

XPO

#01

ZINE

magazine over,
door, in en rond
Kortrijk Xpo 2015

GESPOT
design in
Kortrijk Xpo

.....

Scoren
met
belevings-
beurzen

.....

ALL-IN
BEURS-
CONCEPTEN
IN DE LIFT

TIPS
voor de
perfecte
beurs-
deelname



COLOFON

XPOZINE werd gepubliceerd door
Kortrijk Xpo
Doorniksesteenweg 216 - 8500 Kortrijk
T 056 24 11 11
info@kortrijkxpo.com
www.kortrijkxpo.com

Verantwoordelijke uitgever
Ellen Stichelbout

Redactie
Leslie Vanhecke
www.comm-savvy.be

Lay-out
Focus Advertising
www.focus-advertising.be

Fotografie
Cafeine.be
SWD Photography
Foto Joost
Johan Stock
Bas Princen
Kortrijk Xpo

Join us!



Kortrijk **Xpo**
when ideas need space

Welcome to our world



**WELCOME TO OUR WORLD
THE WORLD OF FAIRS AND EVENTS
A WORLD WHERE PEOPLE CONNECT,
LEARN, DO BUSINESS OR SIMPLY ENJOY!**

Dit is onze wereld! Het is de wereld van 'live ontmoetingen', een uiterst boeiende wereld waarin we opnieuw een jaar lang actief waren. En hoe! "Het onmogelijke mogelijk maken." Met dit statement kunnen we wellicht nog het beste de groei en de vooruitgang van het voorbije werkjaar samenvatten: met een geconsolideerde groei van 29% – die trouwens volledig organisch werd gerealiseerd – werd in 2015 de kaap van € 30 miljoen gerond! Het is een mijlpaal in het 48-jarige bestaan van onze onderneming die zich meer dan ooit springlevend toont. De voorbije jaren wonnen we duidelijk aan maturiteit vanuit onze strategische visie rond innovatie & internationalisatie. Xpo is een plek geworden waar alle stakeholders graag en met plezier vertoeven: medewerkers, organisatoren, exposanten én bezoekers!



Welcome to our world!
Welcome in Kortrijk Xpo!

Philippe D'heygere
Voorzitter Raad van Bestuur



FOCUS OP BEURZEN

XPO INTERNATIONAL
Het buitenland op bezoek 11

THE FUTURE IS INDUSTRIAL
Indumation legt toekomst bloot 16

SCOREN MET BELEVINGSBEURZEN
Hengelexpo en Velofolies zetten 100% in op sfeer en emotie 23

DE VELE GEZICHTEN VAN KORTRIJK XPO
Meer dan een beurs- en eventgebouw 28



XPO WORLDWIDE

UNIEK CONCEPT BREIDT UIT
Architect@Work veroverd de wereld 20



SPEAK UP, MEET UP

KORTRIJK XPO MEETING CENTER IN DE KIJKER
4-hamerclassificatie garandeert kwaliteit 34



EDUCATIONAL

Er valt altijd iets te leren in Kortrijk Xpo 31

XPO^{#01} ZINE



EVENTS

NACHT VAN DE SCHLAGERS
De sfeermaker van het jaar 14



ACHTER DE SCHERMEN

DE OPBOUW VAN MATEXPO
Een gezonde portie stress voor nieuwe Managing Director 36



TIPS & TRENDS

INSPIRERENDE ALL-IN CONCEPTEN
Vernieuwd beursconcept voor E-commerce en Prototyping 29

DESIGN IN XPO 38

AAN EEN BEURS DEELNEMEN DOE JE ZO!
De 5 ultieme basistips 42



LEKKER

DE LEKKERSTE XPO-SOEP
Michèle's passie voor soep 32

DE BROODJESBRIGADE
Verrassend nieuw assortiment 33



PEOPLE

XPO TALK
Echte Xpozanen 19
We love fanmail 27
In de prijzen 35
Fit Challenge 41
Jubilarissen 41
Levensloop 41



