

De voorbije weken stelden wij de Ambassadeurs van de Gazellen per provincie aan u voor. Hier vindt u de Ambassadeurs van de snelste groeiers van heel Vlaanderen. Daarmee sluiten we de Gazellen-compitie af.

TEKSTEN: DIRK VAN THUYNE
COÖRDINATIE: JOZEF VANGELDER

DE WAALSE TRENDS GAZELLEN

IBA kroonde zich tot de Ambassadeur van de Waalse Trends Gazellen bij de grote bedrijven. Het bedrijf uit Louvain-la-Neuve is de wereldleider in protontherapie om kanker te behandelen. De protontherapie werkt gericht en effectiever, en geeft veel minder bijwerkingen dan een klassieke bestraling. De orderportefeuille van IBA is goed gevuld. Er is voor een miljard euro bestellingen geplaatst.

Bij de middelgrote bedrijven ging de trofee naar VDW Trans uit Gellingen. Met 28 vrachtwagens is het transportbedrijf onder meer actief in de grootdistributie, de staalindustrie en de brouwsector. VDW Trans heeft zijn omzet tussen 2012 en 2016 verviervoudigd. ITeos Therapeutics mag zich de snelste groeier bij de kleine bedrijven noemen. Het bedrijf uit Gosselies ontwikkelt kankerbehandelingen op basis van immuuntherapie. Dankzij een partnerschap met de Amerikaanse farmareus Pfizer is het bedrijf uit de anonimiteit getreden.

gazellen vlaanderen

AMBASSADEUR GROTE BEDRIJVEN: **ABLYNX**

BIOTECH IN DE SCHIJNWERPERS

Het Gentse biotechbedrijf Ablynx staat met caplacizumab voor een eerste marktintroductie. Het geloof in het potentieel van Ablynx is wereldwijd heel groot. De Franse farmareus Sanofi lanceerde begin dit jaar een overnamebod. DIRK VAN THUYNE

3,9 miljard euro. Dat bedrag wil Sanofi op tafel leggen om Ablynx over te nemen. Met meer dan 45 onderzoeksprojecten heeft het Gentse biotechbedrijf een indrukwekkende pijplijn uitgebouwd. Sommige projecten zijn al heel ver gevorderd in de jarenlange ontwikkelingsfase tot een geneesmiddel. Zo staat Ablynx op het punt zijn eerste medicijn op de markt te brengen. Caplacizumab is een middel tegen TTP, een levensbedreigende bloedklonterziekte.

De deal met Sanofi zette alle schijnwerpers op de Vlaamse biotechsector, die nog enkele pareltjes bevat, zoals Galapagos. Het bedrijf van Onno van de Stolpe is dit jaar de Trends Gazellen Ambassadeur bij de grote bedrijven in de provincie Antwerpen.

Met dank aan het VIB

Dat de biotech goed gedijt in de Vlaamse klei, is volgens Edwin Moses, de CEO van Ablynx, zeker geen toeval. "In de eerste plaats kan de sector op heel wat steun van de Vlaamse overheid rekenen. De waarde van een organisatie als het Vlaams Instituut voor Biotechnologie (VIB) kan nauwelijks overschat worden. Interessant is dat het VIB niet alleen een stevige academische partner is, maar ook commerciële ondersteuning biedt."

Maar de belangrijkste troefkaart van Vlaanderen zijn volgens Edwin



EDWIN MOSES
"Hoe mijn eigen toekomst eruitziet, is een vraag voor later."

Moses de medewerkers. "Vlamingen maken 85 procent van ons personeelsbestand uit. Dankzij hun loyaliteit, bescheidenheid, werklust en vooral hun uitstekende talenkennis is dit bedrijf uitgegroeid tot wat het is."

