel wat klanten van Den Draaier klopten nu ook voor hun fijner werk bij ons aan.'

Intracto breidt bedrijfsstructuur uit

Dat de zomerperiode dient om uit te rusten, daar zijn ze het bij Intracto niet mee eens. Integendeel. De Belgische kmo met roots in de Kempen breidt zijn klantenportefeuille en ook zijn werknemersbestand grondig uit. Met de overname van de webactiviteiten van het Geelse Compro bevestigt Intracto nogmaals zijn groeiambitie in de digitale sector. De maanden juli en augustus waren een drukke periode voor Intracto. De onderneming stoomde haar teams klaar voor een veelbelovend najaar. Nieuw talent kon dan ook niet uitblijven. Het marketingteam werd versterkt door de aanwerving van Merlijn Coppens en Stefanie Bloemen. Arno Dirckx en Kobie Burgess vervoegden het team van Accountmanagers. De interne en externe communicatie van Intracto zelf neemt Laura Gielis voor haar rekening. "Naast dit alles stelden we ons de vraag wat we nog meer voor onze klanten kunnen betekenen. We willen verder kijken dan de oppervlakte. Daarom neemt Matthias Theys de rol van Customer Success Manager op zich", aldus Managing Director Pieter Janssens. "De klant staat steeds centraal. We willen hen allen – aan de hand van onze expertise – doen groeien op alle mogelijke vlakken." Intracto neemt vanaf oktober de webactiviteiten van Compro over. Het bedrijf is sinds 1987 een begrip in de Kempische IT-wereld. Eerder nam Intracto al de klantenportefeuilles over van bedrijven zoals Bright Sites, Mosquito en King Foo.

Voor 2016 stevent Intracto af op een geconsolideerde omzet van 15

miljoen euro. Het bedrijf kent een gemiddelde groei van 30% per jaar.

Sinds decennia is Japan erkend als een economische wereldmacht, in zijn lange geschiedenis moesten ze ook veel problemen overwinnen. Vanwege zijn geografische ligging aan de Pacific Ring of Fire, wordt het land geconfronteerd met een constante dreiging van natuurrampen, zoals bijna geen ander land dit heeft. Hoewel het afgelopen millennium er lange periodes van economische groei en relatieve vrede was, werd de Japanse bevolking niet altijd gespaard van de negatieve gevolgen van de binnenlandse conflicten en opportunistische politieke keuzes. Doch elke nederlaag is altijd al overwonnen geweest met respect voor de geest van "wa", sociale harmonie en met een veerkracht en flexibiliteit. Dit is zeer moeilijk te verstaan voor ons als Westerlingen.

Het boek "Sights and Scenes of Japan" is opgebouwd rond een verzameling van foto's die ik tijdens mijn reizen heb genomen. Het zijn plaatsen en scènes die mijn aandacht trokken op het moment dat ik er voorbij ging. Bij het nemen van een foto zal iedere fotograaf het licht, de sfeer en de setting anders benadrukken. Hetzelfde heb ik gedaan in het boek. Het is een kleine persoonlijke selectie van foto's waarin ik hoop de schoonheid en de geest van Japan weer te geven en zo iedereen te verleiden om een eerste bezoek te doen aan dit fascinerende land of het te her-ontdekken.

Wij doen mee aan milieubewust omgaan met energie door doelbewuste aankopen

Voor GNA is de recente vernieuwing van ons wagenpark het (bijna) laatste punt om mee te gaan met wat wij als onderneming kunnen betekenen voor het milieu hedendaags. Eerst waren we begonnen om onze containerparkprojecten onder de loep te nemen of we op het ecologisch gebeuren ons steentje konden bijdragen. Zo hebben we een deel van onze hardware aangepast om een lager verbruik te verkrijgen. We hebben materialen gebruikt die milieuvriendelijker zijn, minder afval... In het kantoorgebouw is er reeds building automation toegepast. Er zal nooit verlichting, airco of verwarming langer branden dan nodig. Met sensoren en contacten is dit volledig afgeblokt. Niet aanwezig is geen verbruik in die ruimte. Een raam open en de verwarming, airco stopt... Dit maakt het energieverbruik voor onze firma echt minimaal. Het verbruik voor de verwarming van het ganse gebouw is te vergelijken met een gezinswoning. Maar we hebben niet alleen onze projecten/materialen bekeken, eveneens een groot stuk van ons wagenpark.