KORTRIJK XPOZEE

2015 IN EEN NOTENDOP
Xpo-activiteiten van het afgelopen jaar 4

THIS IS US
Xpo values 6

COMPANY PROFILE
Xpo structuur en cijfers 9

KORTRIJK XPO IN CIJFERS
Straf gedaan! 10

2015 in een notendop



16 - 18/1
Velofollies

GROOTSTE
FIETSBEURS VAN DE
BENELUX



23 - 25/1
**Wij trouwen -
Wij feesten**

INSPIRATIEBEURS
VOOR BRUID EN
BRUIDEGOM



5 - 7/2
**Studie-
InformatieDagen**

OVERZICHTSBEURS MET ALLE
STUDIEMOGELIJKHEDEN VOOR
LAATSTEJAARS SECUNDAIR
ONDERWIJS



8/2
**Platen en
computerbeurs**

EEN REFERENTIE VOOR
COMPUTER- EN PLATEN-
LIEFHEBBERS



14 - 15/2
Fugare

INTERNATIONALE
BEURS VOOR DE
DUIVENSPORT



27/2 - 2/3
Tuinexpo

ALLES VOOR UW TUIN
ONDER EEN DAK



27/2 - 1/3
**Hobby
Creatief Salon**

DE GROOTSTE BEURS
VOOR HOBBYISTEN



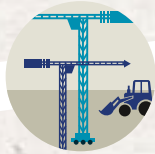
24/9
**Studiedag
Lemcko**

STUDIEDAG VAN
HET ELEKTRONISCHE
EXPERTISECENTRUM
VAN HOWEST



20 - 22/9
**DIY, Home &
Garden**

TWEEJAARLIJKE
VAKBEURS VOOR
DOE-HET-ZELF, HOME
IMPROVEMENT EN TUIN



2 - 6/9
Matexpo

TWEEJAARLIJKE
INTERNATIONALE
VAKBEURS VOOR
BOUWMATERIEEL



11 - 12/7
**VAG United
Indoorshow**

TOTAAL EVENT VOOR
DE VOLKSWAGEN AUDI
GROUP-LOVERS



25 - 26 - 29/6
Doe Aan Sport-beurs

GROOT JEUGD-
SPORTEVENEMENT



8 - 10/5
Pirouette

DANSVOORSTELLING DOOR
DE LEERLINGEN VAN
DANSSCHOOL PIROUETTE



27 - 30/9
Meatexpo & Broadway

INSPIRERENDE TREFDAGEN
VOOR DE SLAGER, TRAITEUR EN
VLESSECTOR EN DE VOLLEDIGE
BAKKERIJSECTOR



27/9
Parascop

BEURS VOOR AL WIE ZICH
WIL LATEN INWIJDEN
IN DE SPIRITUELE EN
PARANORMALE WERELD



2/10
**Nacht van den
Achtkanter**

BENEFIETAVOND TVV DEN
ACHTKANTER, EEN ORGANISA-
TIE VOOR MENSEN MET EEN
VERSTANDELIJKE BEPERKING



2 - 3/10
Slipcursus

DÉ SLIPSCHOOL VAN
BELGIË GEEFT EEN
ANTISLIPCURSUS



3/10
Night Shift

LIFESTYLE EVENT VOOR
CREATIEVE ONDERNEMERS
DAT NETWERKEN MET
FEESTEN COMBINEERT



6/10
**Studiedag 'actualia
wegverkeer'**

INTERACTIEF SEMINARIE
OVER RECHTSLEER,
PROCEDURE EN RECHT-
SPRAAK IN WEGVERKEER



21 - 27/12
KVK Voetbalstage

EEN WEEK INDOORVOETBAL-
PLEZIER VOOR DE JEUGD



19 - 20/12
**Oldtimer Dream
Car**

BEURS VOOR LIEFHEBBERS
VAN OLDTIMER-
VOERTUIGEN EN ANDERE
DROOMWAGENS



11 - 12/12
**Nacht van de
Schlagers**

JAARLIJKS
VOLKSFEEST BOORDE-
VOL SCHLAGERMUZIEK,
DANS EN PLEZIER



9 - 10/12
**Bedrijven
Contactdagen**

SFEERVOL B2B
CONTACTEVENT



8/12
**CBE Opleiding
Eventorganisatie**

OPLEIDINGSSESSIE VOOR
EVENTPROFESSIONALS
I.S.M. VIVES EN HET CBE



30/11 - 1/12
E-commerce

VAKBEURS VOOR
OPLOSSINGEN UIT DE
E-COMMERCE



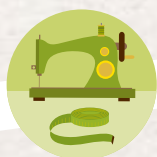
28/2 - 1/3
Babydays

BEURS VOOR BABY'S
EN TOEKOMSTIGE
OUDERS



8 - 9/3
The Hair Project

PROFESSIEEL
KAPPERSEVENT
BOORDEVOL INSPIRATIE



15/3
Stoffenspektakel

DE GEZELLIGSTE
STOFFENBEURS
BOORDEVOL TRENDS



22/3
**Kleding
Outlet Beurs**

BEURS MET
GROTEMERKENKLEDING
TEGEN KLEINE PRIJSJES



26/3
**Howest
Jobhappening**

JOBBEURS DOOR VDAB,
HOWEST EN UGENT



8/4
COV-trefdag

DE DRUKST BEZOCHTE LEERMIDDELEN-
BEURS VAN VLAANDEREN



9 - 12/4
Boekenfestijn

DE BEURSHAL VOL
BOEKEN TEGEN STERK
VERMINDERDE PRIJZEN



6 - 8/5
Indumation

INNOVATIEF
NETWERKCONCEPT VOOR
DE INDUSTRIE- EN
TECHNOLOGIESECTOR



23 - 24/4
Architect @ work

INTERNATIONALE
TOPBEURS VOOR
(INTERIEUR)ARCHITECTEN



21 - 23/4
Xpo 112

VAKBEURS VOOR DE
UITRUSTING VAN
URGENTIEDIENSTEN EN
RAMPENBESTRIJDING



21 - 23/4
Infopol

VAKBEURS VOOR DE
UITRUSTING VAN POLITIE-
BEWAKINGS- EN
VEILIGHEIDSDIENSTEN



18 - 19/4
Groomania

TWEEDAAGS
INTERNATIONAAL
EVENT VOOR
HONDENKAPPERS
EN -TRIMMERS



30/10
Salesmart

LEERRIJK, INSPIREREND
TOTAAL EVENT VOOR
SALES PROFESSIONALS



7 - 15/11
Classic Event

LIFESTYLE-, KUNST- &
GASTRONOMIEBEURS
VOOR AL WIE HOUDT
VAN LUXE EN
KWALITEIT



13/10
**CBE Opleiding
Eventorganisatie**

OPLEIDINGSSESSIE VOOR
EVENTPROFESSIONALS
I.S.M. VIVES EN HET CBE



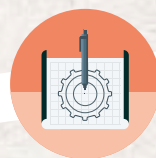
16 - 21/10
Busworld

AUTOCAR- EN AUTOBUS-
SALON



25/10
**PC, fotografie,
platen & cd beurs**

EEN REFERENTIE VOOR ALLE
LIEFHEBBERS EN HOBBYISTEN



28 - 29/10
Prototyping

GEbruiksGERICHTE
VAKBEURS VOOR
IEDEREEN UIT DE
PROTOTYPINGINDUSTRIE



30/10
Salesmart

LEERRIJK, INSPIREREND
TOTAAL EVENT VOOR
SALES PROFESSIONALS



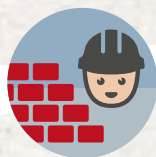
7 - 15/11
Classic Event

LIFESTYLE-, KUNST- &
GASTRONOMIEBEURS
VOOR AL WIE HOUDT
VAN LUXE EN
KWALITEIT



28 - 29/11
Hengelexpo

GROTE BELEVINGS-
BEURS VOOR DE
HENGELSPOORT



27 - 29/11
Bouwexpo

INFORMATIEVE BEURS
OVER BOUWEN,
VERBOUWEN EN
IMMOBILIËN



27/11
Tower Awards

EVENT DAT INSPIREREND,
CREATIEF EN
ONDERNEMEND
KORTLIJK IN DE KIJKER
PLAATST



17/11
**CBE Opleiding
Eventorganisatie**

OPLEIDINGSSESSIE VOOR
EVENTPROFESSIONALS
I.S.M. VIVES EN HET CBE



14 - 15/11
Eurodogshow

INTERNATIONALE
RASHONDEN-
TENTOONSTELLING



11/11
Stoffenspektakel

DE GEZELLIGSTE
STOFFENBEURS
BOORDEVOL TRENDS

Op naar een succesvol 2016!



This is us

Twee zware piekseizoenen elk jaar, operationeel zijn (quasi) elk weekend in deze periodes, internationaliseren met diverse beurstitels in verschillende Europese landen, innoveren ofte 2 nieuwe beursconcepten lanceren per jaar en ondertussen ook nog de lange termijn (strategie) juist inschatten in een sterk gewijzigde beursensector, want het 'klassieke businessmodel beurs' wordt momenteel in sneltreinvaart gewijzigd...

Ziedaar de 'heavy challenge' waarmee ons team elk jaar met plezier aan de slag gaat. Meteen is ook duidelijk dat de impact van dit team, de 'human factor' en de 'doe-mentaliteit' in onze business zeer bepalend is voor het welslagen en succes van onze onderneming.

Niet verwonderlijk dan ook dat we bijzonder veel belang hechten aan het formuleren en communiceren van de 'drives' waarop we als team goed functioneren, waardoor we gemotiveerd worden én op basis waarvan we prestaties neerzetten!

Je zult ook merken dat alle communicatie systematisch in het Engels verloopt: zo zijn de buitenlandse collega's meteen ook mee in het bad!

Welcome in de wereld van de Xpozanen!



Welcome to our world.
The world of fairs and events.
A world where people connect,
learn, do business or simply enjoy!

OUR AIM

We want to create the best possible 'live' experience for our customers.

HOW WILL WE DO THAT

- > Focus on profitable growth
- > Focus on quality through simplicity
- > Focus on innovation
- > Focus on internationalisation
- > Doing this as ONE team

#workhardplayhard

OUR VALUES

Er was een tijd waarin we in onze communicatie met foto's van onze gebouwen uitpakten als een van de belangrijk(st)e assets van onze onderneming. Toegegeven, onze venue is architecturaal gezien een pareltje, maar uiteindelijk zijn het onze mensen die het verschil maken!

We zijn trots op onze Xpozanen en we vinden het bijzonder fijn dat zij ook zelf fier zijn op hun onderneming. Zo worden ze de allerbeste ambassadeurs die een bedrijf zich kan wensen.

Voor Kortrijk Xpo is het gebruik van onze bedrijfscultuur dan weer de ultieme manier om onze onderneming in de markt te positioneren.





OUR BRANDING AS A COMPANY IS OUR CULTURE

De positieve motivatie bij onze Xpozanen is een cruciaal gegeven voor een goede werking van ons bedrijf. Voor hen gaan we door het vuur, want zoals **Wouter Torfs** geloven wij in het adagium 'Happy employees make happy customers'. Bij ons kan je de job niet 'een beetje graag doen', dat herhalen we zeer vaak. We werken in een livebusiness, met een torenhoog serviceniveau en deadlines die ons tot het uiterste drijven: *you have to love what you do*.

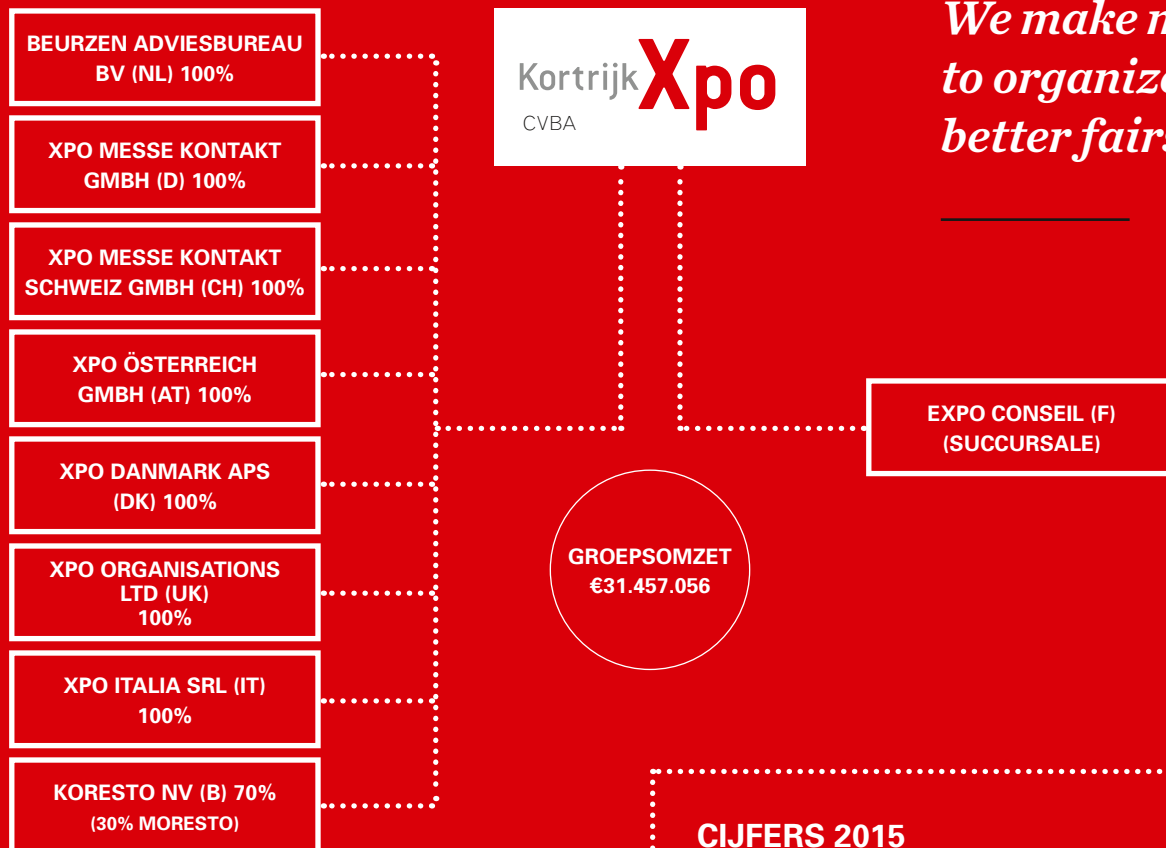
We maken er een erezaak van om het beste uit al onze medewerkers te halen. We steunen en pushen hen, helpen en motiveren hen en we stuwen hen naar hoogtes waar ze desnoods hun hoogtevrees vergeten. We volgen **Richard Branson** volledig in zijn zienswijze: een goed team is niet alleen cruciaal voor je bedrijf, het team IS het bedrijf. En juist daarom:

*In our company,
culture eats strategy
for breakfast !!!!*



COMPANY PROFILE

*"We don't
organize fairs
to make money.
We make money
to organize
better fairs"*



CIJFERS 2015

Geconsolideerde omzet:	€31.457.056 (+31%)
Cvba Kortrijk Xpo*:	€21.425.627 (+30%)
Buitenlandse vennootschappen:	€6.898.368 (+41%)
Koresto/Meeting Center:	€3.133.061 (+15%)

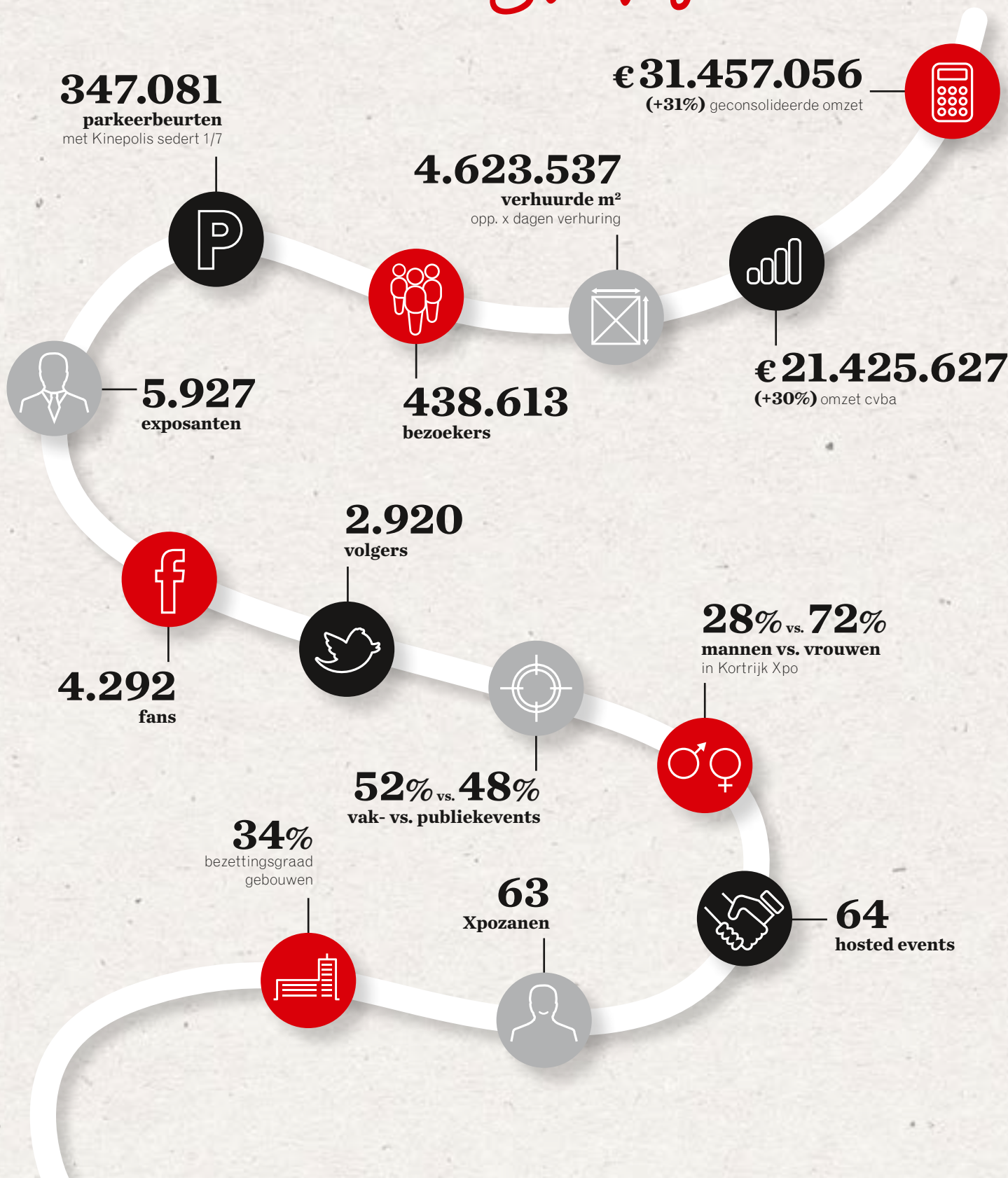
CVBA KORTRIJK XPO*

Operationeel resultaat (EBIT):	€1.953.565 (+2%)
Financieel resultaat:	€724.740 (+124%)
Netto resultaat:	€2.257.377 (+21%)
Bedrijfskasstroom (EBITDA):	€3.372.398 (+16%)
Netto courante kasstroom:	€3.676.210 (+28%)

* inclusief interne facturatie

KORTRIJK XPO IN 2015 IN CIJFERS

Straf gedaan!



A modern electric bus, primarily white with green accents, is displayed in a large exhibition hall. The bus has 'ELECTRIC' written on its side. In the background, other visitors are seated at small tables, and a large mural of a historic building is visible on the wall.

Het buitenland op bezoek



BUSWORLD

Kortrijk Xpo heeft een internationale uitstraling. Dat blijkt onder meer bij de organisatie van de vakbeurs Busworld en de rashondententoonstelling Eurodogshow. Die lokken elke editie meer bezoekers van ver buiten de landsgrenzen naar Kortrijk.

Tijdens de 23^{ste} editie van Busworld verwelkomde organisator B.A.A.V. niet minder dan 34.932 professionals uit 118 landen. Het was een recordeditie want met een dergelijke uitgebreide landendiversificatie is Busworld één van de meest internationale beurzen ter wereld. Ook in het exposantenaanbod is hetzelfde mondiale karakter terug te vinden: "Mieke Bus" slaagde er immers in te zorgen voor een aanwezigheid van 411 bedrijven uit 36 landen! Uit evaluatie naderhand bleek dat de deelnemers bijzonder hoge verkoopcijfers realiseerden tijdens de beurs, en tevens veelbelovende en internationale contacten konden leggen voor de toekomst.

***"Busworld
verwelkomde
professionals
uit 118 landen."***

Ook Eurodogshow geniet een sterke reputatie in het buitenland. De show heeft 60% buitenlandse deelnemers en ontvangt als enige een sterke delegatie uit Groot-Brittannië: meer dan 200 eigenaars steken met hun hond het kanaal over om deel te nemen aan de wedstrijd. Dat dankt de beurs onder meer aan het

gespecialiseerde internationale Keurmeesterkorps: hun jury bestaat stevast uit hondenkenners uit 17 landen. Vorig jaar konden bezoekers meer dan 3200 honden bewonderen uit maar liefst 23 landen. De Belgen, Nederlanders en Fransen waren in de meerderheid, maar er werden ook viervoeters uit Israël en Rusland overgevoerd.

Dobermann, Belgische herders, Duitse doggen, Berner sennenhonden, husky's, teckels, Engelse Staffordshire terriers: als bezoeker kan je 250 verschillende rassen leren kennen, en die komen van overal ter wereld.

Eurodogshow is dan ook een internationaal topfestival. Voor de deelnemers is een prijs winnen op Eurodogshow bijgevolg zeer belangrijk, hoofdzakelijk door het alom bekende kwaliteitsniveau en de internationale uitstraling van de wedstrijd.



busworld.



VAKPUBIEK



AUTOCAR &
AUTOBUSSALON



53.200 m²



34.932
BEZOEKERS



TRENDS SPOTTEN

Busworld 2015 bevestigde eveneens de internationale doorbraak van de alternatieve aandrijfmechanismen. Bussen op gas, maar vooral elektrische bussen waren overal te zien. Ook de bussector maakt dus een belangrijke evolutie door en doet aanzienlijke investeringen in een streven naar een "schoonere" wereld. De touringcar Setra Topclass S 516 HDH was de grote winnaar van de 'European Coach & Bus week'. Het topproduct verzilverde de 'Grand Award Coach 2015' en was laureaat in de categorieën 'Styling & Design' en 'Ecology'. Dat deelnemers voor een Busworld Award wel stevig uit hun pijp moeten komen is duidelijk. Zo werd de 'Grand Award Bus 2015' vorig jaar niet uitgereikt omdat geen enkele bus een absolute verbetering kon aantonen tegenover het huidige marktaanbod.