Typische bedrijfscultuur

Het voorbije jaar heeft Ablynx zo'n negentig aanwervingen gedaan. Het

vergt heel wat tijd en energie om de juiste mensen te vinden. Het gaat vooral om hooggeschoolden (PhD, master of bachelor). “Voor de jongeren verloopt die zoektocht vlot. De senior profielen rekruteren we vooral internationaal”, zegt Edwin Moses. “Natuurlijk voorzien we in een marktconforme verloning, maar de sollicitanten vinden Ablynx een interessante werkgever omdat ze hier veel kansen krijgen om zich te ontwikkelen. Het gaat dan niet alleen over wetenschappelijke bijscholingen, maar ook over praktische opleidingen zoals projectmanagement of timemanagement. Ten slotte is de bedrijfscultuur met 22 nationaliteiten een troef bij de rekrutering.”

Edwin Moses denkt niet dat die bedrijfscultuur sterk zal veranderen na de overname. “Sanofi beseft hoe belangrijk de mensen voor een bedrijf als Ablynx zijn. We zullen een grote vorm van autonomie krijgen. Misschien kan Ablynx zelfs als voorbeeld voor het Franse farmabedrijf dienen. Wij kunnen een katalysator zijn om zijn eigen organisatie te verbeteren.” Over zijn eigen lot heeft Moses nog geen duidelijkheid. “Mijn focus ligt op het goede verloop van de transitie. Hoe mijn eigen toekomst eruitziet, is een vraag voor later. Misschien begin ik wel een restaurant of een yogacenter”, lacht hij.

Hybride financieringsmodel

Ablynx is een spin-off van het VIB en de Vrije Universiteit Brussel (VUB) en ging in 2001 van start met een technologieplatform dat nog alles moest bewijzen. Anno 2018 lijkt de technologie de basis te kunnen vormen voor een nieuwe generatie medicijnen voor de behandeling van onder meer ontstekingen, kanker, bloed- en ademhalingsziekten. De pijnpijn bevat meer dan 45 onderzoeksprojecten.

Voor de financiering van de activiteiten koos het management jarenlang voor een hybride model waarin Ablynx sommige projecten met eigen middelen financierde, terwijl het voor andere aanklopte bij grote farmabedrijven als Merck & Co, Inc., Novartis, Novo Nordisk, Boehringer Ingelheim, AbbVie en

GROTE GAZELLEN

2018	Provincie	Bedrijf	Totaal
1	ANT 1	GeoSea - ZWIJNDRECHT <i>Waterbouwkundige werken</i>	680
2	O-VL 1	Ablynx - ZWIJNAARDE <i>Biotechbedrijf</i>	1026
3	W-VL 2	delaware - KORTRIJK <i>IT-dienstverlener</i>	1050
4	VL-B 4	Materialise - HEVERLEE <i>3D-printing</i>	1121
5	ANT 3	Galapagos - MECHELEN <i>Biotechbedrijf</i>	1500
6	W-VL 3	Renson Sunprotec.-Screens - WAREGEM <i>Oplösungen voor zonwering en ventilatie</i>	1559
7	O-VL 2	Sports and Leisure Group - SINT-NIKLAAS <i>Ontwikkeling en productie van kunstgras</i>	1737
8	LIM 3	Melexis Technologies - TESSENDERLO <i>Productie van halfgeleiders voor auto's</i>	1803
9	O-VL 4	Ontex - BUGGENHOUT <i>Productie en verkoop van hygiënische wegwerpproducten</i>	1880
10	W-VL 5	Clarebout Potatoes - NIEUWKERKE <i>Voorgebakken, diepgevroren aardappelproducten</i>	1972
11	ANT 10	Antwerps Sportpaleis - MERKSEM <i>Multifunctionele evenementenhal</i>	2196
12	W-VL 8	De Tabakshoeve - ZONNEBEKE <i>Distributie van rookwaren, confiserie en dranken</i>	2225
13	ANT 14	OM Partners - WOMMELGEM <i>Consultancy en supply-chain-planningoplossingen</i>	2252
14	O-VL 6	United Petfood Producers - GENT <i>Productie van droge honden- en kattenvoeding</i>	2306
15	LIM 5	Cegeka - HASSELT <i>Full service IT-bedrijf</i>	2298
16	O-VL 5	Beddeleem - NAZARETH <i>Productie en plaatsing van verplaatsbare wandsystemen</i>	2289
17	ANT 11	Exclusive Networks - DUFFEL <i>Distributie van IT-toepassingen</i>	2294
18	W-VL 11	Renson Ventilation - WAREGEM <i>Ventilatietechnieken</i>	2326
19	ANT 15	Datos - WILRIJK <i>Verkoop van wagens</i>	2405
20	LIM 4	Limelco - ZONHOVEN <i>Productie van kazen, melkdranken en -poeders</i>	2446

