

BUSINESS > BEST PRACTICES > TECHNOLOGY

datanews

MAANDELIJKS (BEHALVE JULI & AUGUSTUS) • AFGIFTEKANTOOR: GENT X P 309 872 • ISSN 1374-4863 • NR 8 • 17 NOVEMBER 2017 • WWW.DATANEWS.BE



CIO OF THE YEAR **BJORN VAN REET**



A black and white photograph of a middle-aged man with short, light-colored hair, smiling warmly at the camera. He is wearing a dark, well-tailored suit jacket over a white dress shirt. His hands are clasped together in his lap. He is seated in a dark, perforated leather theater or cinema seat. The background is dark, suggesting a movie theater interior with rows of seats and overhead lights.

**AND THE
WINNERS
ARE...**

CIO of the Year

Bjorn Van Reet (*Kinepolis Group*) is gekroond tot CIO of the Year. Ook biobakkerij De Trog en het chemiebedrijf Prayon vielen in de prijzen: zij gingen met de felbegeerde Digital Project of the Year award aan de haal. Kristof Van der Stadt



De cio van Kinepolis Group, Bjorn Van Reet, is als tiende CIO of the Year de grote winnaar van deze jubileumeditie van de Data News CIO of the Year. Data News bekroonde dit jaar ook voor de 25ste keer enkele innovatieve ict-projecten. Met de CIO of the Year award wil Data News een cio lauweren voor zijn of haar realisaties. De elementen die meespelen in de keuze zijn visie, strategisch inzicht, leiderschapskwaliteiten en persoonlijkheid. Hij of zij moet er in slagen om it te aligneren met de bedrijfsstrategie, soms ook it als nieuwe *business driver* te positioneren en – wie weet – zelfs de digitale transformatie te bespoedigen.

De redactie van Data News bepaalde de shortlist en schoof dit jaar drie kandidaten naar voor die drie punten gemeen hadden: een lange cio-ervaring bij een eerdere werkgever, relatief nieuw in de huidige cio-rol (1 tot 2 jaar), en volop bezig met een transformatietraject bij de huidige werkgever.

De uiteindelijke winnaar werd bepaald door de lezers van Data News, die online konden stemmen (25 procent van het totaal), en een professionele jury bestaande uit academici, ex-winnaars en it-prominenten (50 procent van het totaal).

Nieuw is dat dit jaar voor het eerst de drie genomineerden op het avondevent in debat gingen, waarna er live gestemd werd. Deze stemmen telden voor de resterende 25 procent van het geheel mee. Sam Lloyd (cio Telenet) behaalde op de avond nipt de meeste voorkeursstemmen, en liet daarmee de andere genomineerden Bjorn Van Reet (cio Kinepolis Group) en Dirk Altgassen (Group cio Etex) achter zich. Maar de eindbalans helt dus wel over in het voordeel van Bjorn Van Reet, die zo de tiende CIO of the Year wordt.

Van Reet is sinds vorig jaar cio bij de Kinepolis Group. Daarvoor bouwde hij al een indrukwekkende carrière op bij Adecco, waar hij van system manager doorgroeide tot uit eindelijk cio van Adecco Group Belgium. Bij Kinepolis moet hij niet alleen de it en de netwerkomgeving stroomlijnen, maar zeker ook

de digitalisering van de aldaar internationale opererende groep uitbreiden en de digitale totaalervaring voor de cinemabezoeker verder verbeteren. Verderop in dit nummer leest u een uitgebreid interview met hem.

DIGITAL PROJECT OF THE YEAR GAAT NAAR DE TROG EN PRAYON

Daarnaast werden ook twee awards uitgereikt voor de interessantste ict-projecten. Voor de projecten is dit al de 25ste editie. Uit de vele inzendingen maakte de Data News redactie een eerste selectie, waarbij acht projecten weerhouden werden. Voor die acht projecten moesten de deelnemers zelf hun case komen verdedigen: 5 tot 10 minuten, gevolgd door een kwartier Q&A met de juryleden.

In het segment met **grote projecten** (met een groot budget, nvdr.) wint **Prayon** met het project P15 Insight. De andere waardevolle genomineerden waren FCR Media (digitale transformatie van het bedrijf), MIVB/STIB (*end-to-end* digitale begeleiding van de reiziger in Brussel), Sigedis met het MyCareer-project en RTBF (SAP-implementatie op de financiële afdeling). Prayon - een wereldleider in fosfaatderivaten - wist te imponeren met een project rond de digitale transformatie van het bedrijf, waarbij data en analytics voortaan in het hart van de bedrijfsstrategie zitten.

