

WEEKLIJKS (BEHALVE WEEK 1, 16, 27-33, 45, 52) • AFGIFTEKANTOOR: GENT X P. 309 872 • ISSN 1374-4863 • WEEKBLAD NR 38 • 27 NOVEMBER 2009 • WWW.DATANEWS.BE

CIO OF THE YEAR

CHRISTIAAN DE BACKER

TOMTOM



ICT MANAGER OF THE YEAR

LUC PLUYS / PRIVATE SECTOR

VAN GENECHTEN PACKAGING

ICT MANAGER OF THE YEAR

RUDI VAN DE VELDE / PUBLIC SECTOR

UZ BRUSSEL



JOB OF THE WEEK << **Agfa Healthcare** >> MEER INFO OP PAGINA 39

Your place or mine?

ICT services at DigiPoint, at your office or in nearshore development

www.digipoint.be • passion@digipoint.be • +32 15 28 60 00



Bezoek LCL! www.lcl.be



ICT MANAGER CONTEST

Christiaan De Backer zal 2009 niet snel vergeten. Net 50 geworden, een kwarteeuw actief in de it-sector, pas benoemd tot chief information officer bij TomTom, én op de koop toe verkozen tot cio van het jaar. "Dit is een bekroning voor 25 jaar hard werken", klinkt het, "en ja, daar ben ik erg fier op." #Frederik Tibau

In 1984 startte de burgerlijk ingenieur zijn carrière bij Alcatel Bell. Binnen dat bedrijf zou hij als it'er door heel wat waters zwemen, tot hij in 1996 opgepikt wordt door Belgacom. Een lijstje maken van alles wat hij daar gerealiseerd heeft, zou ons te ver leiden in het kader van dit interview. Laten we het er op houden dat de telecomoperator nooit zo ver zou gestaan hebben in callcenter en salesforce automation zonder De Backer.

Sinds enkele jaren loopt de Oost-Vlaming in de kijker als it-verantwoordelijke bij de digitale kaartenboer Tele Atlas (intussen TomTom), vandaag mag hij zich cio noemen van de Nederlandse gps-fabrikant. "Tijdens mijn eerste gesprek met Alain De Taeye van Tele Atlas benadrukte deze laatste dat hij zijn cio liefst zo weinig mogelijk te zien kreeg", blikt De Backer terug. "Dat zou immers betekenen dat er geen it-problemen waren. Maar anderhalf jaar later zat ik al mee rond de tafel om de serviceplatformen van de eindproducten te bepalen."

Volgens De Taeye heeft u 'it weer op de kaart geplaatst' binnen zijn bedrijf.

CHRISTIAAN DE BACKER: Toen ik eind 2005 aan de slag ging bij Tele Atlas, onderging het it-department de business. De afdeling werd veel te laat betrokken bij projecten, en als er ergens iets scheelde, kregen we steevast de zwarte piet toegespeeld. Het is mijn verdienste dat it weer mee aan tafel zit wanneer er beslissingen genomen worden. Nieuwe producten, acquisities, tot en met het bouwen van nieuwe bedrijfssites: de it-afdeling moet zich kunnen voorbereiden op zulke ingrepen. Want als het management een beslissing neemt, kan je er van op aan dat alles de volgende dag rond moet zijn.

Hoe heeft u die ommekeer bewerkstelligd?

CHRISTIAAN DE BACKER: Door goed te communiceren, en door vertrouwen te creëren. Er kan veel verkeerd lopen met it. En als er iets scheelt, moet je daar goed over communiceren. En de juiste stappen zetten om gelijkaardige problemen te vermijden in de toekomst. Klanten willen dan weer dat onze kaarten en toepassingen overal werken, helemaal up-to-date zijn, en er visueel steeds beter gaan uitzien (denk aan 3D, *nvdr.*). Door de samenwerking tussen business en it hebben we een globaal platform op poten kunnen zetten waarop we intussen de ene na de andere innovatie tot leven laten komen. Eén centrale vraag is daarbij fundamenteel: hoe kan it vernieuwend zijn voor de klant?

Welke kwaliteiten zijn onontbeerlijk voor een cio?

CHRISTIAAN DE BACKER: Ik denk dat je vooral goed met mensen moet kunnen omgaan. Daarnaast moet je over uitstekende communicatie-

vaardigheden beschikken, en moet je perfect kunnen inschatten of de gevraagde investeringen de juiste zijn. Automatiseren om te automatiseren, kan bijvoorbeeld niet. En het spreekt voor zich dat je, om de juiste keuze te kunnen maken, de business héél goed moet kennen. Bovendien moet je pragmatisch zijn. Want als cio komen er altijd meer vragen op je af dan wat je kan bolwerken.