“Sanofi beseft hoe belangrijk de mensen voor een bedrijf als Ablynx zijn”

Merck KGaA. Zodra het onderzoek een bepaalde mijlpaal bereikt, betalen die bedrijven een premie uit. In het verleden brachten die partnerships al 400 miljoen euro op. Maar er zijn ook risico's. Het gebeurde al vaker dat een partner de stekker uit de samenwerking trok. In 2016 besliste AbbVie bijvoorbeeld geen licentie te nemen op het reumamiddel vobarilizumab.

Ablynx noteert sinds 2007 op Euro-next Brussel en kreeg vorig jaar een tweede notering op Nasdaq. Het management wil 200 miljoen dollar vers kapitaal op te halen. De investeerders betaalden in oktober 17,50 dollar per aandeel. Ze zullen zich hun belegging zeker niet beklagen, want over enkele maanden krijgen ze van Sanofi ruim het drievoudige. ©

AMBASSADEUR MIDDELGROTE BEDRIJVEN: KOMONO

WERELDWIJDE AMBITIES

In acht jaar is Komono uitgegroeid tot een wereldspeler. De Antwerpse Trends Gazellen Ambassadeur bij de kleine bedrijven van vorig jaar maakte de overstap naar de middelgrote bedrijven en voert meteen de ranking aan. DIRK VAN THUYNE



K. VAN EXEL

ANTON JANSSENS

"We hebben interesse in een nieuwe partner om de schaalvergroting te volbrengen."

Anton Janssens vertoeft in Hongkong wanneer we hem contacteren voor een gesprek. "Ik bezoek geregeld onze distributie- en productiepartners in deze regio", zegt de oprichter en CEO van Komono. "Nu heb ik nog een extra opdracht, want we willen hier een nieuwe hub opzetten. Tot nu toe hebben we de Aziatische markt altijd vanuit België bewerkt, maar met een nieuwe afdeling zullen we deze veelbelovende regio beter kunnen bedienen en opvolgen."

2017 was een belangrijk overgangsjaar voor het hippe merk van zonne-

brillen en horloges. Na de razendsnelle groei van de voorbije jaren was het tijd geworden de interne organisatie op punt te zetten en het bedrijf klaar te maken voor een schaalvergroting. "We hebben heel wat geïnvesteerd. In de eerste plaats in de aanwerving van mensen. Zo hebben we het voorbije jaar een twintigtal nieuwe medewerkers verwelkomd. Daarnaast hebben we ook ons distributienetwerk aangepakt. We willen meer controle over de distributie van onze producten. Op die manier kunnen we veel gericht en transparanter werken", zegt Anton Janssens.

De zoektocht naar de juiste mede-

werkers is een van zijn prioriteiten. "We hebben wereldwijde ambities en we zoeken dan ook naar toppers met een winnaarsmentaliteit. Maar net zoals in het voetbal, is het niet voldoende de allerbeste spelers te kopen om kampioen te worden. Ze moeten ook een team vormen en dat is een continue uitdaging."