Bij de **kleinere projecten** (nogmaals: uitgedrukt in totaalbudget) gaat de award naar **De Trog** met het project BattleQuiz. De Trog liet hiermee andere sterke projecten van de Singel (Salesforce als aansturende motor voor alle processen) en Partena (een project van Moonoia rond handschriftherkenning in doktersbriefjes) achter zich. BattleQuiz is een app die nieuwe of tijdelijke werkkrachten de nodige opleiding geeft. Voor de jury heeft biobakkerij De Trog daarmee een toonvoorbijbeeld van een project dat met een minimaal budget (amper 20.000 euro) toch een maximale impact op de bedrijfsvoering kan realiseren. Op de komende pagina's stellen we de winnende projecten nog uitgebreid aan u voor.❶

De juryleden

Bart Steukers
(Director Agoria ICT)

Benoît Hucq (Membre du comité de gestion l'Agence du Numérique)

Daniel van den Hove (President CIO-Club Wallonie-Bruxelles)

Danielle Jacobs
(Director Bettug)

Dirk Deschoolmeester (Professor Vlerick Management School)

Dirk Van Lindt (Hoogleraar en programmadirecteur KULeuven)

Els Bellens
(Redacteur Data News)

Erik Cuypers
(Voorzitter MIT Club)

Erwin Verstraelen
(Voorzitter CIOforum)

Georges Ataya (Professor Solvay Brussels School)

Herman De Prins (CIO of the Year 2016, CIO UCB)

Jacques Tiberghien
(Professor VUB)

Jacques Vandenbulcke
(Professor KU Leuven)

Jan De Schepper
(President ADM)

Jan Vanthienen (Hoofd Onderzoeksgrond Beleidsinformatica, KU Leuven)

Kristof Van der Stadt
(Hoofdredacteur Data News, voorzitter jury)

Luc Golvers
(Chairman BELCLIV)

Marc Vael (President Isaca)

Paul Danneels (Voorzitter CIONET Belgium)

Peter Bal (CIO of the Year 2015, CIO Wabco)

Steven De Haes (Professor of Information Systems Management, UA)

Tony Mary (TM Consulting)

Veerle Lozie (CIO of the Year 2014, CIO Melexis)

“Ik word niet warm van het aantal IT'ers dat ik in huis heb. Wel van de meerwaarde die ze betekenen.”

Bjorn Van Reet is CIO of the Year 2017. Sinds een jaar versterkt hij het digitale traject van Kinépolis, maar hij vertoefde voor zijn ICT-studies al even in Hollywood. Ambitie? U de beste digitale bioscoopervaring geven, en intussen genieten van de rit. “Ik ben vooral heel dankbaar om wat ik mag doen.” Pieterjan Van Leemputten

De overwinning verdient Bjorn Van Reet niet enkel om zijn jaar bij Kinépolis, maar ook om zijn omvangrijke traject bij Adecco, waar hij zowel binnen België als internationaal de infrastructuur op kruissnelheid bracht. Als we hem vragen naar zijn favoriete film, Bad Boys, dan is dat omdat hij die destijds in de VS heeft gezien.

Bjorn Van Reet: “Eigenlijk was ik niet

de wereldwijde ict-transformatie te leiden (vanuit Zürich), een project dat impact had op de 1.100 ict-medewerkers van de Adecco groep. Nadien leidde hij het Noord-Europese ict-departement om vervolgens weer te focussen op België. “Dat was een leuk, maar hels jaar. Je leidt een it-afdeling, trekt een heel digitaal huis op, en intussen keek de groep naar overnames en werd ik ook general manager van Modis (de

ben de ambitie om nog meer te groeien. En dan is er nog het merk zelf, waar we nog zoveel kunnen doen met de *customer journey*. Ik word niet warm van het aantal it'ers dat ik in huis heb. Wel van de meerwaarde die we met dat team voor onze klanten kunnen betekenen.

Hoe moeten we ons it operations binnen de filmgroep voorstellen?

BJORN VAN REET: We hebben een partner ecosysteem. De *core knowledge* houden we intern, maar we omringen ons met strategische partners. Er is ook pas iemand aangenomen om dat ecosysteem op orde te houden. We hebben partners die roll-outs doen, onze datacentra of virtual desktops beheren enzovoort. Zo willen we schaalbaar en flexibel zijn.

Een van onze partners is Nutanix. Wel, als we morgen moeten schalen, dan bellen we hen en zorgen zij voor extra bouwstenen. Maar we werken ook samen met Intigriti (het ethical hacking platform van de Cronos groep) en die bieden ook wat we zoeken: hackers die continu naar je omgeving kijken.

Ontdekt u zo veel cyberrisico's?

BJORN VAN REET: Vooral op systemen waar we het niet hadden verwacht. We betalen hackers per case en we maken ook een onderscheid: kunnen ze aan klantgegevens, hebben ze toegang tot de web servers en kunnen ze content veranderen? We hebben nu ook iemand van Intigriti twee dagen per week aangenomen die zich op die claims focust. Security is nu eenmaal

“Liever weinig data die goed in je businessprocessen passen dan een bom van data die je zelf niet meer begrijpt”

de beste student. Mijn wiskundige knobel was wel goed, maar mijn Engels moest beter. Daarom hebben mijn ouders me naar de VS gestuurd waar ik een paar maanden in het noorden van Hollywood verbleef. De man waar ik toen bij woonde, werkte in de filmsector en zo mocht ik een paar keer mee naar een filmset, dat was toen mijn *American dream*.

Nadien werkte Van Reet zijn ict-studies af en begon hij bij Inventive Designers. Volgde nog: de Cronos groep, waar hij eerst intern en nadien extern (via de Uptime groep) werd ingezet. Zo belandde hij als consultant bij Adecco, waar hij na een jaar in huis werd gehaald. Het parcours dat volgt is stevig: eerst als Belgische cio, nadien voor de Benelux, om daarna mee

Adecco-dochter gespecialiseerd in it-profielen, nvdr.) dat met groeiijfers van +40 procent ook stevig begon te vliegen.”

