

Nieuwsbrief

NUMMER 187
APRIL 2021

ONTBIJTCLUB

Kempen



Beste leden,

Bijna 200 jaar geleden schreef Herman Gorter zijn meesterwerk van meer dan 5000 regels dat begon met de woorden 'Een nieuwe lente en een nieuw geluid: Ik wil dat dit lied klinkt als het gefluit,...' en zo zou ik jullie graag uitnodigen voor onze eerste activiteit sinds mensenheugenis, met name een virtuele ontbijtsessie met Koen De Leus, waarover hieronder meer. De eerste 50 inschrijvers krijgen zijn boek 'De Winnaarseconomie' via de post toegestuurd. Hopelijk zijn we massaal aanwezig. Jullie mogen trouwens flink reclame maken en andere mensen uitnodigen om deze sessie ook bij te wonen. Graag zet ik ook onze past-voorzitter en past-bestuurslid Marcel Smets in de bloemetjes. Hij ging op 31 maart op pensioen bij Drisag. Bij deze bieden we hem graag het ere-lidmaatschap van onze Ontbijtclub aan. Marcel, van harte proficiat met uw volledige en succesvolle carrière. Een bloemetje is onderweg.



Met warme groeten,
Koen Vanlommel
Voorzitter 2020 - 2021



Data werkingsjaar – Save the Date

22/04/2021 _____ Koen De Leus – Digitaal

20/05/2021 _____ Nog in te vullen

25/06/2021 _____ Nog in te vullen

17/09/2021 _____ Nog in te vullen

AFHANKELIJK VAN COVID19

Koen De Leus

Koen De Leus (Bonheiden, 1969) behaalde zijn masterdiploma Handelswetenschappen aan de Economische Hogeschool Sint-Aloysius (EHSAL). In zijn functie als analist bij Tijd Beursmedia was hij vanaf 1998 nauw betrokken bij het ontwerp en de berekening van Europese sectorindexen. Van 2004 tot januari 2006 was hij Chief Economist bij Uitgeversbedrijf Tijd, het bedrijf dat de dagelijkse zakenkrant De Tijd en het beleggingsmagazine De Belegger publiceert. Van 2006 tot juli 2012 werkte Koen als Market Strategist bij Bolero, een onlinebroker van KBC Securities, voor hij in augustus 2012 de functie van Senior Economist ging bekleden bij moederbedrijf KBC. Sinds september 2016 is hij Chief Economist bij BNP Paribas Fortis. Hij is ook gastdocent in 'Behavioural Finance' in het kader van het Investment Management-programma aan de EHSAL Management School. Koen is regelmatig te gast in de nieuwsprogramma's van de tv-zenders VRT, Kanaal Z en Tijd. tv en eveneens op de radio. In 2006 publiceerde hij, samen met medeauteur Paul Huybrechts, het boek 'Naar Grijsland', dat de sociale en economische gevolgen van de vergrijzing diepgaand analyseert. Het was een van de drie boeken die genomineerd waren voor de ABN Amro-prijs voor het non-fictieboek van het jaar. In 2012 volgde 'Gouden beursleuzen', waarin hij beurstips van 's werelds beste beleggers reviewde en updatete. In dat boek onderzocht hij ook de meest voorkomende emotionele valkuilen waarin beleggers vaak trappen.

In juni 2017 publiceerde Koen zijn derde en meest recente boek 'De Winnaarseconomie: Uitdagingen en kansen van de digitale revolutie.' Daarin geeft hij een overzicht van de belangrijkste macro economische en sociale implicaties (productiviteit, werkgelegenheid, ongelijkheid, investeren) van de vierde Industriële Revolutie die op ons afkomen.

Koen zal ons op donderdag 22 april volgend onderwerp brengen :

De pandemie bracht de globale economie tot stilstand. Maar



eindelijk is er licht aan het einde van de tunnel. Hoe harder dat licht begint te branden, hoe sneller de rente de hoogte in wil. Laten de centrale bankiers dit toe met het risico op een stevige correctie op de aandelenmarkten? En wat met inflatie?

Vast staat dat niet alle bedrijven en sectoren ongehavend uit de lockdown zullen komen. Bepaalde sectoren zullen dan weer profiteren. Technologie is daar ongetwijfeld één van, en een versnelde digitalisatie en automatisatie leidt mogelijk tot een versnelling van de productiviteit. Of dit effectief het geval is, hangt af van de vraag of heel de organisatie aangepast wordt of niet.

Netropolix :

Chief happiness officer om welzijn medewerkers te vergroten

Na vier jaar geeft Emanuel van der Aalst de fakkel als Chief Happiness Officer van Netropolix door. Het bedrijf focuste zich al lange tijd op het verhogen van het welzijn van de medewerkers en in de aanloop naar 2021 werd beslist een experte binnen te halen voor de permanente uitvoering van deze rol.

