

Krachtenbundeling van gelijkgestemde zielen



Mieke, Jan en Koen Hellyn, Geert Casselman en Kris De Brabandere zien heel wat mooie synergieën in de samenwerking tussen beide bedrijven.

Strategische samenwerking wapent BDMO en Hellyn nog beter voor de toekomst

Uitgerekend op Valentijnsdag kondigden BDMO en Hellyn Kartonnage hun 'verloving' aan. De West-Vlaamse specialisten in respectievelijk luxe verpakkingen en gepersonaliseerde presentatiemiddelen trekken hun prima verstandhouding nu door in een geïntensifieerde samenwerking. "We behouden allebei onze identiteit, maar kunnen onze ondernemingen hierdoor nog sterker op de kaart zetten", weten Mieke Hellyn, Kris De Brabandere en Geert Casselman.

De relatie tussen Hellyn Kartonnage en BDMO was al jarenlang goed. Terwijl de fabrikant van gepersonaliseerde presentatiemiddelen zoals mappen, displays en staalboeken uit Wielsbeke bij BDMO klant was voor verpakkingen uit hard karton,

klopte de producent van luxe verpakkingen uit Meulebeke ook regelmatig bij Hellyn aan.

Het idee om de krachten te bundelen groeide toen Jan, Mieke en Koen Hellyn een grondige denkoefening over de toekomst van hun

bedrijf deden. "Ons familiebedrijf is door de jaren heen mooi gegroeid, dankzij de inzet van 15 medewerkers en onszelf", stipt Mieke Hellyn aan. "Aangezien zowel mijn broers als ikzelf de kaap van de 50 lentes overschreden hebben, wilden we nu al beslissingen nemen over de richting van het bedrijf. We stelden vast dat ringmappen op zich geen groeiemarkt vormen, maar dat we dankzij onze knowhow wel voor een sterke toegevoegde waarde kunnen zorgen om de vraag naar speciale marketingprojecten met een aparte afwerking in te vullen. Daarnaast merken we een grote vraag naar toepassingen met dozen, uitgerekend de specialisatie van BDMO. We hadden al beslist om onze kinderen niet in de zaak te laten stappen en bovendien wil Koen nog een carrièreswitch maken. Toen BDMO eind vorig jaar de activa van het kartonnagebedrijf Carir overnam, viel de puzzel quasi helemaal in elkaar."

De informele gesprekken tussen BDMO en Hellyn resulteerden al vrij snel in de beslissing om strategisch te gaan samenwerken.



“Toen BDMO eind vorig jaar de activa van het kartonnagebedrijf Carir overnam, viel de puzzel quasi helemaal in elkaar.”

Mieke Hellyn

“De voorbije jaren was al gebleken dat we op dezelfde lijn zitten qua managementstijl en bedrijfscultuur”, stipt Geert Casselman van BDMO aan. “We focussen ons niet voortdurend op cijfers, maar wel op het welzijn van onze mensen. Bovendien delen we dezelfde oplossingsgerichte attitude: onze hoogwaardige producten moeten onze klanten toelaten om beter te kunnen verkopen.”

Onafhankelijke zusterbedrijven

Zo evolueren BDMO en Hellyn Kartonnage dus tot zusterbedrijven die onafhankelijk blijven opereren. “We behouden sowieso allebei onze identiteit, omdat de twee ondernemingen bij hun klanten een sterke, goede reputatie hebben opgebouwd”, pikt Kris De Brabandere in. Hij zal het algemeen en financieel management van Hellyn ondersteunen en op die manier het vertrek van Koen Hellyn mee opvangen. “Het is voor mij een waar privilege om tegelijk in twee mooie bedrijven te mogen instappen, exact twintig jaar nadat Geert Casselman bij BDMO net hetzelfde heeft gedaan.”

BDMO en Hellyn Kartonnage waren nooit concurrenten. “Integendeel, we zijn net heel



complementair”, weet Mieke Hellyn. “Waar wij hoofdzakelijk in onderaanneming werken voor uitgeverijen, drukkers en reclamebureaus, situeert het cliënteel van BDMO zich vooral in de voedingsmarkt en de cosmetica. Wij focussen ons uitsluitend op maatwerk en kleinere series. Bij onze Meulebeekse partner zijn de volumes doorgaans groter.”

Geert Casselman onderstreept dat de samenwerking voor beide bedrijven veel mogelijk maakt. “Zo beschikt Hellyn bijvoorbeeld over een aantal machines die wij nog niet hadden. Nu kunnen we eigenlijk alle bewerkingen, zoals vlakkleefwerk, volledig in-house uitvoeren. Dat is uniek voor België en Nederland

“De voorbije jaren was al gebleken dat we op dezelfde lijn zitten qua managementstijl en bedrijfscultuur.”

Geert Casselman

en zal onze klanten nog meer vertrouwen geven. Bovendien zal het ons helpen om nog makkelijker aan de strenge BRC-normen voor de voedingsindustrie te kunnen voldoen.” Het partnership heeft weinig te maken met de consolidatie die in de grafische sector aan de gang is. “Dit partnership is niet gegroeid

Expansief CCV neemt intrek in voormalig L&H-hoofdgebouw

CCV Belgium heeft zijn modules op Ieper Business Park verlaten. Het huurt nu de volledige tweede verdieping en een deel van de kelder verdieping van de nv Bremhove van Joris Ide in het voormalige L&H-hoofdgebouw op Ter Waarde.