We komen van een wagenpark met een hoge CO². Nu met de vernieuwing gaan we rijden met wagens die een zeer lage CO² uitstoot hebben zodat we ook fiscaal hier ons voordeel uit halen. Het verbruik en de kost/wagen is hierdoor ook geminimaliseerd. En dan spreek ik nog niet over de tevredenheid bij mijn mensen. Ze hebben heel wat wagens mogen testen, verschillende merken, verschillende modellen. Uiteindelijk werd er 1 wagen uitverkozen als mooiste, hipste, beste, zuinigste, goedkoopste, ...

Ik heb er dan nog als supplement een automatische transmissie bijgenomen zodat het verbruik echt zo min mogelijk wordt door een lage koppeling. Het was dan nog een leuke surplus voor mijn mensen die dit niet hadden verwacht! Iedereen gelukkig en ecologisch heel goed bezig! Wat wil je nog meer. De rest van de vervanging zal binnen 2 jaar gebeuren en dan is ons wagenpark volledig milieuvriendelijk verantwoord!!

Marketing en Sales Automation door Phobos en Actor

Banken hervormen, businessmodellen wijzigen en de efficiëntie van een onderneming is te meten aan het gebruik van processen. Vanaf nu kunnen kmo's hun marketing- en salesaanpak in hoge mate automatiseren, waardoor meer klanten sneller tot aankoop worden aangezet. Na 2 jaar voorbereiding en analyses van technologieën werd Phobos en Actor de eerste Silver Partner van SharpSpring Marketing Automation in België. Door SharpSpring Marketing Automation zijn bedrijven in staat om hun klanten en prospecten slim op te volgen, zowel offline als online, en kunnen ze hun prospecten gerichte informatie verschaffen tijdens de aankoopcyclus.

Momenteel introduceert Phobos en Actor Marketing Automation in verschillende marketing- en salesteams in België, zowel in de retail-sector als in zakelijke markten. 3 nieuwe medewerkers (marketing, sales en IT) bij Phobos en Actor zullen deze nieuwe aanpak gedreven mee ondersteunen. Bovendien kan de nieuwe aanpak rekenen op de steun van het Agentschap Innoveren & Ondernemen. Wilt u ook de toegevoegde waarde ontdekken van Marketing Automation? Schrijf u dan in voor de innovatieve sessies in november op www.phobosenactor.be/marketing-automation-2/

Groep Van Eyck altijd op zoek naar innovatie in catering

Jan Van Eyck: "Sterke groei maakte herstructurering noodzakelijk"

"We merken meer en meer dat het belevingsaspect een almaar groter belang krijgt in de catering. Eten en drinken blijft uiteraard de kern van elk feest, maar het is niet langer alleen de kok die de scepter zwaait. De cateraar is meer en meer de dirigent die van elk feest een symfonie moet maken. Mensen willen tijdens een feest of restaurantbezoek al hun zintuigen aanspreken. Bovendien moeten we telkens opnieuw maatwerk leveren, terwijl we om rendabel te blijven onze manier van werken continu moeten bijsturen. Zo hebben we onlangs een belangrijke herstructurering achter de rug die de Groep Van Eyck nog sterker moet maken voor de toekomst."

Wie het actiedomein van Jan Van Eyck in kaart wil brengen, merkt dat zijn catering-activiteiten zeer ruim zijn. We vinden zijn medewerkers niet alleen in 14 modulair ingerichte ruimtes van de oorspronkelijke feestzaal in het Kastelse Houtum, waar het succesverhaal begon, maar evenzeer in De Putten, Link 21 en de E10-hoeve. Daarnaast levert de groep onder andere cateringdiensten in het stadion van KV Mechelen, bij Genzyme in Geel, op het bedrijventerrein in Mechelen-Noord, bij Brucargo in Zaventem, maar ook in de expocentra van Antwerpen, Gent en Namen. Ten slotte krijgt de groep een almaar steviger voet aan de grond in de zorgsector. Zo worden dagelijks maaltijden geleverd in meerdere rusthuizen en in het AZ in Herentals."

