

## DOSSIER GENOMINEERDE



**Wim Jansen**  
**Managing Director JC Decaux**  
BE0401.841.603

*Organised by:*



*With the support of:*



*Media sponsors:*



## 1. OPMERKINGEN, opvolging van het CONTACT

Volledig dossier.

## 2. SOLLICITATIEDOSSIER

### PERSOONLIJKE OMSCHRIJVING

**Naam:** Jansen

**Voornaam:** Wim

**Functie:** Gedelegeerd bestuurder / Managing director (Nr1 Belux)

**Maatschappij:** JC Decaux België & Luxemburg

**Adres:** Groendreef 50 - 1000 Brussel

**Telefoon:** 02/274 11 31

**Telefax:** 02/274 11 04

**GSM:** 0475/28 72 89

**Internet:** www.jcdecaux.be

**Pers. e-mail:** wim.jansen1971@gmail.com

**Prof. e-mail:** wim.jansen@jcdecaux.be

**Directe tel.:** 02/274 11 20

**Privé adres:** Jan Boedtsstraat 25A - 3120 Tremelo

**Directie assistente:** Marjorie Langhendries

**Nationaliteit:** Belg

**Geboortedatum:** 28/05/1971

**Talenkennis:** NL – FR – ENG – D

**Opleiding:** Bedrijfsmanagement Marketing (HOBUE), EMBA INSEAD Fontainebleau

**Loopbaan:** Managing Director JCDecaux (3/2006 tot heden) en voordien 5 functies waarvan de laatste als Managing director bij SBS Belgium =TV: Vier & Vijftv (12/1994 – 3/2006) en eerste job bij Peugeot (7/1992 – 12/1994)

**Club(s):** Warande en Oldtimerclub

**Hobby('s):** Doe-het-zelf samen met de kinderen (12 en 14 jaar), aan oldtimers sleutelen, reizen met gezin (16 jaar getrouwd), koersfiets, lezen, alles wat innoverend en een challenge is interesseert me

**Persoonlijke kijk op het zakenleven:** Op een ethisch verantwoorde manier ondernemen en innoveren, om zo aandeelhouderswaarde & tewerkstelling te creëren en garanderen, met respect voor mens en planeet, in al zijn diversiteit. Een nieuwe strategie definiëren is een eerste stap, maar de consequente implementatie van deze strategie door alle geledingen en doorheen de tijd, is de grotere stap en uitdaging van een bedrijf dat performant en innovatief wenst te zijn en te blijven.

Een bedrijf kan enkel excelleren door de juiste mix van talenten aan boord te hebben die werken rond een gedeelde passie. Passie zorgt ervoor dat werk een hobby wordt en je energie geeft.

Het is een evidentie dat we onze verantwoordelijkheid concreet dienen op te nemen op ecologisch vlak, dit is perfect combineerbaar met het behalen van de overige bedrijfsobjectieven.

## DESCRIPTIF ENTREPRISE

**Activiteitssector:** Advertising en City services

**Bedrijfsspecialisatie:** Stadsmeubilair

**Korte historische achtergrond van de onderneming:** JCDecaux werd in 1964 opgericht door de Fransman Jean-Claude Decaux, de uitvinder van het concept van stadsmeubilair gefinancierd door reclame. De eerste stad wereldwijd die gratis werd voorzien van stadsmeubilair gefinancierd door reclame was Lyon. Een nieuw business model was geboren, dat van door reclame gefinancierde producten en diensten aan steden.

In 1966 werd het eerste buitenlandse filiaal geopend in België. Sindsdien bleef JCDecaux zich verder geografisch uitbreiden, eerst in Europa, vervolgens in alle andere continenten om zo uit te groeien tot wereldwijd Nr 1 bedrijf in deze activiteit, groter dan haar voornaamste (Amerikaanse) concurrenten.

Vandaag biedt JCDecaux België producten (bushokjes, openbare toiletten, openbare fietsen (5000 gele Villo fietsen)vuilbakken, glascontainers) en diensten (wassen, onderhoud, anti vandalisme technieken) en dragen bij tot de financiering en veiligheid voor steden. Voor de privaat/publieke sector bieden we nieuwe inkomstenbronnen vanuit reclame en communicatiemogelijkheden met hun doelpubliek. Bijvoorbeeld door digitale borden en touchscreens in de 69 Brusselse metrostations, stickering van bussen & trams maar ook in Brussels Airport of Charleroi Airport.