Eurodogshow streeft op zijn beurt naar vernieuwing en wil een reputatie uitbouwen als echte trendsetter. Zo waren ze in 2015 de eersten om hun puntentelling volledig digitaal te organiseren zodat de deelnemers quasi 'instant' de beoordeling van hun rashond konden opvragen: een felgesmaakte primeur! Daarnaast durven ze te experimenteren en laten ze als één van de enige organisaties de gewone 'huishonden' binnen op de show, net zoals ze recent met open visier de besprekingen aangingen rond de eventuele samenwerking met een kattenshow. "Disrupt your own business before you get disrupted!" De vinger aan de pols houden en de blik richten op de toekomst blijken ook hier doorslaggevend voor een succesvolle beurs. Zeker wanneer die mikt op het buitenland. ■

Eurodogshow®
Kortrijk - België CAC-CACIB



GROOT PUBLIEK



RASHONDEN-
TENTOONSTELLING



24.500 m²



23.000
BEZOEKERS



Behendigheidsproeven



Best in Show 2015: Gennarino Della Costa D'amalfi
DACHSHUNDS Rauhaar

NACHT VAN DE SCHLAGERS

Dé sfeermaker van het jaar



Op 11 en 12 december 2015 stond geen beurs op de agenda, maar wel de achtste editie van het Schlagerfestival. “Het toont aan dat Kortrijk Xpo veel meer is dan een gebouw voor beurzen”, vertelt Thomas Vandekerckhove. “Ambiance troef op zo’n avond.”



Eind vorig jaar vond naar goede gewoonte de Nacht van de Schlagers plaats in Kortrijk Xpo. 5000 mensen zakten af naar de Xpo-hallen om hun jaar sfeervol af te sluiten: verkleed, met een pintje en luidkeels meezingend. Dit jaar is het volksfeest al aan zijn negende editie toe. Daar zit **Thomas Vandekerckhove** voor iets tussen. “Met een vriend praatte ik al jaren over het concept. Pas na het zien van de show in Hasselt hebben we het risico genomen en zie, het blijft een succesnummer.”

JUBILEUMEDITIE 2017

De sfeer is allesbepalend op de Nacht van de Schlagers. “80% van de bezoekers komt voor de gezelligheid. Slechts 20% is diehardfan en komt echt voor de muziek.” Naast een vijftal toppers, vult de organisatie de affiche ook graag met enkele ‘specialekes’ op vraag van het publiek. “We moeten een gezonde rotatie in het programma steken zodat het muziekaanbod interessant blijft”, aldus Thomas.

Ook de Nacht van de Schlagers moet vernieuwen en innoveren, dat weet de organisator maar al te goed. “In 2014 zijn

we gestart met een liveband. We hebben toen zelfs Christoff onaangekondigd op het podium laten verschijnen, een knaller! In 2015 hebben we beslist om de optredens en de afterparty in dezelfde hal te laten doorgaan (Hal 5). En in 2016 maken we op de avond van het event zelf bekend wat we het jaar nadien op onze 10-jarige jubileumeditie zullen doen. Zeker komen dus!”

TRANEN IN DE OGEN

Dat de Nacht van de Schlagers een bijzonder evenement is, staat als een paal boven water. Hét kippenvelmoment van de organisator was het laatste optreden van Eddy Wally, in 2014. “Er waren op beide avonden 4000 feestgangers om ‘The Voice of Europe’ te zien en te horen. Het werd een ongelooflijke ervaring. Achteraf kwam hij me met tranen in zijn ogen bedanken. Dat doet wat met je.” ■



GROOT PUBLIEK



VOLKSFEEST
VOL MUZIEK,
DANS & PLEZIER



9.000 m²

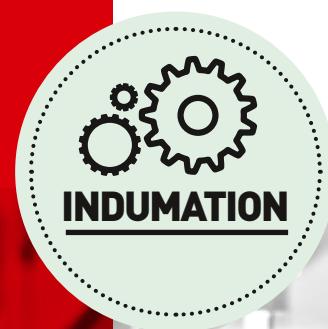


8.000
BEZOEKERS

INDUMATION 2015 LEGT TOEKOMST BLOOT

The future is industrial

De 'smart factories' aan zet.



INDUmation.be
the belgian automation show



De industriële revolutie al lang voorbij? Niet als het aan Karl D'Haveloose ligt, Managing Director van Expo Advice & Invent Media, dat elk jaar de vakbeurs Indumation organiseert. Onder de titel 'The Future is Industrial – Industry 4.0' was hij vorig jaar heel duidelijk: "Onze Belgische maakbedrijven moeten evolueren naar 'Smart Factories'."

De titel van Indumation 2015 luidde 'The Future is Industrial – Industry 4.0'. Wat bedoelt u daar precies mee?

D'HAVELOOSE: "Industry 4.0 is officieel de term die de Duitse overheid als eerste etaleerde in haar actieplan om de komende hightechgolf in de maakindustrie op te vangen. Onder andere voor de informatisering van productietechnieken en logistiek op het niveau van machine-tot-machinecommunicatie. De VS heeft daar haar eigen actieplan voor opgesteld, namelijk de 'Smart Manufacturing Leadership Coalition'. In de daaropvolgende jaren heeft zowat elk land zijn eigen interpretatie gegeven en een eigen plan opge maakt. Wij ook. Indumation.be probeert de visie van alle verschillende actieplannen te vertalen naar de Belgische industrie als 'Industry 4.0 by Indumation.be'. Daaronder vallen soft- en hardware, toestellen en knowhow die leiden tot zelflerende, onderling verbonden en digitale productie-omgevingen. Dit resulteert dan in smart machines en smart factories of Factories of the Future, zoals Agoria ze noemt."

Wat betekent deze 4^{de} industriële revolutie voor de maakindustrie in België?

D'HAVELOOSE: "In de toekomst staan machines, ongeacht hun locatie, met elkaar in contact via het internet der dingen. Ze zullen instructies en gigantische hoeveelheden data met elkaar uitwisselen die ze op basis van sensoren en captatie verzamelen. De resultaten die daaruit gehaald worden, maken de machines zelflerend en dat resulteert dan weer in Cyber Physical Systems. Ze gaan rekening houden met wat ze geleerd hebben in combinatie met reële omstandigheden en de menselijke factor."

Experts zijn het erover eens dat de renaissance nog in de kinderschoenen staat en nog minstens twintig jaar nodig heeft om volwassen te worden. Hoe ziet u de evolutie?

D'HAVELOOSE: "Voor de consument zou dit het volgende kunnen betekenen: je koopt een koelkast en deze houdt je verbruik bij, de keren dat je ze opent en wanneer en hoelang

“Je koopt een koelkast en deze houdt je verbruik bij, de keren dat je ze opent en wanneer en hoelang je dat doet. Je koelkast gaat die info zelfs sharen, zodat abnormaliteiten kunnen gemeld worden aan gebruiker en producent. Heel ver zijn we daar nu eigenlijk niet van verwijderd.”



je dat doet. Je koelkast gaat die info zelfs sharen, zodat abnormaliteiten kunnen gemeld worden aan gebruiker en producent. Ze zal een zelfdiagnose maken zonder de tussenkomst van een technicus en zal kunnen gereset of geherprogrammeerd worden van op afstand. Heel ver zijn we daar in feite niet meer van verwijderd, en de vooruitgang gaat alsmaar sneller. Eigenlijk is er dan ook geen sprake van een horizon (2020) of van Industry 4.0 binnen een paar jaar. Vermoedelijk zal de inhoud en omschrijving van deze term even snel veranderen als de technologie.”

Hoe was deze evolutie ‘voelbaar’ of ‘merkbaar’ op Indumation 2015?

D'HAVELOOSE: “De maakindustrie is in België de laatste 10 jaar, en zeker na 2008, even zwaar kopje onder gegaan. Dat konden we zelf constateren na het begraven van onze vroegere beurs Metapro in 2010, een beurs voor de traditionele metaalbewerkingstechnologie. En net zoals in de meeste sectoren is het aantal Belgische, niet-gedelokaliseerde bedrijven die actief zijn in textiel, metaal, kunststoffen of machinebouw in het domein van discrete productie zwaar uitgedund. Het is vrij duidelijk dat de toekomst ligt in de maakindustrie die in een internationale en digitale omgeving produceert en belevt. Ondanks alles merken we in de Benelux dat de maakbedrijven maar met mondjesmaat die transformatie willen of kunnen doorvoeren. Dat blijkt ook uit studies van McKinsey en Deloitte & Touche. Belgische bedrijven hebben, behalve die enkele pioniers, nog een hele weg af te leggen om uit te groeien tot een *Smart Factory* die hoog scoort in de parameter OEE (Overall Equipment Effectiveness). Gelukkig staan federaties zoals Agoria met *Factories of the Future* en *Flanders Make* als

stuwende krachten klaar om bedrijven individueel te helpen evolueren. Niet alleen de investering en de non-stopevolutie is een afknapper voor velen, maar ook de angst voor het verlies van de menselijke factor. Dingen die vroeger bijgestuurd werden door mensen, gebeuren steeds meer digitaal. De machines worden black boxes met geïntegreerde software, waar nauwelijks nog een druk op de knop vereist is om zichzelf op te starten of bij te stellen. Ik vrees dat dit allemaal geen 20 jaar meer zal duren. Het evolueert heel snel. Een bijkomend probleem is dat die *Smart Factories* ook rekenen op *Smart Subcontractors* om hun strategie met succes door te voeren. Industriële toeleveranciers die niet meegaan in deze transformatie zullen dus wellicht uit de markt vallen.”