Eigenlijk ben ik vooral een 'team creator'. Vier jaar geleden heb ik bij Tele Atlas een Europees en een Amerikaans team op dezelfde lijn moeten krijgen, en eigenlijk doe ik nu net hetzelfde bij TomTom, zij het dan voor een Belgisch en een Nederlands team (lacht).

In moeilijke tijden komen de budgetten onder druk. Moet je als cio dan nog meer op je strepen staan?

CHRISTIAAN DE BACKER: Het is geen kwestie van op je strepen te staan. De crisis is niet eens zo slecht voor cio's. Omdat we nu veel gemakkelijker kunnen zeggen: sorry jongens, daar is geen geld voor. Wanneer het allemaal wat stroever loopt, begrijpt het management die boodschap. Wanneer het geld binnenstroomt, is dat vaak niet het geval. De crisis is met andere woorden een unieke kans om de neuzen in dezelfde richting te krijgen. De afgelopen vier jaar hebben we bij

Tele Atlas het budget voor it trouwens drastisch naar beneden kunnen halen. Door de standaardisatie van de infrastructuur en het beheer met één globaal team, hebben we heel wat optimalisaties kunnen doorvoeren. Een mooi voorbeeld is het intranet. Toen ik aan de slag ging bij Tele Atlas werd ik bestookt met vragen voor nieuwe websites, voor intern en extern gebruik. Alleen zat er geen visie achter al die gefragmenteerde

projecten. Ik heb toen de beslissing genomen om nieuwe fundamenten te gaan leggen, mét een goede beveiliging, mét een degelijk contentmanagement.

Drie maanden lang hebben we geen websites meer opgeleverd, en hebben we ons enkel en alleen geconcentreerd op de nieuwe basisstructuur. Het resultaat is dat documenten vandaag maar één keer online gezet moeten worden. En dat ze automatisch op het intranet komen, op de partnersites, en op het extranet.

Een ander voorbeeld draait om websites in vreemde talen. Vroeger hadden we daar twee tot drie maanden voor nodig, vandaag is dat nog twee weken. Het heikele punt daarbij is altijd dat je de business mee moet krijgen. Die mensen moeten beseffen dat ze méér in de plaats gaan krijgen. *Reculer pour mieux sauter.*

Het is geen geheim dat TomTom een barslecht jaar achter de rug heeft. Wat zijn de gevolgen daarvan voor de strategie binnen uw departement?

CHRISTIAAN DE BACKER: We hebben nóg meer de nadruk gelegd op groepsintegratie. Vroeger gebeurde het regelmatig dat er applicaties uit-

'De crisis is een unieke kans voor een cio'



“De afgelopen vier jaar hebben we bij Tele Atlas het budget voor it drastisch naar beneden kunnen halen.”

gerold werden voor één enkele business unit. Dat is nu veel minder het geval. En als er een bepaalde dienst beschikbaar is voor één bepaalde unit, dan gaan we stevast kijken of die niet kan geïntegreerd worden binnen het geheel. Binnen TomTom is de it-afdeling nu helemaal op groepsniveau georganiseerd. Wat dat betreft zijn we echt een haantje de voorste binnen het bedrijf.

Wat zijn momenteel de andere grote aandachtspunten?

CHRISTIAAN DE BACKER: Je mag het integratieverhaal niet onderschatten. Verschillende infrastructuren op elkaar afstemmen is niet van de poes. Het op elkaar afstemmen van twee telefoniesystemen klinkt misschien eenvoudig, maar dat is het allerminst. En de it-afdeling van TomTom is verre van rijp. Dat komt voor een stuk omdat het bedrijf zo sterk gegroeid is in de laatste jaren. It moest in de eerste plaats bijblijven. Het structureren en organiseren, dat is vooral iets van de laatste maanden (lacht).

Geloof u in een switch naar operationele kosten? Cost cutting door middel van cloud computing bijvoorbeeld?