Flagshipstores

Anton Janssens blikt tevreden terug op het voorbije jaar. Hij is blij dat de transformatie bijna helemaal achter de rug is. Vanaf 2018 ligt de focus weer helemaal op de business. Vorig jaar nam het bedrijf een grote stap door een eigen winkel te beginnen. De primeur was voor Antwerpen. In de Lombardenvest opende daar in het voorjaar de eerste flagshipstore de deuren. Intussen zijn er ook al winkels in Amsterdam, Brussel, Tokio en binnenkort in Barcelona. "We koesteren heel wat plannen. Nog dit jaar willen we voet aan de grond zetten in steden als Parijs, Berlijn, Londen, Stockholm enzovoort", legt Anton Janssens enthousiast uit. "Die flagshipstores zijn ontzettend belangrijk, want enkel daar kunnen we ons volledige verhaal vertellen en kunnen we ons merk in al zijn facetten tonen aan het grote publiek. Het gaat dus niet alleen om de extra omzet die de winkels genereren."

Voor Komono was de retailsector tot voor kort nog onbekend terrein. Het is dan ook niet onlogisch dat het bedrijf af en toe wat leergeld moest betalen. "De eigen winkels presteren naar verwachting", reageert Anton Janssens. "We merken nu al dat het potentieel

MIDDELGROTE GAZELLEN

2018	Provincie	Bedrijf	Totaal
1	ANT 1	Komono - ZWIJNDRECHT <i>Verkoop van trendy horloges, zonnebrillen en accessoires</i>	199
2	O-VL 1	Ellis Gourmet Burger België - SINT-NIKLAAS <i>Gespecialiseerde hamburgerketen</i>	202
3	W-VL 1	XL Roc - WAREGEM <i>Uitbating shops bij tankstations</i>	282
4	ANT 4	Belcotec - GEEL <i>Verwarming, airco en luchtbehandeling</i>	356
5	ANT 5	Strand Associates Cons. - ANTWERPEN <i>Rekruterings- en selectiebureau</i>	423
6	W-VL 2	Skyline Communications - IZEGEM <i>Software voor telecom- en satellietindustrie</i>	498
7	ANT 7	Tormans - GEEL <i>Detachering en rekrutering van technische specialisten</i>	499
8	LIM 2	Containers Maes - TESSENDERLO <i>Containerdienstenbedrijf</i>	560
9	ANT 10	Eribel - HOOGSTRATEN <i>Productie brandwerende, akoestische en veiligheidsdeuren</i>	630
10	W-VL 3	Televic Rail - IZEGEM <i>Passagiersinformatiesystemen</i>	680
11	VL-B 6	Televic AV - GRIMBERGEN <i>Audiovisuele oplossingen</i>	676
12	VL-B 8	Destiny - ZAVENTEM <i>Provider van communicatiediensten</i>	721
13	W-VL 5	Shapes Metalworks - WEVELGEM <i>Precisietaalbewerking</i>	775
14	ANT 13	Borit - GEEL <i>Componenten voor brandstofcellen en warmtewisselaars</i>	784
15	ANT 16	ShowTex - BURCHT <i>Innovatieve producten en diensten voor theater en events</i>	803
16	O-VL 4	Halux - SINT-NIKLAAS <i>Productie van keukencomponenten</i>	773
17	O-VL 3	Van Steenberge Brouwerij - EVERGEM <i>Brouwerij van onder meer Augustijn en Gulden Draak</i>	799
18	VL-B 9	Daddy Kate - ST.-PIETERS-LEEUV <i>Drukkerij</i>	848
19	ANT 15	Power Solutions - WIJNEGEM <i>Verhuur van stroomgeneratoren</i>	881
20	ANT 14	TheValueChain - KONTICH <i>IT-bedrijf</i>	902

“Nog dit jaar willen we voet aan de grond zetten Parijs, Berlijn, Londen en Stockholm”

enorm is. In onze kernlanden hebben we de ambitie telkens een twintigtal winkels te openen. We denken er ook aan met een franchisingformule te starten, al zullen we in de A-steden altijd zelf blijven werken om de vinger aan de pols te houden.”