Van Reet: “Dan was het op een gegeven moment kiezen: je it-afdeling of Modis leiden. Ik heb toen voor het eerste gekozen, al heb ik ze kort nadien beiden moeten laten gaan toen ik naar Kinépolis trok.”

Van 1.100 mensen naar 25 bij Kinépolis, is uw scope dan kleiner?

BJORN VAN REET: Eerder efficiënter. Het enorme voordeel bij Kinépolis is dat als je dingen wil veranderen, dan kan dat. We groeien snel: momenteel hebben we 48 bioscoopcomplexen in 7 landen, daar komen er nog eens 44 bij met de overname van Landmark Cinemas in Canada, en we heb-



één van de nieuwe uitdagingen van onze snel veranderende wereld van vandaag.

Kinepolis is blij dat er hackers langskomen?

BJORN VAN REET: Goh, het maakt ons heel scherp en er komen altijd heel goede discussies en lessen uit. Intussen hebben we ook een hackathon gehouden met 45 cybersecurity studenten van Howest en daar zijn enkele prachtige cases uitgekomen. Honderd procent veilig bestaat natuurlijk niet, maar met zo'n dingen blijven we ons wel verbeteren.

Technologie zorgt er voor dat mensen een deel van de cinema-ervaring thuis kunnen beleven. Hoe krijgt technologie ze terug naar de zalen?

BJORN VAN REET: Beleving. We staan voor een leuk avondje uit en dan is onze concurrent vooral een terrasje bij mooi weer. Daarnaast zetten we in op kwaliteit: comfortabele stoelen, beenruimte, grote schermen en ons surroundsysteem. Ik wil gerust de competitie met de thuisbioscopen aan gaan, in sommige zalen zitten tot zestig

speakers. Afgelopen jaar hebben we een eerste IMAX-scherm in gebruik genomen. Dat beeld in combinatie met *immersive* geluid: kijk zo naar Star Wars en je zit *in* de film.

Vanaf december komen ook de eerste 4D-zalen: stoelen die bewegen, waar water, geur en extra belichting de ervaring moet vergroten op het moment zelf. Tot slot focussen we ook op b2b-events, zo'n 1.200 per jaar enkel in België al.

Het zit vaak in details, dingen net een tikeltje straffer maken. Voor IMAX werken we met twee laserprojectoren en ook dat geeft een veel betere kwaliteit. En die kwaliteit went heel snel, zet het naast een film van 2002 en je zou buitenlopen.

Heeft een digitale filmprojector ook invloed op de werking van een bioscoop?

BJORN VAN REET: Je kan vandaag makkelijker een film in meerdere zalen tonen. Maar je kan ook *last minute* van zaal wisselen als er veel kijkers zijn. We proberen die zaken zo optimaal mogelijk uit te voeren.

In welke technologie ziet u nog brood, excuseer, popcorn?

BJORN VAN REET: Ik ben enorm gepassioneerd door robotisering en artificiële intelligentie. Maar *show me the money*. Idem met Big Data, het is een mooi woord waar je alles en niets mee koopt. Dan heb ik liever weinig data die goed in je businessprocessen passen dan een bom van data die je zelf niet meer begrijpt.

Kijkt u naar klantgegevens?

BJORN VAN REET: Natuurlijk. Als we weten welke films je kijkt, dan kunnen we je ook beter adviseren. Hetzelfde geldt voor trailers en de shops waar we popcorn verkopen. De kracht van Kinepolis zit hem er in dat we als Belgen dat proces enorm goed beheersen. Bij de shops spelen *business intelligence*, data en *analytics* mee. We doen slimme voorspellingen en stellen de voorrading van onze shops er op af.

En naar andere innovaties om Kinepolis uit te breiden?

CIO of the Year

BJORN VAN REET: Innoveren is niet moeilijk, maar vanuit innovatie *business value* creëren is dat wel. Dat is me in mijn eerste jaar hier ook bijgebleven: alles in vraag stellen en zorgen dat je waarde creëert. We gaan geen projecten opstarten om wat met technologie te spelen. Er zal misschien een moment komen dat we robots inzetten. Maar is er op dit moment nood aan een robot die je naar je plaats wijst? Nee, mensen vinden hun plaats wel. Ook de huidige verkoopkiosken vervangen door een rondrijdende robot heeft op dit moment weinig waarde.

Geen 'robot-only' bioscoopcomplex in het vooruitzicht dus?

BJORN VAN REET: We moeten technologie gebruiken waarvoor het bestemd is. Een robot moet onze processen optimaliseren en automatiseren. Maar hij gaat niet de vriendelijkheid van een mens vervangen.

De jury loofde u als CIO of the Year onder meer voor uw ervaring met digitale transformatie. Wat moet er nog gebeuren bij Kinepolis op dat vlak?