CHRISTIAAN DE BACKER: Okéé, maar wat is cloud computing juist? Bij Tele Atlas hebben we al een vrij grote ‘private cloud’. Onze infrastructuur is volledig gevirtualiseerd voor de nieuwe productiesystemen. In Gent hebben we dit jaar geen enkele nieuwe server geplaatst, maar dankzij de virtualisatietechnieken kunnen we heel wat meer halen uit onze oude infrastructuur. Publieke cloud computing zal wel ooit doorbreken, maar dan denk ik toch vooral aan hybride modellen. Bij TomTom zou alles wat te maken heeft met feedback van de community bijvoorbeeld naar de cloud kunnen gaan, mapsharing en dat soort dingen. Daar ga je sowieso al naar de community in je netwerk.

Navigatiekastjes

Dat TomTom een moeilijke periode doormaakt, komt voor een stuk omdat de markt voor navigatiekastjes aftakelt.

CHRISTIAAN DE BACKER: Het kastje op zich heeft het inderdaad moeilijk op dit moment maar is zeker nog niet afgeschreven. Het zijn vooral diensten en afgeleide producten die belangrijk worden. TomTom sluit volop deals voor inbouwmodules met bedrijven zoals Renault, en de navigatiesoftware is sinds kort beschikbaar op de iPhone. BlackBerry gebruikt digitale kaarten van Tele Atlas, en ook Vodafone zal zijn dienstenaanbod baseren op onze *maps*. Ik denk dat alle traditionele spelers uit onze sector de switch maken van hard- en softwarefabrikant naar dienstenleverancier. Onze navigatietoestellen worden trouwens al geüpdatet met verkeersinformatie en dingen zoals flitspaalgegevens. *Location based services* zijn de volgende stap.

Een stap die bijvoorbeeld ook Google zet. De internetgigant geeft zich steeds nadrukkelijker op jullie terrein. Denk maar aan de pogingen die het bedrijf onderneemt om de wereld in 3D tot bij de eindgebruiker te brengen (Google Street View).

CHRISTIAAN DE BACKER: Uiteraard houden wij Google in het oog, maar we mogen ons niet blindstaren op dat bedrijf. TomTom moet vertrekken vanuit de eigen sterktes. De onderneming moet creatief zijn, en focussen op de meerwaarde die ze kan bieden voor haar klanten. Het zal niet alleen Google zijn dat de bakens uitzet.

Wij focussen vandaag volop op realtime informatie. In onze buurlanden heeft TomTom al diensten beschikbaar via dewelke je een correcte inschatting kan maken van je reistijd, omdat er niet langer gewerk wordt met gemiddelde snelheden maar met realtime-gegevens. In België worden vandaag al benzineprijzen doorgeseind in realtime. Met zulke dingen kunnen we ons onderscheiden van de concurrentie.”#

CIO OF THE YEAR

CHRISTIAAN DE BACKER

TOMTOM



ICT MANAGER OF THE YEAR

LUC PLUYS / PRIVATE SECTOR

VAN GENECHTEN PACKAGING

ICT MANAGER OF THE YEAR

RUDI VAN DE VELDE / PUBLIC SECTOR

UZ BRUSSEL



JOB OF THE WEEK << **Orqua** >> PLUS D'INFOS EN PAGE 29

Your place or mine?

ICT services at DigiPoint, at your office or in nearshore development

www.digipoint.be • passion@digipoint.be • +32 15 28 60 00

 **digipoint**
passion inside

Visitez LCL! www.lcl.be


LCL
Your Data Center

ICT MANAGER CONTEST

Christiaan De Backer n'est pas prêt d'oublier l'année 2009. Il vient en effet de fêter ses 50 ans, il est actif depuis un quart de siècle dans le secteur IT, il a récemment été nommé chief information officer chez TomTom et, de surcroît, il a été élu CIO de l'année. "C'est le couronnement de 25 ans de dur labeur, réagit-il. J'en suis assurément très fier." # Frederik Tibau

C'est en 1984 que cet ingénieur civil a débuté sa carrière chez Alcatel Bell. Au sein de cette entreprise, il en a parcouru du chemin en tant qu'informaticien, jusqu'à ce que Belgacom vienne le chercher en 1996. Dresser une liste de tout ce qu'il y a réalisé, nous mènerait trop loin dans le cadre de cette interview. Tenons-nous en donc au fait que l'opérateur télécoms ne serait pas arrivé aussi loin dans les centres d'appels et l'automatisation des forces de vente sans De Backer.