Het eigen distributienetwerk vertegenwoordigt nog altijd maar een fractie van de omzet van Komono, die

vorig jaar opliep tot 20 miljoen euro. Het gros komt van de wereldwijde verkoop. Momenteel liggen de Komono-producten in zowat 5000 winkels verspreid over een tachtigtal landen. De focus ligt vooral op Europa, maar wanneer kansen opduiken, wil Anton Janssens daar zeker op inspelen. “Het gebeurt wel vaker dat we een verzoek van een lokale speler krijgen om onze

producten te verdelen. We onderzoeken dan altijd of die speler aan onze hoge verwachtingen kan voldoen.”

Nieuwe investeerder

Komono werd pas in 2010 opgericht. Het bedrijf kende een vliegende start. Initiatiefnemers Anton Janssens en Raf Maes waren dan ook gepokt en gemazeld in het wereldje. Met Hurray waren beiden voordien actief als distributeur in de Benelux voor allerlei modeartikelen zoals kleding, schoenen en andere accessoires. Ze deden dat blijkbaar niet slecht, want steeds vaker kwamen de grote modehuizen bij hen aankloppen voor strategisch advies. Op die manier groeide het idee samen een eigen merk op te richten. Ze vonden het gat in de markt in het segment van de horloges en de zonnebrillen, dat op dat moment nog uiterst conservatief was. Onder het motto ‘luxe toegankelijk maken’ werd het concept onmiddellijk een succes.

Vorig jaar veroverde Komono al de titel van Trends Gazellen Ambassadeur bij de kleine bedrijven in de provincie Antwerpen. Dit jaar maakte het bedrijf de overstap naar de categorie van de middelgrote bedrijven en ook daar bleek Komono meteen de primus. Maar omdat een Ambassadeur drie jaar moet wachten vooraleer opnieuw in aanmerking te komen, ging de provinciale titel dit jaar naar het HVAC-bedrijf Belcotec. De Vlaamse trofee gaat echter wel naar Komono, dat zijn hoofdkwartier in Zwijndrecht heeft.

Opvallend is dat Komono dit groeitraject heeft afgelegd op eigen financiële krachten. Nog altijd draait het bedrijf zonder externe financiering, al blijken de oprichters wel open te staan voor een partner. “Niet dat we op leven en dood op zoek zijn naar extra centen, maar we hebben zeker interesse in een nieuwe partner om de schaalvergroting te volbrengen. Los van de financiële inbreng moet die partner absoluut ook toegevoegde waarde hebben. Het is niet meteen de bedoeling een meerderheid af te geven, maar we staan open voor elk gesprek”, zegt Anton Janssens. ©

AMBASSADEUR KLEINE BEDRIJVEN: **C.OUTDOOR**

INNOVEREN IN CONSERVATIEVE SECTOR

Met Bar Bouffe probeert de Limburgse horeca-ondernemer Dimitri Beckers de sector van de ziekenhuiscafetaria's nieuw leven in te blazen. DIRK VAN THUYNE

In de provinciale rangschikkingen van de Trends Gazellen duiken tientallen horecazaken op. Sommige eindigen helemaal boven aan de lijst. Zo mag Bunz, de vennootschap boven de hamburgerketen Ellis Gourmet Burger, zich dit jaar de Trends Gazellen Ambassadeur bij de kleine bedrijven in Oost-Vlaanderen noemen. Die trend zet ook nationaal door: de trofee voor de Ambassadeur van de Vlaamse Gazellen bij de kleine bedrijven gaat naar C.Outdoor.

Dat is geen nieuwe naam. C.Outdoor kroonde zich vorig jaar al tot de Limburgse Ambassadeur bij de kleine bedrijven. Het is een van de vennootschappen van de Hasseltse horeca-ondernemer Dimitri Beckers, die een gediversifieerde portefeuille heeft uitgebouwd: The Century (hotel en eetcafé), Hassotel (hotel), C.Bar (bar), Atelier V (catering) en Crudo (Italiaans restaurant en bar). Ook op de Hasseltse technologiecampus Corda is Beckers aanwezig met een broodjes- en koffiebar (Corda Latte), een bistro (Corda Bar), een zelfbedieningsrestaurant (Corda Cuisine) en een cateringbedrijf (Corda Catering). De groep heeft ruim 200 werknemers en was vorig jaar goed voor een omzet van 23 miljoen euro.