Hoe iemand zich voelt en gedraagt binnen een team is iets wat Netropolix' ceo Koen Vanlommel al van in het prille begin fascineerde. Lang voor iemand had gehoord van een Chief Happiness Officer had het bedrijf hier al speciale aandacht voor met het doorlopen van verschillende trajecten met externe specialisten. In 2015 haalde Netropolix Emanuel van der Aalst aan boord die zich, naast zijn aankoop- en marketingfunctie, toespitste op de zachte kant van HR. Later, bij de fusie van Netropolix en COVR begrepen beiden onmiddellijk het belang van het versmelten van de verschillende bedrijfsculturen. Op die manier wilden ze het welzijn van alle medewerkers verzekeren.

In de loop der jaren nam het IT-bedrijf een spurt: het groeide enorm en alle vestigingen trokken eind 2019 naar eenzelfde locatie in Geel. In 2020 werd er hard gewerkt aan de structuur van de organisatie. Als gevolg merkte Netropolix dat het tijd werd iemand fulltime in huis te halen voor de rol van Chief Happiness Officer om het welzijn binnen het bedrijf te bewaken.

Netropolix koos uiteindelijk voor Aïda Sels. "CHO zijn is meer dan met confetti strooien alleen. Het idee heerst dat de functie vooral met fun te maken heeft, maar het gaat veel breder dan dat", aldus Aïda. Netropolix benadrukt hiermee dat ook alles wat met welzijn en groei te maken heeft tot het takenpakket van een CHO behoort. "Mensen moeten met goesting komen werken en hun talenten ten volle kunnen inzetten."

Vanaf 2021 zal Aïda samen met zaakvoerders Tim Sleebus en Koen Vanlommel verder werken aan de verankering van de waarden in de organisatie met als doel dat elke medewerker de beste versie van zichzelf kan zijn.



Windvision neemt Vortex Energy Belgium over

Windvision, heeft vandaag Vortex Energy Belgium overgenomen. Daarmee breidt het bedrijf zijn zonne- en windenergiecapaciteit op de Belgische markt verder uit tot een totale productiecapaciteit van 500MW. Met deze overname wil Windvision zijn innovatieve aanpak uitbreiden om meer duurzame energie te produceren.

Simon Neerinx, CEO van Windvision: "De overname van Vortex Energy Belgium is een belangrijke mijlpaal voor Windvision. De overname stelt ons in staat onze middelen en capaciteit te versterken om nieuwe projecten te ontwikkelen in België. We kijken uit naar de samenwerking met het deskundige team van Vortex Energy Belgium en samen bij te dragen aan een meer duurzame toekomst."

Vortex Energy Belgium is de Belgische dochteronderneming

van Vortex Energy, een toonaangevend Duits energiebedrijf. Vortex Energy Belgium is in 2017 opgericht en heeft een portfolio van 244 MW onshore wind- en 34 MW zonne-energieprojecten in 15 locaties in Wallonië.

Concrete actie tegen klimaatverandering

De ontwikkelingsstrategie van Windvision biedt een antwoord op de maatschappelijke uitdagingen van vandaag op het gebied van het koolstofarm maken van energie, een domein dat sterk door de EU wordt gesteund.

Deze nieuwe mijlpaal versterkt Windvisions positie verder als grote speler in de opwekking van hernieuwbare energie. De onderneming geeft hiermee blijk van haar engagement om bij te dragen aan de ambitieuze Green Deal van de EU en een

duurzame toekomst voor iedereen mogelijk te maken.

De nieuw samengevoegde entiteit zal focussen op portfolio-ontwikkeling en het proactief zoeken naar nieuwe groeiopportunities. De gedegen expertise en diepgaande kennis van de sector waarover de medewerkers van Vortex Energy Belgium beschikken, is een waardevolle troef die Windvision zal helpen zijn ontwikkelingsdoelstellingen waar te maken.

Sinds de investering van BlackRock in Windvision in augustus vorig jaar, via zijn Global Renewable Power III Fonds ("GRP III"), heeft het bedrijf zijn activiteiten in België, Frankrijk en Spanje uitgebreid. De Windvision groep wil zijn specialistenteam uitbreiden in Frankrijk, waar er recent twee projecten werden toegewezen via een openbare aanbesteding voor windenergie. In België zal Windvision in het voorjaar van

2021 beginnen met de bouw van zijn eerste windmolenpark in Vlaanderen.



De drijfveer achter de groeispurt van Intracto Group

De acquisities van Intracto Group zijn niet weg te slaan uit de nieuwsberichten. De voorbije 4 maanden namen ze We are you, Marlon, Mia, en iValue over en vervoegden zo meer dan 500 collega's het team. Toch zit er veel meer achter dit bedrijf dan pure acquisitieve groei. "Deze versnelde groeifase, waarin we ons nu bevinden, is slechts een tussenfase", aldus Pieter Janssens, oprichter en CEO van Intracto Group. Deze maand legt hij aan ons helder uit wat de drijfveren en toekomstplannen van het bedrijf zijn.

