

DELTA LIGHT PLAATST DE VERLICHTING IN DE PRESTIGIEUZE ROASTERY'S

Starbucks ziet het Belgische licht

Voor de verlichting van zijn gloednieuwe, impressionante Roastery's schakelt de Amerikaanse koffiegigant Starbucks het Belgische Delta Light in. Het prestigieuze partnership is het resultaat van een bewust uitgebouwde strategie. *Elien Haentjens, fotografie Thomas Sweertvaegher*

Met zijn Roastery-vestigingen vindt de Amerikaanse koffiegigant Starbucks zichzelf opnieuw uit. Beleving is het sleutelwoord. Wie zo'n grote Starbucks Roastery binnenloopt, ziet een branderij die koffie roostert terwijl je erbij staat. Je kunt er terecht in verschillende bars voor de meest uiteenlopende soorten koffie, cocktails of hapjes. Bovendien huizen de Roastery's in bijzondere panden op toplocaties, zoals het voormalige Milanese postgebouw. Ook in New York, Sjanghai, Tokio en Seattle is er al een Roastery te vinden.

In de Roastery's stond het Belgische bedrijf Delta Light in voor alle verlichting. "Daarvoor werken we samen met de lichtdesigner Niteo uit Seattle. Samen met een plaatselijke architect ontwerpt dat bedrijf de verlichting, die wij vervolgens in nauw overleg ontwikkelen en fabriceren. Dat alles in iedere vestiging anders is, maakt het project complex en vergt een intense communicatie", vertelt Danilo Mandelli, hoofd van de internationale Project Management Division (PMD) bij Delta Light.

Dat projecten als dat voor Starbucks of dat voor de inrichting van de Londense kantoren van Goldman Sachs bij de West-Vlamingen terechtkomen, is het resultaat van een doelbewuste

strategie. Eind 2014 richtten Jan en Peter Ameloot een aparte afdeling op die louter zou focussen op internationaal projectmanagement. Intussen bestaat dat team uit acht mensen, die continu in de hele wereld projecten opvolgen en de contacten met de klanten onderhouden.

"We zijn op zoek naar werknemers die de ambities van ons bedrijf mee willen uitdragen, want wij zijn klaar voor meer groei" -JAN AMELOOT

Omschakeling

In het magazine Lighting Bible van Delta Light prijken naast grote commerciële projecten, ook privéwoningen en tuinen. "De meeste mensen kennen Delta Light van de spotjes. Het magazine maakt duidelijk dat we veel meer in onze mars hebben", vertelt Jan Ameloot, zoon van oprichter Paul en, samen met zijn broer Peter, managing director. Daarnaast maakt het team van Delta Light handig gebruik van de Starbucks Roastery's om overal ter wereld architecten en designers uit te nodigen

in een Roastery om uit te leggen welke service Delta Light hun kan bieden.

De geconsolideerde omzet van Delta Light Group bedroeg vorig jaar 95 miljoen euro, waarvan 75 miljoen voor rekening van Delta Light. Gemiddeld groeide de winstgevendende groep de afgelopen vier jaar 7 procent per jaar. Ze telt nu 419 werknemers. Aangezien de projecten telkens drie tot vijf jaar lopen, is het moeilijk de groei van de PMD-afdeling te berekenen. "We schatten dat die afdeling zo'n 6 procent van onze omzet realiseert. Tegelijk functioneert ze als een sneeuwbal die van een heuvel rolt. Zolang de bal blijft rollen, wordt hij groter. Bovendien ontstaan uit de samenwerkingen in de projectafdeling soms interessante producten die we in onze catalogus opnemen, zoals die van de lichtontwerper Dan Skira of het gerenommeerde Nederlandse architectenbureau OMA", vertelt Danilo Mandelli.

Partners

Door de oprichting van de PMD-afdeling is Delta Light vandaag een compleet ander bedrijf dan tien jaar geleden. De focus blijft het ontwerpen en produceren van de eigen Delta Light-producten, maar daar heeft het bedrijf maatwerk aan toegevoegd. "Daarnaast hebben we de verkoop



DANILO MANDELLI
"Dit soort projecten is heel complex en vraagt intense communicatie."
(rechts van Jan en Peter Ameloot)

weer steviger in eigen handen genomen. Zo hebben we onlangs onze Italiaanse partner opgekocht, en openen we een nieuwe showroom in Milaan", zegt managing director Jan Ameloot. "Vroeger hadden we telkens een minderheid in onze buitenlandse vestigingen. Maar als die partners op een bepaald moment tevreden zijn met hun leven en hun omzet, dan wordt het onmogelijk om verder te groeien. Door de touwtjes zelf in handen te nemen, kunnen we dieper in de markt integreren en beter op de noden inspelen. Bovendien hebben we een aantal merken overgenomen, waardoor we opportuniteiten aan collega's kunnen doorgeven. Al blijven alle merken wel aparte businessunits. Onze mensen blijven honderd procent toegewijd aan hun eigen merk", vertelt Ameloot.

Als trendsetter in hun niche, worden producten frequent gekopieerd, zegt Jan Ameloot. "Maar de toegevoegde waarde die we als specialist en globale speler kunnen bieden valt veel moeilijker te kopiëren. Al moeten we ook in dat kader een kwalitatief product tegen een juiste prijs bieden, toch zijn de marges iets ruimer. Daardoor zijn we met onze loon- en productiekosten concurrentieel. Daarom zetten we nu sterk in op marketing. De combinatie van de distributiebenadering met de internationale projectmarkt maakt dat mogelijk. Tegelijk zorgt dat voor een nieuwe wisselwerking met de plaatselijke teams, die we op termijn ook verder willen inschakelen bij de projecten. Daarom zijn we op zoek naar werknemers die de ambities van ons bedrijf mee willen uitdragen, want wij zijn klaar voor meer groei. De terreinen voor uitbreiding rond onze hoofdzetel liggen al klaar." ©

BETROKKEN VAN BIJ HET CONCEPT

Hoe tovert Delta Light het klassieke sales om in een partnerschap met klanten? Danilo Mandelli van Delta Light legt het uit. "Doordat we alles van A tot Z zelf in handen hebben en houden, kunnen we de hoge verwachtingen inlossen. Aangezien architectuurprojecten over een lange periode lopen, zijn goede

relaties met onze klanten cruciaal. Je mag zeker niet bij de eerste tegenslag opgeven, je moet volhouden. Daarnaast is het belangrijk van bij de conceptfase betrokken te zijn, zodat je product meer kans heeft in het project te blijven. Dat geldt nog meer in de retailsector, waarin om de drie à vier jaar een nieuw

concept bedacht wordt voor een hele reeks winkels. Zo werkten we voor de LVMH-groep bijvoorbeeld al aan winkels van Isabel Marant. Bovendien zijn dit soort projecten eenvoudiger, aangezien je - zodra het algemene concept vastligt - overal dezelfde armaturen kunt gebruiken."