“Door de gestage groei keken we uit naar één groot pand”, zegt CEO Dimitri Beck. “Voor ons personeel wilden we in de regio blijven en tegelijk de communicatie en het CCV-gevoel versterken. De nieuwe vestiging geeft ons een nieuw gezicht en een nog betere uitstraling. Daarnaast willen we ook bijkomende gekwalificeerde medewerkers aantrekken. Dat is nodig om nog sneller de digitalisering bij onze klanten-handelaars te brengen, via onze bestaande en nieuwe oplossingen. Met het oog op onze verdere uitbreiding namen we trouwens al een optie op de derde verdieping en het glazen toegangsgebouw op het gelijkvloers.”

CCV Belgium, onderdeel van de Europese CCV Group, commercialiseert oplossingen voor elektronische betalingen en de bijbehorende transactieverwerking. Het staat ook in voor de verwerking van niet-betaalkaarten zoals spaarkaarten en cadeaubonnen. In België heeft CCV zo'n 40.000 betaalpunten, goed voor een marktaandeel van 30%. Daarnaast biedt CCV ook e-commerceoplossingen aan via een webshopplatform met geïntegreerde betaalmogelijkheden en introduceert het binnenkort de nieuwe virtuele kassa. Bij CCV in België werken 140 mensen, waarvan 100 in Ieper. (MD - Foto DD)

www.ccv.eu



Complementaire partners

Hellyn Kartonage uit Wielsbeke maakt gepersonaliseerde presentatiemiddelen zoals mappen, displays en staalboeken. Het bedrijf werkt vooral voor uitgeverijen, drukkers en reclamebureaus. Het focust op maatwerk en kleinere series. BDMO uit Meulebeke is producent van luxeverpakkingen, vooral voor de voedings- en cosmetica-sector en met grotere volumes.

uit financiële noodzaak, integendeel. Door op een deontologische manier kwaliteitsproducten aan de juiste prijs te blijven verzorgen, willen we onze rol van nichespeler alle eer aandoen. Onder meer op vlak van aankopen zijn al synergieën mogelijk en ongetwijfeld zullen we de komende maanden nog opportuniteiten kunnen detecteren. Die kunnen al duidelijk worden tijdens de wederzijdse bezoeken die we voor onze meer dan 80 medewerkers hebben gepland”, besluiten Geert Casselman en Kris De Brabandere. (BVC - Foto DD)

www.hellyn.be
www.bdmobd.com



“De nieuwe vestiging geeft ons een nieuw gezicht en een nog betere uitstraling”, zegt Dimitri Beck.

Skinn gaat principes van designmanagement integreren in branding

Kris Dekeyzer, een van de grote bezielers van Designregio Kortrijk, stapte over naar strategisch communicatiebureau Skinn uit Brugge. Zijn ervaring in designmanagement en productontwikkeling versterkt de focus van Skinn op geïntegreerde strategie en branding.



Bruggeling Kris Dekeyzer werd, na twaalf jaar bij Designregio Kortrijk, door Kurt De Vlieghe en David van Gessel van Skinn aangetrokken als *strategic brand manager*. “Met de jaren zag ik design evolueren van iets wat je op het einde toevoegt om een product ‘mooi’ te maken, naar een strategische aanpak binnen een onderneming. Bij Skinn gaan we de methodes uit designmanagement en productontwikkeling nog meer toepassen in de strategie en communicatie van de opdrachtgevers. Wie samen met de klant een gestructureerd traject kan afleggen, genereert veel meer impact”, vertelt Kris Dekeyzer (37).

Sinds enkele jaren focust Skinn zich op een totaalpakket van strategie en branding en daar wil Dekeyzer nog een stap verder in gaan. “Het is de bedoeling de opgebouwde kennis en vaardigheden van Skinn aan te vullen met mijn netwerk en bagage uit de designwereld. Door empathisch en strategisch te werk te gaan, vertalen we de missie, visie en strategie van de klant naar een tastbaar product.”

“We gaan methodes uit designmanagement toepassen in strategie en branding.”

Kurt De Vlieghe, Kris Dekeyzer en David van Gessel

Skinn werd in 2006 opgericht en bleef rigoreus buiten de schijnwerpers groeien. “Onze klantenportfolio omvat zowel lokale kmo’s als multinationals, overheden en organisaties. Die veelzijdigheid houdt het voor onze ontwerpers boeiend”, zeggen Kurt De Vlieghe en David van Gessel. Vorig jaar won Skinn een internationale IF Design Award voor Gillemore Gin, waarbij het agentschap instond voor de ontwikkeling van zowel het merk, het design, de fles als het product zelf. De groep van intussen 24 mensen is een mix van strategen, accountmanagers, grafisch ontwerpers en ontwikkelaars. (RJ - Foto MVN)

www.skinn.be