Hip en trendy

De start van C.Outdoor gaat terug naar 2008 toen Dimitri Beckers Hassotel overnam. In die deal zat ook de uitbating van de cafetaria van het Jessa Ziekenhuis in Hasselt. Beckers twijfelde aanvankelijk over wat hij daarmee



ROB REYNDERS, SASKIA BECKERS EN ARNE PRIKKEN
 “De horeca werd jarenlang stiefmoederlijk behandeld.”

zou aanvangen. Uiteindelijk pakte hij de uitdaging aan met de bedoeling vernieuwing te brengen in de conservatieve niche van de ziekenhuiscafetaria's.

Een ziekenhuis is niet meteen een prettig oord. En de cafetaria's stralen nog al te vaak een steriele sfeer uit. Met Bar Bouffe wil Dimitri Beckers daar verandering in brengen. “We hebben twee concepten. In de eerste plaats een brasserie waarin beleving centraal staat. We bedienen de mensen aan tafel en bieden hoogwaardige gerechten aan. We beperken ons niet tot de klassieke gerechten. Op onze kaart staan ook sei-

zoensuggesties zoals asperges en wildgerechten”, vertelt hij. “Daarnaast kunt u bij ons ook gerechten afhalen. Zo kan een patiënt een lasagne komen halen die hij in zijn kamer kan opeten of kan een bezoeker nog snel binnenkomen voor een litertje soep voor thuis.”

Sinds kort baat Beckers ook enkele ziekenhuissjops uit. Daar worden kranten, tijdschriften, geschenkartikelen, bloemen enzovoort verkocht. “Het zijn kleine shops met net dat ietsje meer. Het is voor ons een uitdaging altijd hip en trendy te zijn, maar met wat creativiteit lukt dat wel.”

2 miljoen euro

Het Jessa Ziekenhuis was slechts de start van een nieuwe poot van Beckers' horeca-imperium. Sindsdien breidde hij zijn netwerk van ziekenhuiscafetaria's voort uit. Eerst met de twee campussen van het Ziekenhuis Oost-Limburg (Sint-Barbara in Lanaken en Sint-Jan in Genk) en sinds kort ook met het nieuwe fusieziekenhuis Maas en Kempen in Maaseik. Dat is zeker geen eindpunt. Beckers is op zoek naar nieuwe kansen in Limburg en omstreken.

Het is een oud zeer in de horecasector dat de uitbaters zich vooral uitleven in hun keuken, maar nauwelijks aandacht hebben voor de cijfers. "Wij volgen de cijfers van alle uitbatingen dagelijks op", zegt Rob Reynders, de interne boekhouder van de horecagroep. "De belangrijkste parameter is de omzet gedeeld door het aantal gepresteerde uren. Zolang dat cijfer rond 70 à 75 euro per uur draait, zijn we goed bezig. Gaat het onder 60 euro per uur, dan gaan we op zoek naar de oorzaken."

Dimitri Beckers kiest voor de vlucht vooruit. Hij heeft de ambitie jaarlijks 2 miljoen euro te investeren in de uitbouw van zijn horeca-imperium. "We krijgen geregeld aanbiedingen, maar er zit veel kaf tussen het koren. Toch bekijken we alle dossiers, ook als het om een frituur of een tearoom gaat. Vaak kunnen we nog veel leren van die kleine concepten", zegt hij. "De mensen die op ons afstappen, hebben veel liefde voor het vak, maar zijn het beu zich bezig te houden met de boekhouding, de vergunningen en andere paperassen. In de schoot van een groep als C.Outdoor kunnen ze focussen op wat ze graag doen en helemaal openbloeien."