BJORN VAN REET: Ik hoop vooral dat een klant ons logo associeert met een digitale ervaring. Het moet *digital embraced* zijn. Je wil niet inbreken in hun wereld, maar wel begleiden in hun ervaring. We handelen naar wat Peter Hinssen zegt: *today, tomorrow en de day after tomorrow*.

Vandaag zijn dat digitale voorzieningen, zoals wifi in onze zalen. Dat past in een betere cinemabeleving en in de interactie met je Kinepolis-account. Maar we bereiden ons ook voor op de GDPR. We gebruiken onze data conservatief, enkel voor eigen doeleinden, niet om ze door te verkopen. Daarnaast zetten we sterk in op de vereenvoudiging en standaardisering van onze IT en kijken we welke partners ons kunnen helpen.

Voor 'morgen' willen we investeren om onze webplatformen performanter te maken, maar ook zo de ticketverkoop beïnvloeden door de juiste films op het juiste moment te tonen of te promoten. We willen top zijn in e-commerce en uiteraard willen we nog meer inspelen op data en analytics.

Lukt dat goed? Want niet iedereen koopt online en van een online klant weet u niet welke popcorn hij wil?

BJORN VAN REET: Vandaag verkopen we 60 procent in het complex en 40 procent online.



BJORN VAN REET

- CIO Kinepolis
- 40 jaar
- Smartphone: iPhone 7
- Favoriete film: Bad Boys
- Werkte eerder voor
Inventive Designers (2000-2001)
Cronos/Uptime Group (2001-2003)
Adecco/Modis (2002-2016)

Van de online kopers hebben we klantgevens en in sommige complexen kunnen we linken naar wat ze in de shop kopen. Dat wil zeggen dat we op termijn bij aankoop van je ticket kunnen suggereren om meteen je favoriete snack bij te bestellen. Vandaag kan je in Antwerpen zo al een *cosy seat deluxe* (luxezetels met een apart tafeltje, nvdr.) boeken en je drank en popcorn op voorhand bestellen en afhalen aan een aparte VIP-balie.

Hoeveel uitbreiding zit daar nog op? Eens de app een film en popcorn suggereert.

BJORN VAN REET: Je zou, maar nu speculeer ik, bijvoorbeeld ook een tafeltje bij een restaurant aan het bioscoopcomplex kunnen boeken. We zien het nu al dat er om 18 u niemand aan tafel zit en om 18.30 u zit het restaurant vol, maar die mensen willen al lemaal buiten zijn voor hun film beginnt.

dus zit je met een stevige piek. Daar kan je in een digitaal proces veel beter rekening mee houden.

Vandaag doen we dat al in onze complexen. De films beginnen op verschillende tijdstippen zodat we de *load* spreiden over een langere periode en in onze shops meer mensen over een langere piek kunnen bedienen.

Kinepolis is een heel andere business dan uw vorige werkgevers. Welke ervaring uit het verleden komt nu van pas?

BJORN VAN REET: Internationaal zaken doen. Ik heb bij Inventive Designers en Cronos vooral in België gewerkt maar bij Adecco werd het zeer internationaal en dat helpt me nu wel. Er is altijd een cultureel aspect en dat is ontzettend belangrijk. Zelfs in een hoogtechnologische wereld, waar je in een handomdraai de cloud inzet, maken mensen het verschil in wat je doet en met wie. Destijds leiding geven op internationaal niveau heeft me gebracht tot waar ik nu ben.

U bent C-level op uw 40ste in een carrière vol it. Is er nog een andere job waar u voor zou tekenen?

BJORN VAN REET: Ik volg mijn hart en ik doe wat ik graag doe. Maar ik ben heel vereerd dat ik voor Kinepolis popcorn en cinema-tickets mag verkopen. Mijn parcours is wie ik ben, maar mijn volgende stap is in de eerste plaats met Kinepolis mooie dingen doen. Dit is een heel fijne sector en ik amuseer me elke dag, dus als ik alles mocht overdoen dan zat ik hier opnieuw.

En zelf een bedrijf leiden?

BJORN VAN REET: *Never say never*. Maar momenteel leer ik zelf nog enorm veel bij van onze CEO, Eddy Duquenne. Ik denk niet dat ik er nu klaar voor zou zijn. Mijn passie ligt bij innovatie en digitalisering en ik denk dat ik het hier de komende jaren nog enorm naar mijn zin zal hebben om de digitale ervaring te verhogen.

Bjorn Van Reet is een tevreden man?

BJORN VAN REET: Ik ben vooral heel dankbaar om wat ik mag doen. Maar ook om wat ik van mijn ouders heb meegekregen. De kans om te kunnen studeren, wat niet iedereen heeft. Ook de mensen met wie ik mag samenwerken, mijn vrouw die alle dagen achter mij staat, mijn gezin. Dat maakt me dankbaar dat ik dit allemaal mag doen.❶

BUSINESS > BEST PRACTICES > TECHNOLOGY

datanews

MENSUEL (SAUF JUILLET & AOÛT) • BUREAU DE DÉPÔT: GENT X P 309 872 • ISSN 1374-4863 • N° 8 • 17 NOVEMBRE 2017 • WWW.DATANEWS.BE



CIO OF THE YEAR **BJORN VAN REET**



A black and white photograph of a middle-aged man with short, light-colored hair, smiling warmly at the camera. He is wearing a dark, well-tailored suit jacket over a white dress shirt. His hands are clasped together in his lap. He is seated in a dark, perforated leather theater or cinema seat. The background is dark, suggesting a movie theater interior with rows of seats and overhead lights.