Depuis quelques années, De Backer se distingue en tant que responsable IT chez l'éditeur de cartes numériques Tele Atlas (aujourd'hui TomTom) et peut aujourd'hui se targuer du titre de CIO du fabricant néerlandais de GPS. "Lors de mon premier entretien avec Alain De Taeye de Tele Atlas, il insistait pour rencontrer le moins possible son CIO, se souvient De Backer. Cela signifierait en effet qu'il n'y a pas de problème IT. Mais un an et demi plus tard, je me suis retrouvé autour de la table pour définir les plates-formes de services de produits finaux."

Selon De Taeye, vous avez remis l'IT à sa juste place au sein de son entreprise?

CHRISTIAAN DE BACKER: Lorsque j'ai débuté chez Tele Atlas fin 2005, le département IT était sous l'emprise du métier. Il était impliqué dans les projets beaucoup trop tardivement, et lorsque quelque chose clochait quelque part, nous étions les premiers à être montrés du doigt. J'ai eu le mérite de reprendre place autour de la table, lorsque les décisions étaient prises. Nouveaux produits, nouvelles acquisitions jusqu'à et y compris la construction de nouveaux sites d'exploitation: le département IT doit pouvoir se préparer à ce genre d'interventions. Car quand la direction prend une décision, vous devez être sûr que tout doit être prêt le lendemain.

Comment avez-vous effectué cette volte-face?

DE BACKER: En communiquant bien et en créant la confiance. L'IT peut provoquer pas mal de problèmes. Et lorsque quelque chose cloche, il convient de bien communiquer. Et de prendre les mesures qui s'imposent pour éviter des problèmes similaires à l'avenir. De leur côté, les clients veulent que nos cartes et applications fonctionnent partout, soient tout-à-fait actualisées et toujours les meilleures au niveau visuel (pensez au 3D, NDLR). En faisant collaborer le métier et l'IT, nous avons mis en œuvre une plate-forme globale, sur laquelle nous avons entre-temps créé toute une série d'innovations successives. La question centrale est ici la suivante: comment l'IT peut-elle être novatrice pour le client?

Quelles qualités sont-elles indispensables au CIO?

DE BACKER: Je pense qu'il faut surtout avoir de l'entregent. Il faut en-

suite posséder d'excellentes facultés de communication et pouvoir parfaitement estimer si les investissements envisagés sont corrects. On ne peut par exemple pas automatiser pour le plaisir d'automatiser. Il va aussi de soi que pour pouvoir faire le bon choix, il faut très bien connaître le métier. En outre, il faut être pragmatique. Car en tant que CIO, on est la cible de toujours plus de questions. En fait, je suis surtout un 'team creator'. Il y a quatre ans, j'ai dû aligner chez Tele Atlas une équipe européenne et une équipe américaine, et je répète la même opération à présent chez TomTom, à cette différence près qu'il s'agit d'équipes belge et néerlandaise (rire).

En période difficile, les budgets sont mis sous pression. En tant que CIO, devez-vous d'autant plus faire attention?

DE BACKER: Ce n'est pas une question de faire attention. La crise n'est au fond pas une mauvaise chose pour les CIO. Nous pouvons à présent beaucoup plus facilement dire: désolé, mais il n'y a pas d'argent pour ceci ou cela. Lorsque tout marche moins bien, la direction comprend ce message. Tel n'est pas souvent le cas quand l'argent afflue. En d'autres mots, la crise est une chance unique pour que tout le monde regarde dans la même direction. Ces quatre dernières années, nous avons, chez Tele Atlas, pu d'ailleurs réduire radicalement le budget IT. En standardisant l'infrastructure et la gestion avec une seule équipe globale, nous avons pu réaliser pas mal d'optimisations. L'intranet en est un bel exemple. Lorsque j'ai débuté chez Tele Atlas, je fus assailli de questions à propos de nouveaux sites web et d'utilisation interne et externe. Le problème, c'était qu'il n'y avait pas de vision derrière tous ces projets fragmentés. J'ai déci-

dé à l'époque de poser de nouvelles bases avec une sécurisation efficace et une gestion sérieuse du contenu. Trois mois durant, nous n'avons plus fourni aucun site web et nous nous sommes concentrés uniquement sur la nouvelle structure de base. Il en est résulté que les documents ne doivent aujourd'hui être mis qu'une seule fois en ligne. Et qu'ils arrivent automatiquement sur l'intranet, sur les sites des partenaires et sur l'extranet. Un autre exemple concerne les sites web dans des langues étrangères. Avant, nous avions besoin de deux à trois mois, contre deux semaines seulement à présent. Le hic ici, c'est que vous devez toujours emporter l'adhésion du métier. Ces gens doivent prendre conscience qu'ils vont en recevoir plus en retour. Reculer pour mieux sauter en quelque sorte.