15 tot 20 % groei

"Onze vaste uitbatingen hebben een organische groei doorgemaakt, maar het zijn vooral onze interprofessionele catering en de catering in de zorgsector die de jongste jaren de grootste vooruitgang hebben gekend. We spreken hier van een groei van 15 tot 20%. Eén en ander heeft ertoe geleid dat we onze organisatie flink hebben moeten herschikken. Terwijl in het verleden zowat elke onderneming binnen de groep zijn eigen ondersteunende diensten had, hebben we die sinds kort gecentraliseerd. Daarbij hebben we onze activiteiten onderverdeeld in drie groepen. Ten eerste de cateringactiviteiten voor bedrijven en de organisatie van feesten en events. Dat maakt dat VR Catering, Meeza en Dinner Events nu samen één afdeling vormen. Zij gebruiken één en de-

zelfde keuken in ons pand aan Delften in Malle. Ten tweede zijn er onze catering-activiteiten in de zorgsector die worden waargenomen door Veresto, met vestiging in Olen. En ten slotte zijn er onze vaste uitbatingen in Kasterlee, Herentals en Malle."

Altijd op zoek naar innovatieve werkwijzen

"In elk van deze deelgebieden stellen zich uitdagingen. Telkens opnieuw moeten we innovatief zijn en de belevingsfactor verhogen. Immers, nieuwe voedingsproducten kunnen we niet meer uitvinden, want de mensen krijgen al lang heel de wereld op hun bord. Eten en drinken blijven de kern van elke maaltijd of feest, maar er zijn veel aspecten in de rand die de beleving van het eten en feesten nog aangener kunnen maken. Een goed voorbeeld hiervan vinden we in de zorgsector. De tijd dat patiënten in het ziekenhuis de dag voordien op een blad moesten aanduiden wat ze de volgende ochtend bij het ontbijt wensten, is voorbij. In het AZ Herentals bijvoorbeeld rijden wij 's ochtends de kamer binnen met onze ontbijtkar. Het is aan de patiënt om op dat moment te kiezen uit ons uitgebreide assortiment ontbijttartikelen. Deze manier van werken levert niet alleen een aangener gevoel op bij de patiënt, maar ook voor ons is het minder arbeidsintensief omdat geen bestellingen moeten worden klaargemaakt en ingepakt. Bovendien blijken we veel minder etenswaren te moeten weggooien. Ziekenhuizen en rusthuizen moeten gaan inzien dat ze de catering uit hun kostentabel moeten weglaten en de keuze wat de

maaltijden betreft aan de patiënt moeten overlaten. Die kan naar eigen goedvinden kiezen voor het standaardaanbod of voor een upgrade. Voor het ziekenhuis of rusthuis maakt dit geen verschil. Enkel de patiënt is er beter mee gediend."

Nieuw soort medewerkers

"Elke groei brengt weer nieuwe uitdagingen mee. Net omdat het belevingsaspect almaar meer op de voorgrond komt en de complexiteit van elke opdracht stijgt, hebben we nood aan medewerkers met een ander profiel. Klantvriendelijkheid en meedenken met de organisatie is immers van topbelang."

Fiche

Jan Van Eyck

Groep Van Eyck: catering

Tel.: 0475 45 01 38

e-mail: jan.van.eyck@groepvaneyck.be

Groep Van Eyck: 200 werknemers en een jaaromzet van € 30 miljoen

Motto: "Kom aan mannen, de weg is vooruit. Met passie en goesting!"



Secretariaat
Ontbijtclub Kempen

Impressa nv
Greesstraat 11 - 2200 Herentals
t 014 28 55 55 - f 014 28 55 50
tb@impressa.be

OCK Bestuur 2016-2017

Gerald Favril (van der Linden Favril - gerald@favril.be) | Bert Vissers (Novatio - bert.vissers@novatio.be) | Koen De Peuter (Aannemingen De Peuter - koen.depeuter@depeuternv.be) | Tom Bongaerts (Impressa - tb@impressa.be) | Carlo Van Tichelen (Phobos & Actor - carlo@phobos.be) | Koen Vanlommel (Netropolix - koen.vanlommel@netropolix.be) | Fabienne Verbeek (Group NDLE Automation - f.verbeek@гна.be) | Pierre Stubbe (Stubbe draai- en freeswerk - pierre@stubbemetaalbewerking.be)