De drijvende kracht achter Intracto Group

Toen we in 2005 startten, lag onze focus voornamelijk op het bouwen van websites en het leveren van een stukje marketing-diensten. We kenden de eerste jaren van ons bestaan al een mooie groei die we zelf ook al ondersteunden door een combinatie van organische groei en kleinere overnames. De voorbije jaren zagen we echter 2 belangrijke evoluties in onze industrie.

De eerste daarvan is dat het digitale landschap steeds complexer wordt en bedrijven daardoor vaak moeten samenwerken met meerdere, tot zelfs tien verschillende, leveranciers van digitale diensten. Die leveren elk een stuk van de digitale puzzel. Denk hierbij aan consultants, social media partijen, creatieve reclamebureaus, webbouwers, data bedrijven en ga zo maar door. Die meerdere partijen coördineren is een heus werk en zorgt vaak voor misverstanden, een suboptimaal resultaat en een langere 'time-to-market'.

De tweede observatie betreft de eindgebruiker als consument. Consumenten worden doorgaans kritischer in de digitale beleving die ze ervaren bij bedrijven waar ze online interactie mee hebben. Denk hierbij aan onze verwachtingen als we online iets zoeken, de verwachtingen van relevante gepersonaliseerde aanbiedingen, online customer service, ...

Die hoge klantverwachtingen inlossen, en dat met een veelvoud van leveranciers, wordt als erg complex ervaren. In dat gat willen we springen. We zijn op weg om een bedrijf te bouwen dat enerzijds in de breedte end-to-end klanten kan helpen met hun digitale transformatie maar anderzijds ook in de diepte per domein voldoende schaal heeft om ook tot in detail de beste expertise te bie-

den. En dat willen we aan een stevig tempo doen. In een consoliderende markt als de onze is het belangrijk hierin voorop te lopen.

Van Herentals naar heel West-Europa

Dat nieuwe bedrijf bouwen op een relatief korte periode vraagt om een gestructureerde aanpak. Enerzijds tekenden we begin 2018 onze groeiplannen en gingen we parallel de markt op, op zoek naar een partner die ons hierbij kon ondersteunen. Die partner hebben we gevonden in Waterland. Dankzij hun ervaring in 'buy & build' en toegang tot de juiste financieringsbronnen hebben we samen de turbo op onze plannen kunnen zetten.

Bijgevolg zijn we sinds december 2018 bezig aan de realisatie van onze strategie om de juiste digitale talenten samen te brengen om zo te evolueren naar één nieuw bedrijf dat end-to-end klanten kan helpen in hun digitale transformatie. Denk hierbij aan het samenbrengen van strategische teams die de business van onze klanten begrijpen, creatieve teams, marketing teams en technologie teams tot één bedrijf.

We zijn dus niet bezig een netwerk te bouwen van bedrijven. Het feit dat wij vandaag verschillende bedrijven in onze groep hebben, is louter een tussenfase om ons einddoel te bereiken. We zijn niet enkel bedrijven aan het toevoegen, we zijn ook middels een achterliggend transformatieplan uit de verschillende bedrijven de beste elementen aan het samenbrengen in één masterplan om het nieuwe bedrijf te vormen met één missie, cultuur, team, propositie, organisatie, HR strategie, Stap voor stap zullen we de komende periode dus evolueren van een groep bedrijven naar één nieuw bedrijf en hier ook de eerste signalen in de markt rond afgeven.



Toekomstperspectieven in the Nordics

Parallel met het verhaal in de Benelux hebben we het voorbije jaar de tijd genomen om de Scandinavische markt te screenen, de tweede van de drie regio's waar we deze periode naartoe willen. Ik denk dat ik er vandaag bijna alle keyplayers ken. We staan dan ook aan de vooravond van onze eerste stap in die nieuwe markt. In de komende 16 à 20 maanden willen we daar hetzelfde bereiken als in de Benelux.

In de keuze voor de regio's hebben we rekening gehouden met enkele karakteristieken, zoals de mate van fragmentatie van de markt, de digitale maturiteit en de culturele fit. We houden van pragmatiek, no-nonsense. Dat merk je eveneens in die culturen. En geen vereiste, maar wel handig was dat Waterland buitenlandse offices heeft in dezelfde regionen.

Ondersteuning Kempische ondernemers

Vandaag staat Intracto Group al verschillende Kempische ondernemers bij voor hun (online) communicatie en marketing, zo ook enkele leden van de Ontbijtclub. Voor onder andere DCM, Salar, Netropolix, Creative Cooling Group, Intervest, Yuki, Heylen Group, Roland DG en Novatech is Intracto Group dus zeker geen onbekende.

Secretariaat Ontbijtclub Kempen

Drukservice-Impressa nv
Greesstraat 13 - 2200 Herentals
t 014 28 55 55 - f 014 28 55 50
tb@impressa.be

OCK Bestuur 2020 - 2021

Koen Vanlommel – voorzitter
Tinne Aerts – secretaris
Michel Sollie – nieuwsbrief & website
Gerald Favril – penningmeester en aanspreekpunt nieuwe leden
Tom Bongaerts + Koen De Peuter + Eva Raepsaet + Dave Van den Putte = eventteam