Flexi-jobs helpen

Beckers ziet slechts twee soorten horecazaken overleven. Aan de ene kant de kleinschalige zaken die worden gerund door man en vrouw, en aan de andere kant de professionele horeca-ketens. De hoge loonkosten zijn al decennialang een heikel thema. De regering-Michel kwam daar voor een stuk aan tegemoet door de creatie van de flexi-jobs. "We juichen dat initiatief

KLEINE GAZELLEN

2018	Provincie	Bedrijf	Totaal
1	LIM 1	C. Outdoor - HASSELT <i>Horecaketens</i>	261
2	VL-B 1	Modero Brussel - STROMBEEK-BEVER <i>Gerechtsdeurwaarderskantoor</i>	433
3	ANT 1	Railtraxx - BORGERHOUT <i>Private spoormaatschappij</i>	431
4	VL-B 2	Het Brood - HOEGAARDEN <i>Bakkerij</i>	430
5	O-VL 1	Bluecrux - NIEUWERKERKEN <i>Consultancybedrijf</i>	747
6	O-VL 2	Digilinck - DEINZE <i>Digitale drukkerij</i>	843
7	ANT 2	Digi-Max Europe - SCHOTEN <i>Toelevering en diensten voor digitale documentsystemen</i>	863
8	W-VL 1	Smart Solutions - IZEGEM <i>Outsourcing ingenieurs, technische en financiële profielen</i>	850
9	ANT 3	AVT Europe - ESSEN <i>Automatisatie, robotica en interne transportsystemen</i>	977
10	LIM 2	AP Chape- en Isolatiwerk - PEER <i>Chape- en isolatiwerken</i>	922
11	O-VL 4	DC.Systems - SCHELLEBELLE <i>Projectmanagement en consultancy in lifesciences</i>	971
12	ANT 4	Grandma's Restaurants - ANTWERPEN <i>Restaurant De Bomma</i>	986
13	O-VL 3	CMAST - TEMSE <i>Projectmanagement en consultancy voor farma en lifesciences</i>	1044
14	ANT 5	Caeleste - MECHELEN <i>Ontwerpbureau voor hoogperformante beeldsensoren</i>	1064
15	ANT 7	Fluviant - ANTWERPEN <i>Binnenvaartrederij</i>	1092
16	LIM 3	Traflux - HOUTHALEN-HELCHTEREN <i>Afvalinzameling via ondergrondse containers</i>	1065
17	ANT 6	Lin's - ANTWERPEN <i>Restaurant</i>	1161
18	W-VL 2	Boplan - WEVELGEM <i>Val- en stootbeveiliging</i>	1259
19	VL-B 4	Pulso Europe - KESSEL-LO <i>Psychosociale begeleiding op de werkvloer</i>	1273
20	O-VL 5	ITP Agency - GENT <i>Ontwikkeling van mobiele apps en strategisch advies</i>	1270

"We bekijken alle dossiers, ook als het om een frituur of een tearoom gaat"

absoluut toe. Het is een enorme hulp gebleken en het heeft de sector iets aantrekkelijker gemaakt", zegt Dimitri Beckers. "Jammer genoeg zijn daarmee niet alle problemen opgelost, want ondanks alles blijven de loonkosten hoog in ons land. Dat verplicht er ons soms toe de openingsuren van onze zaken in te perken." De zoektocht naar nieuwe medewerkers valt naar eigen zeggen wel mee,

behalve voor de leidinggevendenden. "De horeca werd jarenlang stiefmoederlijk behandeld en werd nooit als een volwaardige sector aanzien. Daar komt stilaan verandering in, al zal het nog een tijdje duren vooraleer zich een echte bedrijfscultuur zal ontwikkelen. Het is dan ook aartsmoeilijk managers en leidinggevendenden te vinden", besluit mede-zaakvoerder Arne Prikken. ©