Hoe speelde de beursorganisatie van Indumation hier in 2015 op in?

D'HAVELOOSE: “Indumation.be had al 6 technologieroutes online voor de bezoekers en vulde deze aan met een zevende industrieroute. De opdracht van exposanten binnen deze industrieroute was om met hun oplossingen, componenten en technologie een meetbare contributie te geven binnen dat domein en op basis van een Industry 4.0 Forum op de beurs rondleidingen en learnshops aan te bieden over welk type maakbedrijven nu al hoog scoorden en hoe ze dat deden. Dit wordt zeker herhaald in de toekomst en zal de trigger worden voor heel wat industriële bedrijven om Indumation.be te bezoeken. Maar liefst 27% van de bezoekende bedrijven vinkte deze route aan als geplande bezoekroute en dat zal in de komende edities zeker niet dalen. Het valt op dat de technologie rond sensoren en datacaptatie, connectiviteit, mobiliteit, industriële software,

het opslaan en vooral analyseren van big data de sterkst scorende thema's zijn. Hardwarematig zijn alle machines die nu gemaakt worden heel performant. De strijd tussen machinebouwers speelt zich nu af op softwareniveau. Er werd ook beslist dat in de komende edities het probleem van de Belgische achterstand bij de wortel moet aangepakt worden. Niet alleen de werkgevers, maar ook de techies van morgen zullen er als bezoeker actief bij betrokken worden."

"Het is vrij duidelijk dat de toekomst ligt bij de maakindustrie die in een internationale en digitale omgeving produceert en belevert."

Industry 4.0 is een gamechanger van jewelste, ook dat stellen experts. Hoe ziet u dan de verdere toekomst?

D'HAVELOOSE: "Het businessmodel van Invent Media focust 100% op techno-industriële vakbeurzen. Beroepshalve moeten wij dus constant de vinger aan de pols houden van een heel snel veranderende markt van vraag en aanbod, technologie en beursconcepten. Invent Media moet zijn concepten continu bijsturen en de samenstelling van het aanbod, scope en bezoekersdoelgroep telkens grondig aanpassen, zeker voor een tweejaarlijkse beurs. Voor veel consumenten, fabrikanten en distributeurs gaat deze revolutie echter zo snel en geruisloos dat ze morgen opstaan in een wereld die weer iets minder deze van gisteren is." ■



VAKPUBLIK



NETWERKCONCEPT
VOOR INDUSTRIË- EN
TECHNOLOGIESECTOR



15.075 m²



5.915
BEZOEKERS



Xpo talk

ECHTE XPOZANEN

De medewerkers van Kortrijk Xpo zijn onze ambassadeurs en daar gaan we best ver in. Ze zijn de verpersoonlijking van onze onderneming in alle corporate communication. Zo zijn ze het gezicht van onze banners of nieuwjaarsfilmpjes en rijden ze rond met een gepimpte Xpo-car. Ze zijn onze 'Xpozanen' en dragen elk een beetje Xpo-spirit naar buiten. Mooi, toch?





Architect @Work verover de wereld

Editie Marseille



Met 11 edities in 8 landen in 2015 en een uitbreiding in 2016 en 2017 naar 4 extra bestemmingen, verover Architect@Work de wereld. Het totaalevenement voor (interieur) architecten ging in 2003 van start in Kortrijk Xpo en kan sindsdien op steeds meer bijval rekenen. En dat heeft alles te maken met kwaliteit.



"Architect@Work focust op innovatie", vertelt Group Exhibition Manager **Nathalie Sandra**. "Om het exclusieve karakter van de beurs te garanderen, leggen we elke productinnovatie voor aan een comité van (interieur)architecten. Alleen zo kunnen we een kwalitatief hoogstaand en innovatief totaalevent garanderen. Tijdens het tweedaagse event kan de vakbezoeker de tijd nemen om doorheen de stands te navigeren: hij treft er enkel reeds voor hem geselecteerde nieuwigheden aan – dat levert hem een aanzienlijke tijdsbesparing op! De wandelgang dient dan weer om bij een hapje en een drankje te informeren, te praten en te netwerken.



Editie Wenen

ARCHITECT@WORK
EDITIE KORTRIJK:



VAKPUBLEK



12.500 m²



BEURS VOOR
ARCHITECTEN



5.353 BEZOEKERS

De gemoedelijkheid bouwt mee aan het imago van kwaliteit, vindt **Peter Bisschoff**, CEO van Küffner Aluzargen uit Duitsland.

"Architect@Work mag dan wel niet zo groot zijn, het maakt deze beurs meteen ook minder schreeuwerig. Alles verloopt in een gemoedelijke sfeer en alle standhouders zijn gelijkwaardig aan elkaar. De bezoekers worden automatisch door kleine, uniforme modules geleid en dat zorgt voor een informeel contact. Combineer dat met het hoge niveau van de gepresenteerde oplossingen en je krijgt een topconcept wat universeel toepasbaar is."

In 2016 en 2017 wordt Architect@Work gelanceerd in vier extra landen, namelijk Turkije, Spanje, Zweden en Canada. ■

Editie Rotterdam



XPERIENCE

SCOREN MET BELEVINGSBEURZEN

In januari en november 2015 vonden respectievelijk Velofollies en Hengelexpo plaats in Kortrijk Xpo, twee beurzen die 100% inzetten op beleving, sfeer en emotie. Demonstraties meevolgen, je sporthelden ontmoeten, nieuwe trends oppikken en innovatieve materialen shoppen: voor liefhebbers is een beursbezoek een intense ervaring.



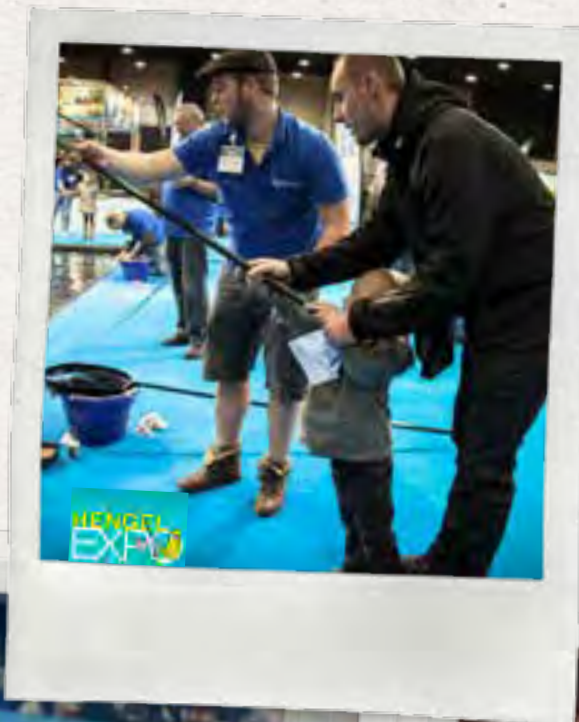
De 9^{de} editie van Velofollies mocht in 2015 ruim 300 exposanten verwelkomen. Het hele complex was tot de nok gevuld. Meer dan 30.000 bezoekers konden zich vergapen aan de nieuwste modellen en wielergadgets.



Hengelexpo is de grootste hengelsportbeurs van België en verwelkomde vorig jaar 15.865 gepassioneerde hengelaars in twee dagen.



Streetfishing is de nieuwste tak van de roofvisserij en een echte rage. De waterbak met doorlopend demonstraties van ervaren streetfishers kon op veel bijval rekenen. De grootste blikvanger was ongetwijfeld het volledig vernieuwde hengeldorp van Sportvisserij Vlaanderen. In de lounge ruimte rond de vijvers kreeg je tips of kon je dromen van een unieke visreis.



Op de 11^{de} editie was ook weer een cadeaumuur aanwezig. Elke bezoeker kon zijn jeton of munt in de muur stoppen en ging naar huis met een leuk gadget of mooi geschenk.



De grootste merken waren aanwezig met hun nieuwste materialen. Die evolueren elk jaar zo sterk dat zelfs een fervente visser moeilijk blijft. Tussen de merken stonden winkeliers waar de nieuwste producten onmiddellijk konden worden aangekocht. Een prima combinatie!