### **Zakencijfer:**

2012: 49.200.000 Euro

2013: 43.800.000 Euro

### **Personeel:**

2012: 194

2013: 195

### **Directiecomité:**

CEO: Wim Jansen

CFO: Jérôme Blanchevoye

CIO: Marcel Sporck (IT) en Laurence Blaise (Backoffice)

CMO: Veerle Colin (marketing) CMO en Els Desmedt (sales) CCO

CHRO: Sophie Lepercq

COO: Lionel Blaise

**Missie:** Leveren van hoog kwalitatieve, onderscheidende producten & diensten, voor steden en privaat/publieke actoren die duidelijk meetbare voordelen bieden aan alle stakeholders.

**Visie:** Verhogen van het levenscomfort\* van burgers in publieke omgeving \*\*, gefinancierd door reclame.

(\*) levenscomfort:

veiligheid, properheid, beschutting, informatie, interactie, eenvoudig transport

(\*\*) publieke omgeving:

Steden, luchthavens, metrostations, bussen & trams, grootdistributie

**Waarden:** Waarden die samen gekozen werden:

– Sterke kennis (know how in iedere job)

– Openheid Uitstralen (voor alles & iedereen)

– Respect

– Innovatie

- Regulariteit
- Enthousiasme

**Nieuwe praktijken die bewust gelanceerd werden onder mijn leiding:**

- Strategische seminars & vergaderingen om de typische valkuil te overkomen om te weinig tijd aan strategie te besteden.
- Waarden gezamenlijk intern definiëren en regelmatige communicatie eromtrent zodat die gekend zijn en gedragen worden door ieder en handelend door ieder ernaar.
- Interne communicatie : ten behoeve van de gewenste bedrijfscultuur en voor de cohesie en begrip van ieder. Met als uitdaging de samenstelling van het bedrijf: 60% arbeiders, 40% bedienden, taal 50% FR en 50% NL, en multicultureel naar kleur en religie toe.
- Samenwerking met ondernemingsraad en uitrollen van een crisisplan in 2012 samen met externe vakbonden, goedgekeurd door iedereen en met een verlaging van de salarismassa als gevolg voor meerdere jaren. Ook wijziging van paritair comité voor arbeiders.
- Tevredenheids enquête van personeel, jaarlijks, met actieplan eropvolgend.
- Humaan bedrijf : burn out, operaties, ongevallen, interne evoluties vertikaal en horizontaal.
- Ecologisch verantwoord bedrijf : behalen van ISO 14001 certificaat. Overschakelen naar 100% groene energie voor bedrijf én ook het personeel gesensibiliseerd en de mogelijkheid om over te stappen naar 100% groen met dezelfde leverancier.
- Performant bedrijf: sterk opgeklommen in ranking binnen de groep (nu in top 10 van meer dan 80 landen). Financiële parameters duidelijk gemeten en gestuurd. Controle over: opex, capex, werkkapitaal, stockbeheer, openstaande betalingen (evolutie van 90 dagen naar 30 dagen!)
- Doorgedreven partnership met een externe leverancier waardoor de externe leverancier een investering droeg die onmogelijk door ons kon gedragen worden en in ruil een lange termijn contract/samenwerking.

**Gebruik van nieuwe technologieën:** Installatie van 160 digitale schermen en 70 interactieve informatie touchscreens in de Brusselse Metro, een investering van meer dan 3 miljoen Euro. Volledig geconnecteerd en vanop afstand bestuurbaar. Installatie van 5000 publieke fietsen (Villo) op het Brussels gewest verspreid over meer dan 350 locaties (om de 400 meter ongeveer) en die sinds hun lancering meer dan 8 miljoen keer werden gebruikt. Er werd in totaal 3 miljoen uur op een fiets gezeten. Dit bespaarde 6000 ton CO2 in Brussel. Via de gratis App : "AllBikesNow" kan je in real time alle fietsstations zien alsook het aantal fietsen of parkeerplaatsen voor fietsen dat beschikbaar is per station. Installatie van LED verlichting in een volledig netwerk van panelen met een totale oppervlakte van meer dan 4.000m<sup>2</sup>. De afschaffing hier van papieren affiches met lijm en vervanging door spandoeken die herbruikbaar zijn.