**AND THE
WINNERS
ARE...**

Bjorn Van Reet (Kinépolis Group) a été élu au titre de CIO of the Year. De même, la boulangerie bio De Trog et l'entreprise chimique Prayon se sont vues décerner le titre convoité de Digital Project of the Year. Kristof Van der Stadt

Le CIO de Kinépolis Group, Bjorn Van Reet, est le grand vainqueur de cette édition anniversaire du Data News CIO of the Year. C'est en effet la 25^e fois que Data News organise cet événement du CIO de l'Année qui couronne les projets ICT les plus innovants. Par cet award du CIO de l'Année, Data News entend récompenser un CIO qui s'est distingué par ses réalisations. Les critères pris en compte dans le choix sont la vision, la stratégie, les qualités de leadership et la personnalité. Elle ou il doit être parvenu(e) à aligner l'IT sur la stratégie d'entreprise, voire à positionner l'IT comme un *business driver* et – qui sait – même accélérer la transformation numérique.

La rédaction de Data News avait établi une shortlist et proposait cette année 3 candidats ayant des similarités sur 3 points: une solide expérience comme CIO auprès de leur employeur précédent, une nomination récente au poste actuel de CIO (1 à 2 ans) et une implication directe dans un processus de transformation chez leur employeur actuel. Le vainqueur final a été choisi par les lecteurs de Data News lors d'un vote en ligne (25% du total) et par le jury professionnel composé d'universitaires, d'ex-lauréats et de personnalités IT (50% du total).

Nouveauté cette année: pour la première fois, les trois nominés ont participé durant la soirée de gala à un débat au cours duquel le public a été invité à voter. Ces votes interviennent pour les derniers 25% du vote. Sam Lloyd (CIO de Telenet) a obtenu de justesse le plus grand nombre de voix de préférence, devançant ainsi les deux autres nominés, à savoir Bjorn Van Reet (CIO de Kinépolis Group) et Dirk Altgassen (Group CIO d'Etex). Mais au final, la balance a penché en faveur de Bjorn Van Reet qui devient donc le 10^e CIO of the Year.

Van Reet a été nommé voici un an CIO du Kinépolis Group. Il peut faire valoir une carrière impressionnante chez Adecco où il a commencé comme system manager avant d'être finalement promu CIO d'Adecco Group Belgium. Chez Kinépolis, il est chargé non seulement de rationaliser l'IT et l'environnement réseau, mais aussi et surtout de poursuivre la

numérisation en cours au sein d'un groupe toujours plus international ainsi que d'améliorer encore l'expérience numérique totale des spectateurs des cinémas. Vous retrouverez plus avant dans ces pages une interview complète de Bjorn Van Reet.

LE DIGITAL PROJECT OF THE YEAR REMIS À DE TROG ET PRAYON

Par ailleurs, deux awards ont été décernés pour les projets ICT les plus intéressants. Au niveau des projets, Data News en est déjà à sa 25^e édition. Parmi les nombreux envois, la rédaction de Data News a effectué une première sélection pour retenir 8 projets. Sur ces 8 projets, les participants devaient défendre en personne leur dossier, soit 5 à 10 minutes de présentation, suivie de 15 minutes de Q&R face au jury.

Dans la catégorie **des grands projets** (grands par l'importance du budget), **Prayon** l'a emporté avec son projet P15 Insight. Les autres nominés retenus étaient FCR Media (transformation numérique de l'entreprise), la STIB (accompagnement numérique de bout en bout du voyageur à Bruxelles), Sigedi avec son projet MyCareer et la RTBf (implémentation SAP au département financier). Prayon – leader mondial des dérivés phosphatiques – s'est imposé grâce à un trajet de transformation numérique dans lequel les données et l'analytique sont au cœur même de la stratégie d'entreprise.

Au niveau **des plus petits projets** (à nouveau en termes de budget), l'award a été décerné à **De Trog** pour son projet BattleQuiz. De Trog s'est imposé face aux projets intéressants de deSingel (Salesforce comme locomotive de l'ensemble des processus), et Partena (projet Moonia de reconnaissance de signature sur des attestations médicales). BattleQuiz est une appli de formation à l'intention des nouveaux collaborateurs fixes et temporaires. Pour le jury, la boulangerie bio De Trog fait ainsi office d'exemple type de projet réalisé avec un budget minimal (à peine 20.000 €) tout en ayant un impact maximal sur la gestion d'entreprise. Nous vous présenterons en détail les projets lauréats dans les pages suivantes.❶

Les membres du jury

Bart Steukers
(Directeur d'Agoria ICT)

Benoît Hucq (Membre du comité de gestion de l'Agence du Numérique)

Daniel van den Hove (Président du CIO-Club Wallonie-Bruxelles (CfDTN))

Danielle Jacobs
(Directrice de Beltug)

Dirk Deschoolmeester (Professeur à la Vlerick Management School)

Dirk Van Lindt
(Professeur et directeur de programme à la KU Leuven)