GROOT PUBIEK



BEURS VOOR
HENGELSPORT



12.200 m²



15.865
BEZOEKERS

Velofollies, de grootste en meest gevarieerde fietsbeurs van de Benelux – ooit gestart met 80 exposanten en 10.000 bezoekers – mocht vorig jaar ruim 300 exposanten en meer dan 30.000 bezoekers ontvangen.



Exhibition Manager **Pieter Desmet** schrijft het succes toe aan de unieke combinatie van verwondering voor het nieuwste fietsmateriaal, adoratie van de aanwezige wielherhelden en het enthousiasme voor

het nieuwe wielerseizoen. "Je kan er de sfeer – het fietszweet en de geur van massageolie – bijna letterlijk proeven", vertelt hij. Velofollies

is duidelijk meer dan louter 'fietsen komen kijken'. Alle zintuigen worden geprikkeld, maar hoe doe je dat als organisator? "Het zit 'm in de details, van begin tot einde. Denk aan de verwelkoming door onze promodames, de decoratie die inspeelt op de nostalgie van de heroïsche fietsklassiekers en zelfs de catering is aangepast. We hebben spaghetti voor de fervente wielrenner, een traditioneel biertje in het Kwaremont Koerse Kaffee voor de fietsgenieter en hamburgers met frietjes voor de wielersfans. Alles moet kloppen!"



velofollies



velofollies



velofollies

Actieve wielersfanaat of recreatieve fietser? Voor elk niveau is er een aanbod om te ontdekken én uitvoerig te testen.



velofollies



In de 'Brasserie Flandrien' in Hal 6 organiseert Velofollies 'praatcafés'. (Ex-)wielrenners, sportjournalisten, masseurs, ploegleiders: ze geven er allemaal hun geheimen prijs tijdens een onderhoudend vragenurtje.



De sfeer op Velofollies is uniek. Er heerst een gevoel van samenhang rond dezelfde passie: de fiets! Het is een combinatie van verwondering over het nieuwste fietsmateriaal én de adoratie van de aanwezige wielerveden.



.....

*"Je kan er de sfeer,
het fietszweet en
de geur van massageolie
letterlijk proeven."*

.....



GROOT PUBLIEK



FIETSBEURS

38.200 m²

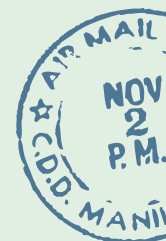
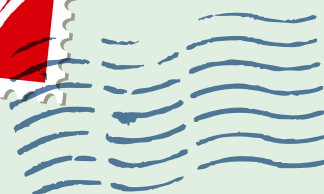
34.889 BEZOEKERS

Xpo talk

WE



FANMAIL



"Gefeliciteerd met het geslaagde huwelijk tussen Broodway & Meat Expo. Ik hoor enkel positieve commentaren en zelf heb ik de indruk dat beide beurzen samen een nieuw elan gevonden hebben."

Christophe Landuyt, Expo-id

***** ★ ★ ★

"Proficiat met Velofollies. Het was een mooie editie, een mooie beurs en een goede organisatie met veel standhouders, veel interesse en veel volk. We houden er een goed gevoel aan over en kregen heel wat positieve reacties."

Nicholas Endriatis, M&F De Scheemaeker

***** ★ ★ ★

"Dankuwel voor het vertrouwen. De boodschap die jullie uitdragen was duidelijk en is goed aangekomen bij het doelpubliek. Jullie hebben er een mooie, interessante editie van gemaakt zowel voor de standhouders als voor de hele sector. Ik heb heel veel positieve reacties gehoord, van bezoekers en van medestandhouders! Proficiat aan het volledige team! Blij mijn steentje te mogen bijdragen."

Curd Velghe, BBQ Curd

***** ★ ★ ★

"Mede dankzij een voor ons zeer succesvolle Prototyping beurs in Kortrijk mochten wij de afgelopen weken nog veel orders verwerken. Hierbij nog even een dikke merci voor de fijne samenwerking."

Gert Cuypers, Roland DG Benelux nv

***** ★ ★ ★

"Hartelijk dank voor de fijne organisatie van MA Evening. Alles was weer tot in de puntjes in orde. Het was een leuke avond en heel lekkere catering. Echt genoten."

Dominique Zoetaert, Hard Flooring

***** ★ ★ ★

"Intussen ligt de beurs al een eindje achter ons. Het was ook dit jaar een schot in de roos. Alleen maar blijde gezichten en tevreden standhouders. Proficiat! Ik wil u dan ook bedanken voor het vertrouwen en de vlotte service naar de demonstratie toe. Achteraf gaf het mij ook een zeer goed gevoel de positieve commentaren te horen. Alvast bedankt voor de fijne samenwerking."

Niek Bossaert, bakker

VEEL GEZICHTEN

Van schlagerfestival tot voetbalstage: Kortrijk Xpo is veel meer dan een beurs- en eventgebouw. Daar getuigen ook deze happy customers van:

LEXUS

Opname videoclip

"Hal 1, met zijn houten zuilen, is een unieke locatie en dus een gedroomd decor voor de opnames van onze commerciële videoshoot met de Lexus IS in de hoofdrol."



PIROUETTE

Dansvoorstelling

"Doordat er aan iedere voorstelling ondertussen méér dan 1000 kinderen deelnemen, hebben wij een grote ruimte nodig. Maar daarnaast is het ook voor ons noodzakelijk om ter plaatse te kunnen oefenen, zeker met de allerkleinsten. In Kortrijk Xpo werden beide wensen ingevuld: twee hallen die ter onze beschikking staan en de broodnodige repetitietijd."



KVK

Voetbalstage

"Onze KVK-voetbalstages zaten vroeger verspreid over verschillende sportcentra. Die wilden we graag centraliseren op één locatie. Kortrijk Xpo dacht mee en stelde de gepaste ruimtes ter beschikking zodat we nu alles overzichtelijk onder één dak konden organiseren."



THERMOTE & VANHALST

Personeelsfeest

"Kortrijk Xpo deed voor ons veel meer dan het verhuren van lege ruimtes. Ze traden op als event-planner en begeleidden ons van A tot Z bij de organisatie van ons personeelsfeest."



KLEDINGOUTLET

Grotemerkenkleding tegen kleine prijsjes

"Kortrijk Xpo, daar krijg je 'the whole package': een superlocatie, gemotiveerde medewerkers en een service om 'u' tegen te zeggen. Het is een plezier om er te organiseren, want je kan altijd rekenen op een prachtig Xpo-team voor wie niets te veel is."



HUNKEMÖLLER

Lingerieoutlet

"Top team, goede service en een warm onthaal!"

BEURSTREND 2015

Inspirerende all-in concepten

Inspireren, het uitwisselen van kennis en ideeën, demonstreren, ... de toekomst van beurzen is 100% belevingsgericht. Dat de nieuwe all-in concepten hun exposanten een uniforme stand bezorgen is niet alleen budgetvriendelijk, maar zorgt tevens voor een unieke look.

Zo waren er eind 2015 opeenvolgend Prototyping en E-Commerce. E-commerce was met 148 exposanten 50% groter dan de eerste editie in 2014. Het aantal bezoekers groeide met 7,5%. In totaal kwamen 2498 ondernemers inspiratie opdoen om hun plannen voor een webshop vorm te geven of om hun bestaande webshop verder te optimaliseren. Prototyping, de beurs die samen met Howest Industrial Design Center werd neergezet, nam een vliegende start met meer dan 2000 bezoekers. "Zowel voor het ontwikkelen van het beursconcept als voor de inhoudelijke invulling bleken Howest en Kortrijk Xpo al snel een mooie tandem", aldus **Bart Grimonprez** van het Howest Industrial Design Centrum.

VERNIEUWENDE BEURSCONCEPTEN

Beide beurzen kozen voor een vernieuwend concept. E-commerce trok de kaart van volledig gepersonali-

seerde beursstanden, met creatief vormgegeven baches die de exposanten naderhand mee naar huis konden nemen. E-commerce Exhibition Manager **Patricia Huygelier** vertelt: "We kozen voor standen met opvallende grafische prints voor de personaliseerbare wanden. Zo kan de exposant op een creatieve manier showen wat hij doet en waar hij voor staat. Dit concept vraagt minder voorbereiding van de deelnemers en geeft hen een duidelijk zicht op hun deelnamebudget.

Bovendien groeperen we onze exposanten volgens productcategorie. Voor bezoekers biedt dit het voordeel dat ze heel gericht de beurs kunnen bezoeken. Ondernemingen die *nét* startend waren met een webshop, konden een gidsbeurt krijgen doorheen de beurslay-out om wegwijs te geraken in de verschillende productgroepen."