Ce n'est pas un secret de dire que TomTom a connu une très mauvaise année. Quelles en sont les conséquences sur la stratégie au sein de votre département?

DE BACKER: Nous avons encore mis davantage l'accent sur l'intégration de groupe. Avant, il arrivait régulièrement que des applications soient déployées pour une seule 'business unit'. C'est à présent nettement

“La crise, une chance unique pour le CIO”



“Ces quatre dernières années, nous avons, chez Tele Atlas, pu réduire radicalement le budget IT.”

moins le cas. Et si un service déterminé est disponible pour une unité spécifique, nous examinons alors invariablement s'il ne peut être intégré à l'ensemble. Au sein de TomTom, le département IT est aujourd'hui entièrement organisé au niveau du groupe. Sur ce plan, nous sommes vraiment des meneurs dans l'entreprise.

Quels sont pour l'instant les autres grands points qui retiennent l'attention?

DE BACKER: “On ne peut sous-estimer l'intégration. Harmoniser plusieurs infrastructures n'est pas une sinécure. Quant à adapter deux systèmes téléphoniques l'un à l'autre, cela peut sembler plus simple, mais tel n'est pas le cas. Et le département IT de TomTom est loin d'être mature. C'est en partie dû au fait que l'entreprise a tellement crû ces dernières années. L'IT devait essentiellement suivre. Structurer et organiser, c'est surtout typique de ces derniers mois (rire).”

Croyez-vous en un changement au niveau des coûts d'exploitation? Des économies en recourant à l'informatique en nuage par exemple?

DE BACKER: Oui, mais qu'est-ce au juste que le cloud computing? Chez Tele Atlas, nous disposons déjà d'un private cloud assez vaste. Notre infrastructure est entièrement virtualisée pour les nouveaux systèmes de production. A Gand, nous n'avons installé cette année pas le moindre nouveau serveur, mais grâce aux techniques de virtualisation, nous pouvons tirer bien davantage profit de notre ancienne infrastructure. L'informatique en nuage publique finira bien par s'imposer, mais je pense alors surtout à des modèles hybrides. Chez TomTom, tout serait à mettre en rapport avec le possible passage du feedback de la communauté vers le nuage par exemple, le partage des dossiers, etc. L'on s'adresse de toute façon à la communauté dans le réseau.

Boîtiers de navigation

La mauvaise période que connaît TomTom vient-elle en partie du fait que le marché des boîtiers de navigation régresse?

DE BACKER: En soi, le boîtier connaît certes des difficultés, mais il n'est pas encore fini. Ce sont surtout les services et les produits dérivés qui importent. TomTom conclut activement des accords pour des modules encastrables avec des sociétés comme Renault, et le logiciel de navigation est disponible depuis peu sur l'iPhone. BlackBerry utilise des cartes numériques de Tele Atlas, et Vodafone va également baser son offre de services sur nos cartes. Je pense que tous les acteurs traditionnels de notre secteur vont passer du rôle de fabricant de matériel et de logiciels vers celui de fournisseur de services. Nos appareils de navigation sont du reste déjà actualisés par l'info-traffic et des choses telles que les données d'emplacement des flashes. Les location based services constituent la prochaine étape.”

Une étape que franchit aussi Google par exemple. Le géant internet marche de plus en plus nettement sur vos plates-bandes. Pensez aux tentatives que l'entreprise entreprend pour offrir le monde en 3D à l'utilisateur final (Google Street View).

DE BACKER: Nous gardons bien entendu Google à l'oeil, mais nous ne pouvons nous focaliser uniquement sur cette entreprise. TomTom doit compter sur ses propres forces. L'entreprise doit être créative et s'occuper de la plus-value qu'elle peut offrir à ses clients. Il n'y a pas que Google qui change de tactique. Nous nous concentrons aujourd'hui pleinement sur l'information en temps réel. Dans les pays voisins, TomTom propose déjà des services permettant d'effectuer une estimation correcte de la durée de déplacement, parce qu'ils ne se basent plus sur les vitesses moyennes, mais sur des données en temps réel. En Belgique, les prix des carburants sont d'ores et déjà transmis en temps réel. C'est avec ce genre de choses que nous pourrions nous distinguer de la concurrence. #