Els Bellens
(Rédactrice de Data News)

Erik Cuypers
(Président du MIT Club)

Erwin Verstraeten
(Président du CIOforum)

Georges Ataya (Professeur à la Solvay Brussels School)

Herman De Prins (CIO of the Year 2016, CIO d'UCB)

Jacques Tiberghien
(Professeur à la VUB)

Jacques Vandenbulcke
(Professeur à la KU Leuven)

Jan De Schepper
(Président d'ADM)

Jan Vanthienen (Directeur du groupoe de recherche Informatique de gestion à la KU Leuven)

Kristof Van der Stadt (Rédacteur en chef de Data News, président du jury)

Luc Govers
(Président du CLUSIB)

Marc Vael (Président d'Isaca)

Paul Danneels (Président du CIONET Belgium)

Peter Bal (CIO of the Year 2015, CIO de Wabco)

Steven De Haes (Professor of Information Systems Management à l'UVA)

Tony Mary (TM Consulting)

Veerle Lozie (CIO of the Year 2014, CIO de Melexis)



« Je ne suis pas particulièrement fier du nombre d'informaticiens que j'emploie. Mais bien de leur valeur ajoutée »

Bjorn Van Reet est le CIO of the Year 2017. Depuis un an, il est en charge chez Kinepolis du projet numérique, même s'il a vécu quelque temps à Hollywood avant ses études d'informatique. Son ambition ? Offrir au spectateur la meilleure expérience numérique du cinéma et profiter entre-temps du trajet. « J'apprécie particulièrement d'avoir pu réaliser mes projets. » Pieterjan Van Leemputten

Le titre décroché par Bjorn Van Reet ne s'explique pas uniquement par sa réussite chez Kinepolis, mais aussi ses réalisations majeures chez Adecco où il est parvenu à faire tourner à vitesse de croisière tant l'infrastructure IT belge qu'internationale. Si nous l'interrogeons sur son film favori, Bad Boys, c'est parce qu'il l'avait vu en son temps aux Etats-Unis

BJORN VAN REET: En réalité, je n'étais pas le meilleur de la classe. J'avais certes la bosse des

gique, puis pour le Benelux et ensuite en charge de la transformation ICT à l'échelle mondiale (au départ de Zürich), un projet impactant 1.100 informaticiens au sein du groupe Adecco. Par la suite, il dirige le département ICT pour l'Europe du Nord avant de se recentrer à nouveau sur la Belgique. « Ce fut une année agréable, mais infernale que de diriger un département ICT et de mettre sur pied toute une organisation numérique. »

complexes cinématographiques dans 7 pays et nous y ajouterons 44 avec la reprise de Landmark Cinemas au Canada, alors que notre ambition est de croître encore davantage. Sans oublier la marque elle-même et la capacité à améliorer encore et toujours le customer journey. Je ne suis pas particulièrement fier du nombre d'informaticiens que j'emploie. Mais bien de leur valeur ajoutée qu'apporte l'équipe pour nos clients.

Que représentent les IT operations au sein du groupe cinématographique ?

BJORN VAN REET: Nous disposons d'un écosystème de partenaires. Nous conservons en interne la connaissance de base, mais nous nous entourons de partenaires stratégiques. J'ajoute que nous venons d'engager une personne chargée de la gestion de cet écosystème. Nous confions à des partenaires les déploiements, la gestion de nos datacenters, la gestion des bureaux virtuels, etc. Nous entendons être le plus évolutif et le plus flexible possible.

L'un de nos partenaires est Nutanix: si nous devons ajouter demain de la capacité, nous les appelons et ils nous fournissent des éléments supplémentaires. Mais nous collaborons aussi avec Intigriti [la plate-forme de piratage éthique du groupe Cronos, *NDLR*] pour faire ce que nous voulons: pirater en continu notre environnement.

Déetectez-vous ainsi de nombreux cyber-risques ?

BJORN VAN REET: Oui, surtout sur des systèmes que nous n'attendions pas. Nous rémunérons les pirates à la faille et faisons également une différence pour savoir si ces pirates peuvent

« Mieux vaut avoir peu de données, mais qui sont bien intégrées dans les processus métier qu'une montagne de données que personne ne maîtrise. »

maths, mais mon anglais n'était pas parfait. C'est pourquoi mes parents m'ont alors envoyé aux Etats-Unis où j'ai séjourné durant quelques mois dans le nord de Hollywood. La personne qui me logeait alors travaillait dans le secteur cinématographique et il m'a emmené à plusieurs reprises voir une représentation. Pour moi, c'était alors le rêve américain.

Par la suite, Van Reet termine ses études d'informatique et commence sa carrière chez Inventive Designers. Ensuite, il rejoint le groupe Cronos, d'abord comme salarié puis comme externe (via le groupe Cronos). C'est ainsi qu'il entre comme consultant chez Adecco où il sera engagé après un an. Par la suite, sa carrière prend une autre dimension: d'abord comme CIO pour la Bel-

D'autant qu'entre-temps, le groupe s'était lancé dans différents rachats, de sorte que je devins aussi directeur général de Modis, la filiale d'Adecco spécialisée en profils IT qui commençait également à décoller avec des croissances de plus de 40%.