Ook Prototyping gooide het beursconcept over een creatieve boeg. De klassieke beursindeling ging overboord en werd resoluut ingeruild voor een beursopstelling met open, uniforme exposantenmodules. "We wilden een laagdrempelige bezoekersflow doorheen de standen. Dat moest de informele interactie tussen exposant en bezoeker bevorderen en een snel en duidelijk overzicht van alle innovatieve technologieën en materialen mogelijk maken. We wilden met de uniforme standen komaf maken met het feit dat bezoekers beïnvloed worden



door het budget dat exposanten in hun stand steken. De focus lag dus op de essentie: het product, de technologie of het materiaal." Een beurs met impact dus, dat be-
seft ook **Bart Grimonprez**: "De flow was heel natuurlijk en er heerste een gezellige drukte. Andere beursorganisatoren zijn met verwondering ons nieuw beursconcept komen bekijken." tenslotte ging veel aandacht naar een

sterke inhoudelijke invulling van de beurs. "Het samenbrengen van technologieën, materialen, tools en technieken waarbij we het productontwikkelingsproces van A tot Z toonden, namelijk van idee tot het effectieve product: ook dat is uniek aan ons concept", aldus Prototyping Exhibition Manager **Annick Pycarelle**. "Door de samenwerking met Howest konden we een sterk randprogramma met de juiste inhoud garanderen. We zijn complementaire partners met elk onze eigen knowhow.

Zo versterken we elkaar. Het uiteindelijke programma combineerde de beurs, een reeks seminars, een materialentoonstelling en studio's voor live prototyping. Heel bijzonder!"

"Ik geloof in het opzetten van beurzen op maat van een bepaalde branche of community."



MEE MET DE STROOM

We onthouden inspireren, openheid, maar ook maatwerk. "Een algemene formule om beurzen te organiseren zal in de toekomst niet meer haalbaar zijn. Als organisator moet je je aanpassen aan de markt die steeds sneller verandert. Interactie met je doelgroep is cruciaal, want ik geloof in het opzetten van beurzen op maat van een bepaalde branche of community", vertelt **Annick Pycarelle**. "De essentie blijft immers het samenbrengen van mensen en hen nieuwe producten, ideeën en inspiratie aan te reiken. De manier waarop kan voor elke vakbeurs anders zijn. 'Dé vakbezoeker' bestaat immers niet. Als beursorganisator creëer je pas meerwaarde als je daarmee rekening houdt." ■



VAKPUBLIJK



BEURS VOOR DE
PROTOTYPING INDUSTRIE



5.055 m²



2.259
BEZOEKERS



E-COMMERCE OXP
SAKBEURS VOOR OPLOSSINGEN UIT DE E-COMMERCE



VAKPUBLIJK



BEURS VOOR
OPLOSSINGEN UIT DE
E-COMMERCE



7.750 m²



2.498
BEZOEKERS



Valt er iets te leren in Kortrijk Xpo?

Jazeker, met onder meer de Xpert Classes, rondleidingen voor studenten en de SID-in beurs profileerden we ons ook in 2015 als een uitstekende leermeester.

MA EVENINGS



Vier keer per jaar organiseert Kortrijk Xpo een avond voor Management Assistants. Die zijn gratis, maar op uitnodiging. Het is een mooie gelegenheid om kennis te maken met de faciliteiten van het Kortrijk Xpo Meeting Center. De avond start met een educatieve sessie waarbij verschillende sprekers aan bod komen rond boeiende topics zoals sociale media, vitaliteitsmanagement, visual design, enzovoort. Afsluiten doen we in stijl, met een hapje, een drankje en tijd voor een babbel.

HOWEST + VIVES

In de beide scholen werken we met hogeschoolstudenten samen voor de organisatie van beurzen. Maar anderzijds organiseren we ook rondleidingen voor hen in Kortrijk Xpo of geven onze deskundigen gastcolleges op school: met de beide Hogescholen Howest en Vives vormt Kortrijk Xpo al sedert enkele jaren een goed geolied team.



SID-IN + HOWEST JOBHAPPENING

De centra voor leerlingenbegeleiding (CLB) en het Vlaams Ministerie van Onderwijs en

Vorming organiseren de SID-in beurs in 5 Vlaamse provincies. Voor West-Vlaanderen is dit in Kortrijk Xpo. Alle laatstejaarsstudenten secundair onderwijs kunnen op de studie-informatiedag kennismaken met een brede waaier aan studie- en beroepsmogelijkheden. Op de jobhappening vond Tom Meersman, afstuderend aan Howest, zijn eerste job als nieuwe IT-manager bij Kortrijk Xpo. Een mooie kans!



XPERT CLASSES

Elk jaar nodigt Kortrijk Xpo alle organisatoren uit op zijn Xpert Classes.

Sociale media trends, digitalisering, nieuwe IT-toepassingen voor bezoekersregistratie, enzovoort: een hele reeks uiteenlopende onderwerpen komt aan bod. Het is een uitgelezen moment om bij te leren, maar ook om bij te praten en te netwerken tussen organisatoren onderling.



Lekker!

Wie?

Michèle.

Maakt de lekkerste Xpo-soep, al sinds oktober 1985.

Dat doet ze als de bars open zijn of speciaal voor vergaderingen in het Meeting Center.

Een passie?

Jazeker. Ze gaat steeds op zoek naar nieuwe soeppurecepturen.

Favoriete soep?

Pompoen- en venkelsoep, zoals al haar andere soepen met een heel eigen 'creamy' touch.

DE BROODJESBRIGADE

VERRASSEND NIEUW ASSORTIMENT

Uitblinken in service en kwaliteit, het is de dagelijkse ambitie van Kortrijk Xpo. Dat geldt ook voor de catering. In 2015 werd het aanbod onder de loep genomen en herzien.

Dieter Daele is Food & Beverage assistent van Kortrijk Xpo. Hij licht toe: "Klanten worden veeleisender en gaan telkens opnieuw op zoek naar nieuwigheden. Het is aan ons om creatief uit de hoek te komen. Vorig jaar werd het catering-assortiment in onder meer de bars en cateringpunten vernieuwd en werd de aanzet gegeven voor de veranderingen in het aanbod van het Meeting Center. "Vooral met de broodjes-recepties en lunches – de meest gevraagde formules – wilden we verrassend uit de hoek komen", aldus Dieter.



Aan inspiratie geen gebrek. "Ik kijk naar kookprogramma's, ik lees kookboeken en culinaire magazines, maar ik creëer ook veel zelf. Ik hou ervan om vanaf nul te starten, smaken samen te voegen, te proeven en bij te sturen tot we een creatie hebben die een plekje op onze menukaart verdient." Die menukaart verandert drie keer per jaar, maar er is ook plaats voor klassiekers zoals het broodje ham met kaas.

Dieter: "De traditionele broodjes zijn 'blijvers'. Zolang het aanbod gevarieerd is en zolang er voor elk wat wils is, met af en toe de nodige vernieuwing, zijn we in ons opzet geslaagd. De afwisseling is niet alleen leuk voor de Xpo-bezoeker, ze daagt onze keukenequipe ook steeds opnieuw uit. In de toekomst willen we graag ook nog hippe bagels en wraps introduceren." Dat belooft!



Wist je dat?

je als externe eventorganisator sedert 2015 eigen catering mag voorzien? Kortrijk Xpo Meeting Center heet alle cateraars van harte welkom!



IN DE KIJKER

KORTRIJK XPO MEETING CENTER

Het Kortrijk Xpo Meeting Center promoten we graag als de uitgelezen plek voor vergaderingen, seminars, workshops, bedrijfsvoorstellingen, personeelsfeesten, enzovoort. Onze 4-hamerclassificatie garandeert kwaliteit en een groot aantal faciliteiten: van grote flexibiliteit op het vlak van de invulling van ruimtes en externe catering over de toegankelijkheid voor rolstoelgebruikers tot gratis wifi: wij bieden het graag allemaal aan.

Net zoals hotels gewaardeerd worden met sterren, gebeurt de classificatie voor congres- en vergaderaccommodaties met hamers. De classificatie gaat van 1 tot en met 4 vergaderhamers. De evaluatiecriteria zijn eigentijds en worden voortdurend aangepast op basis van de wensen van opdrachtgevers, congresbezoekers en deelnemers aan vergaderingen. Het Kortrijk Xpo Meeting Center poogt met zijn 4 hamers steeds zo goed mogelijk te beantwoorden aan de verlangens van de klanten.

Onze unieke troeven op een rij:

1. Grote flexibiliteit: accommodatie voor 10 tot 2.000 personen
2. Auditorium met 550 zitplaatsen
3. Vergaderzalen standaard uitgerust met scherm en beamer
4. Geen parkeerstress door de 2.500 parkeerplaatsen op de campus
5. Piekfijne in-house catering maar ook externe cateraars welkom
6. Gratis wifi
7. Vlotte bereikbaarheid
8. Eén contactpersoon die u met raad en daad organisatorisch bijstaat
9. Ingerichte boardroom
10. Mooie tuin





Xpo talk



IN DE PRIJZEN!

Kortrijk Xpo won in 2015 opnieuw twee prijzen. Tijdens de tweede editie van de Tower Awards werd Architect@Work beloond met een award voor internationalisering. Bijna 6000 stemmen werden uitgebracht op 265 genomineerden. Een mooie erkenning voor het beursconcept dat vanuit West-vlaanderen de wereld wil veroveren.