Van Reet: « A un certain moment, il a fallu choisir: diriger le département IT ou Modis. J'ai alors opté pour la première solution, même si j'ai finalement dû tout laisser tomber avec mon départ pour Kinepolis. »

Passer de 1.100 personnes à 25 chez Kinepolis, n'est-ce pas réduire son champ de manœuvre ?

BJORN VAN REET: Plutôt améliorer l'efficacité. Lénorme avantage de Kinepolis est de pouvoir y changer les choses. Notre croissance est énorme: pour l'instant, nous gérons 48



accéder aux données de nos clients, aux serveurs Web ou s'ils peuvent modifier un quelconque contenu. Nous pouvons désormais compter sur une personne d'Integriti 2 jours par semaine qui se concentre sur les plaintes. Clairement, la sécurité est l'un des défis majeurs dans ce monde en rapide évolution.

Kinepolis est contente de recruter des pirates ?

BJORN VAN REET: Evidemment, nous sommes ainsi plus alertes et leur présence suscite des discussions animées dont nous tirons les leçons. Entre-temps, nous avons aussi organisé un hackathon avec 45 étudiants en cybersécurité de Howest, ce qui a permis d'imaginer de très beaux cas pratiques. La sécurité à 100% n'existe évidemment pas, mais de telles initiatives nous permettent de continuer à nous améliorer.

La technologie permet à l'individu de vivre une partie de l'expérience cinématographique à la maison. Comment la technologie peut-elle le faire revenir dans les salles ?

BJORN VAN REET: L'expérience. Lorsqu'une belle soirée s'annonce, notre principal concurrent est la terrasse par beau temps. Par ailleurs, nous misons sur la qualité: sièges confortables, de la place pour les jambes, de grands écrans et notre système surround. Nous ne craignons pas la concurrence du home ci-

nema sachant que certaines de nos salles comptent jusqu'à 60 diffuseurs. L'an dernier, nous avons inauguré notre premier écran IMAX. L'image combinée au son immersif: c'est ainsi qu'il faut regarder Star Wars pour être vraiment dans le film.

A partir de décembre, nous ouvrirons aussi nos premières salles 4D avec des sièges qui bougent tandis que l'eau, les odeurs et un éclairage spécifique doivent améliorer l'expérience sur le moment même. Enfin, nous nous focalisons sur les événements B2B, soit quelque 1.200 soirées par un rien qu'en Belgique.

Souvent, c'est le détail qui fait la différence, qui rend l'expérience plus forte encore. Pour l'IMAX, nous travaillons avec 2 projecteurs laser, ce qui donne une qualité nettement meilleure. Et le spectateur s'habite très vite à cette qualité car si on la compare à celle d'un film de 2002, le client ne l'accepterait plus.

Le projecteur cinématographique numérique impacte-t-il le fonctionnement d'un cinéma ?

BJORN VAN REET: Aujourd'hui, il est plus facile de projeter un film dans plusieurs salles. Mais il est aussi possible de changer de salle en dernière minute si le nombre de spectateurs est plus élevé que prévu. Nous essayons ainsi d'optimiser la gestion de nos infrastructures.

Quelles technologies considérez-vous comme vraiment porteuses ?

BJORN VAN REET: Je suis extrêmement passionné par la robotique et l'IA. Reste à en connaître la rentabilité finale. Idem pour les big data. C'est un beau concept, mais que recouvre-t-il vraiment? Dans ce cas, je préfère avoir peu de données, mais qui sont bien intégrées dans les processus métier qu'une montagne de données que personne ne maîtrise.

Analysez-vous vos données clients ?

BJORN VAN REET: Evidemment: lorsque nous savons quels films vous regardez, nous pouvons mieux vous conseiller. Il en va de même pour les échoppes où nous vendons du pop-corn. La force de Kinepolis est notre capacité en tant que Belges à maîtriser parfaitement ce processus. Dans nos magasins, le décisionnel, les données et l'analytique ont pleinement leur place. Nous faisons des prévisions intelligentes qui servent de base à l'approvisionnement de nos magasins.

D'autres innovations encore pour étendre Kinepolis ?

BJORN VAN REET: Innover n'est pas compliqué, mais générer de la valeur métier à partir de l'innovation est plus difficile. Ce constat m'est apparu clairement durant ma première année ici: tout remettre en question et chercher à

CIO of the Year

créer de la valeur. Nous n'allons pas lancer un projet pour jouer avec de la technologie. Il viendra peut-être un temps où nous utiliserons des robots. Mais a-t-on vraiment besoin aujourd'hui d'un robot qui vous guide vers votre place? Non, les gens vont s'asseoir eux-mêmes. De même, remplacer les actuels kiosques de vente par des robots mobiles n'a pour l'instant encore que peu de valeur.

Pas question donc pour l'instant de complexe cinématographique géré uniquement par des robots.

BJORN VAN REET: Nous devons utiliser la technologie ce pour quoi elle est destinée. Un robot doit servir à optimiser et à automatiser nos processus, pas à remplacer la convivialité de l'homme.

Le jury vous a élu CIO of the Year notamment pour votre expérience en transformation numérique. Quels sont les projets futurs de Kinepolis dans ce domaine ?

BJORN VAN REET: J'espère surtout qu'un client associera notre logo à une expérience numérique. Notre approche doit être de type digital embraced. Il ne faut pas s'imposer dans le monde du client, mais l'accompagner dans son expérience. Nous partageons ce que Peter appelle le 'today, tomorrow and the day after tomorrow'.

Aujourd'hui, il s'agit de fonctions numériques, comme le Wi-Fi dans nos salles. Celui-ci s'inscrit aujourd'hui dans une meilleure expérience du cinéma et dans l'interaction avec votre compte Kinepolis. Mais nous nous préparons aussi au RGPD. Nous utilisons les données de manière conservatrice, à savoir uniquement à nos propres fins, sans les vendre. Par ailleurs, nous misons sur la simplification et la standardisation de notre IT et regardons quels types de partenaires pourraient nous aider.

Et demain, nous voulons investir pour rendre nos plates-formes Web plus performantes, mais aussi impacter sur la vente de tickets en proposant les bons films au bon moment. Nous voulons être leaders en e-commerce et évidemment exploiter les big data et l'analytique.

Comment y parvenez-vous, sachant que tout le monde n'achète pas en ligne et que vous ne savez pas si un client en ligne achète aussi du popcorn.

BJORN VAN REET: Aujourd'hui, nous vendons 60% dans le complexe et 40% en ligne. Au niveau des acheteurs en ligne, nous connaissons leurs données et dans certains complexes, nous pouvons associer leur profil à ce qu'ils



BJORN VAN REET

- CIO Kinepolis
- 40 ans
- Smartphone : iPhone 7
- Film favori : Bad Boys
- A travaillé précédemment pour :
 - Inventive Designers (2000-2001)
 - Cronos/Uptime Group (2001-2003)
 - Adecco/Modis (2002-2016)

achètent dans nos boutiques. Cela veut dire qu'à terme, nous pourrons suggérer au client lors de l'achat de son ticket de réserver aussi directement son snack favori. A Anvers, il est aujourd'hui déjà possible de réserver un cosy seat deluxe [des sièges luxueux avec une table séparée, *NDLR*] en commandant à l'avance sa boisson et ses popcorns qui peuvent être retirés à un comptoir VIP dédié.

Quelles évolutions envisagez-vous encore ? Suggérer un film et des popcorns au départ d'une appli ?

BJORN VAN REET: Il serait possible, mais j'anticipe ici, de réserver par exemple une table dans un restaurant lors de l'achat d'un billet. C'est ainsi que nous constatons aujourd'hui qu'il n'y a personne à table à 18h, puis que le restaurant est plein à 18h30, sachant que ces personnes veulent avoir terminé de manger pour voir leur film. On se retrouve donc face à un sérieux pic qu'un processus numérique pourrait sans doute permettre de beaucoup mieux gérer.

Aujourd'hui, nous le faisons déjà dans certains complexes puisque les films com-

mencent à des heures différentes, ce qui répartit le pic sur une période plus longue, tandis que nos boutiques peuvent servir un plus grand nombre de clients dans un délai plus grand.

Kinepolis est un tout autre métier que celui que vous avez connu chez vos employeurs précédents. Quelle expérience du passé pouvez-vous mettre à profit maintenant ?

BJORN VAN REET: Travailler à l'international. Chez Inventive Designers et Cronos, j'ai surtout travaillé en Belgique, mais chez Adecco, ma fonction était très internationale, ce qui m'aide aujourd'hui. Il y a toujours un aspect culturel qui se révèle extrêmement important. Même dans un secteur hautement technologique où l'on migre vers le cloud en un tournemain, ce sont les gens qui font la différence. Occuper à l'époque une fonction internationale m'a permis d'être où j'en suis maintenant.

Vous atteignez le niveau C à vos 40 ans dans une carrière IT. Y a-t-il un autre poste auquel vous voudriez accéder ?

BJORN VAN REET: Je suis mon cœur et j'aime mon travail. Et je suis très fier de pouvoir vendre des popcorns et des tickets de cinéma pour Kinepolis. Mon parcours reflète ma personnalité, mais l'étape suivante sera par priorité de continuer à faire de belles choses pour Kinepolis. Il s'agit d'un secteur très agréable et je m'y amuse chaque jour. Dès lors, s'il fallait le refaire, ce serait sans hésiter.

Et diriger votre propre société ?

BJORN VAN REET: Il ne faut jamais dire jamais. Mais pour l'instant, je continue à apprendre énormément auprès de notre CEO Eddy Duquenne. Je ne pense pas être prêt. L'innovation et le numérique sont ma passion et je pense que dans les prochaines années, je pourrai encore faire pas mal de choses pour augmenter encore l'expérience numérique des clients.

Bjorn Van Reet est donc un homme heureux ?

BJORN VAN REET: Je suis surtout très reconnaissant d'avoir pu réaliser ce que j'ai fait. Mais aussi de ce que j'ai reçu de mes parents. La chance de pouvoir faire des études, ce que tout le monde n'a pas. Sans oublier les personnes avec lesquelles je collabore, ma femme qui est en permanence à mes côtés, ma famille. Je les remercie de ce que je suis aujourd'hui.❶