Daarnaast zet de provincie West-Vlaanderen met de MVO-award bedrijven in de spotlights die op maatschappelijk, ecologisch en economisch terrein succesvol zijn. Kortrijk Xpo doorstond de audit vorig jaar opnieuw probleemloos. Xpozaan Johan Van Wouterghem mocht het jaarcertificaat in ontvangst nemen. Trots!



DE OPBOUW VAN EEN BEURS



Achter de schermen van Matexpo



"De bijzonder complexe op- en afbouw van Matexpo gaat wel met wat stress gepaard. Het was voor mij een grote uitdaging. Ik ken ondertussen wel iets van beurzen, maar als je de eerste reusachtige machines en kranen ziet aankomen, doet dat iets met je."

"Voor mij lag de nadruk op een goede communicatie met alle stakeholders. Ook als er eens iets misloopt, moet je daar gewoon snel, eerlijk en correct kunnen over communiceren. Problemen verdwijnen nu eenmaal niet vanzelf en een beetje improvisatievermogen kan geen kwaad."

"Ik ben een peopleperson. In een periode waarin iedereen onder druk staat, moet je al eens zorgen voor ontspanning. Samen eten, zorgen voor een aangename werkomgeving: dat kan wonderen doen."

MATEXPO



Matexpo, de vakbeurs voor bouwmaterialen en -machines, lokt tweejaarlijks ruim 40.000 bezoekers. De op- en afbouw is complex en bezorgde de nieuwe Managing Director Gregory Olszewski toch een gezonde portie stress. Hij neemt je mee achter de schermen van 'zijn beurs'.



"Mijn job als Managing Director van Matexpo was een beetje thuiskomen. Ik kende nog heel wat mensen bij Kortrijk Xpo. Dat maakte de gang van zaken tijdens vergaderingen of de algemene teamcoördinatie net iets vlotter."

"Ik ben heel pragmatisch ingesteld. Als er een probleem is, wil ik dat samen oplossen. Het heeft weinig zin om elkaar met de vinger te wijzen. Zowel de uitbater van de venue als de organisator moeten hetzelfde doel voor ogen houden: een geslaagde beurs neerzetten met tevreden bezoekers en exposanten. En je merkt dat het team van Kortrijk Xpo daar dan ook volledig voor gaat."



VAKPUBLIEK



BOUWMATERIEEL



210.000 m²



39.335 BEZOEKERS

Design in Xpo

Kortrijk is de Vlaamse designstad
en dat merk je ook in Kortrijk Xpo
meteen. Een vergaderbench van de
hand van Quinze & Milan?
Een innovatief designtoilet?
Een externe wandelgalerij die door
amateurfotografen al eindeloos
werd geshared op sociale media?
Wij hebben het. Voor design.



Kortrijk Xpo staat voor beleven en ervaren, van aan de ingang tot ... op het toilet. De Kortrijkse designstudio 5AM inspireerde zich op de karakteristieke 'accordeondeuren' van weleer voor het ontwerpen van witte designdeuren met een vergelijkbaar plooieffect in de toiletten van Hal 1 en Hal 3. Bloempotjes met cactussen vormen een groen detail en vooral een grappig accent in een anders heel cleane ruimte.



DOK

Wie veel vergadert, heeft nood aan ontspanning. Op de eerste verdieping van Kortrijk Xpo doen we dat in stijl. Daar verhuren we vergaderruimtes met een breakoutbench van de hand van Quinze & Milan. 'De Dok' is zowel esthetisch een pareltje als functioneel en praktisch ingericht. In de pauze van een meeting kan je er bijvoorbeeld inloggen en mails checken. Maar we geloven ook graag dat het voor wat me-time of een vleugje onverwachte inspiratie zorgt.



FIETSENREKKEN

Met de fiets naar de beurs: wij zijn pro! Echter waren onze fietsenrekken opvallend en het opzet van de stalen spiralen waar je fietsband tussen moet, was niet voor iedereen duidelijk. Dus gingen we brainstormen en kwamen we met een creatieve oplossing. In samenwerking met BearInMind spoten we tweedehandsfietsen rood en gaven ze een permanente plek in de fietsenrekken. Deze worden nu wel goed herkend en gebruikt. Opdracht geslaagd!





*Het nieuwe
honingraatsysteem zorgde
voor een totaal andere
beursbeleving.*

THE HAIR PROJECT

The Hair Project illustreert hoe Kortrijk Xpo design en creatieve concepten doortrekt naar de beursvloer. In samenwerking met de Kortrijkse designstudio 5AM kwam een nieuw beursconcept tot stand voor het vroegere Hairstyle. Het tot 'The Hair Project' omgedoopte kappersevent voor de Benelux kreeg een creatieve rebranding met in plaats van de traditionele beursstanden en de typische loodrechte wandelgangen, een vernieuwende beursindeling met vier verschillende boxen die werden uitgewerkt voor de commerciële presentatie van de members van The Hair Project. Alle boxen zijn groter of kleiner, maar wel evenwaardig aan elkaar. Ze grenzen met minstens een zijde aan het wandelpad en vormen samen een honingraat die het 5AM-team in elkaar puzzelde. Het resultaat? Een totaal andere beursbeleving. De boxen vormen de contouren van een stijlvolle setting met centrale ruimtes die worden ingenomen door demoploinen, netwerkpunten en een heuse catwalk als centraal gegeven. Met The Hair Project creëerde Kortrijk Xpo een innovatief belevingsplatform waar kappers kunnen samenkomen. Openheid, interactie, netwerking: het zijn slechts enkele positieve kenmerken van de nieuwe opstelling. ■



Xpo talk



FIT CHALLENGE



Je medewerkers fit en gezond houden, hoe doe je dat? Met Fit Challenge, een samenwerking met Springbok Coaching. In 2015 gingen verschillende groepjes Xpozanen onder begeleiding trainen over de middag. Per groep kreeg men telkens een uurtje training op maat van hun niveau. Daarnaast werden ook enkele workshops ingepland rond gezonde voeding, bewegen op kantoor, enzovoort. Fit Challenge sloeg overigens twee vliegen in één klap: de medewerkers namen even tijd om te sporten, maar ze leerden elkaar ook beter kennen buiten de werkvloer. Het resultaat? Een gezonde geest in een gezond lichaam. En een sterk team.



JUBILARISSEN

Didier, Barbara, Annelies, Jalil, Annick en Inge.

Deze Xpozanen zijn respectievelijk 5 jaar, 5 jaar, 10 jaar, 10 jaar, 15 jaar en 20 jaar bij ons in dienst. Naar goede gewoonte werden ze tijdens Klare Wijn – onze maandelijkse interne vergadering – bedankt met een fles champagne, maar bij deze nogmaals een oprechte proficiat!



LEVENSLLOOP



Kortrijk Xpo sponsort Levensloop, een 'run' voor de strijd tegen kanker. 24 uur estafettelopen rond de Lange Munte in Kortrijk, een sinecure was het niet. Aan het Xpo-standje konden de toeschouwers en sympathisanten ondertussen wafels en andere lekkernijen kopen voor het goede doel. De medewerkers konden zich bovendien inschrijven voor de picknick die door vrijwillige Xpozanen werd georganiseerd op de site van Kortrijk Xpo. Alle inspanningen bleken te renderen want onze onderneming bevond zich in de top 10 van opbrengsten voor Levensloop. Méér dan goed besteed!



AAN EEN BEURS DEELNEMEN DOE JE ZO:



Zorg voor een enthousiaste standbemanning. Zitten, hangen, eten, mails checken: het is allemaal not done als je deelneemt aan een beurs. Sta open voor je publiek, verzorg je houding en denk aan je uitstraling. Dat werkt.

1

2

Zorg voor genoeg 'beleving' op je stand. Je beursstand is een 3D-advertentie waar je bezoekers door wandelen. Zorg dat hun zintuigen geprikkeld worden. Proeven, zien, voelen, ruiken: de bezoeker wil niets liever dan een unieke ervaring op je stand.

Ben jij een geboren beurstalent?
Of kan je nog wat hulp gebruiken?
Kortrijk Xpo gelooft in het delen van kennis en zet de 5 ultieme basistips voor jou op een rij.

De 5 ultieme basistips

5

Matchen de opbouw en de uitstraling van je stand met het verhaal dat je wil brengen? Zorg dat het volledige plaatje klopt.

3

Show al je nieuwigheden. Beursbezoekers verwachten ze. Altijd. Bovendien onderscheid je je op die manier op een innovatieve manier van andere beursstanden.

4

Wat wil je met je beursdeelname bereiken? Formuleer op voorhand zo duidelijk mogelijke doelstellingen. Die moeten specifiek, meetbaar, attractief, realistisch en tijdsgebonden zijn en kunnen gaan van het ontmoeten van bestaande klanten over het uitvoeren van marktonderzoek tot directe verkoop. Goed gedefinieerde doelstellingen zorgen voor een degelijke beursevaluatie achteraf. Communiceer je doelen bovendien aan het volledige beursteam. Zo streeft iedereen naar hetzelfde resultaat.



Kortrijk **Xpo**
when ideas need space