

PHILIPPE DUPONT HERKOZEN TOT VOORZITTER VAN DE VOM

LEREN OM MEER NAAR BUITEN TE KIJKEN

Philippe Dupont is inmiddels twee jaar voorzitter van de VOM: een functie waarin hij in 2010 Fred van der Weij opvolgde, nadat zij eerst een jaar gezamenlijk als duo-voorzitters hadden gefunctioneerd. Tijdens de laatste Algemene Ledenvergadering van de VOM, op 30 oktober bij Euramax in Roermond, werd Dupont voor nog eens drie jaar herkozen, als Vlaamse voorzitter van een Nederlandse vereniging. Hoe kijkt hij terug op de laatste jaren en hoe ziet hij de toekomst?

“Het ‘verenigingsleven’ kost altijd meer tijd dan je vooraf denkt,” is de ervaring die hij de afgelopen jaren meer dan eens bevestigd heeft gezien. “Voor een vereniging als de VOM geldt bovendien ook dat het vakgebied enorm breed is en vele subverenigingen er deel van uitmaken. Dat maakt het complexer voor alle partijen. Voor individuele bedrijven die lid zijn van de VOM is het de vraag bij wie ze moeten zijn. Maak ook voor de overheid is het lastig: die wil graag één aanspreekpunt. De versnippering draagt voor die partijen niet altijd bij aan de duidelijkheid, maar is nu eenmaal gegeven met de reikwijdte van het vakgebied: functionele coatings, decoratieve, levensduurverlengende, nanotechnologie, noem maar op... we praten over zo’n ontzettend breed terrein!” Onder zijn leiding is het streven van de VOM dan ook met name gericht op een verbetering van de effectiviteit en slagkracht. “Hoe meer financiële middelen we hebben, hoe beter we dat kunnen realiseren. Het sa-

menwerken en samengaan met de ‘neven en nichten’ vergroot de kans op schaalvergroting, en daarmee op meer duidelijkheid.” Dupont is daarbij degene die zich concentreert op de strategische visie; meer dan op de dagelijkse gang van verenigingszaken, waarvoor bestuurslid Steef Hardeman primair verantwoordelijk is.

BELEIDSPLAN VOM20XX

Uitgangspunt van die strategische visie is het zogenaamde ‘Beleidsplan VOM 20XX’, waarbij een meer geïntegreerde samenwerking tussen de vakverenigingen binnen de oppervlaktetechniek wordt nastreeft. Aan de hand van zeven speerpunten wordt dit strategisch beleidsplan uitgewerkt. “Momenteel praten we als ‘neven en nichten’ met elkaar, en net als tijdens kabinetsformaties nemen we een ‘radiostilte’ in acht voordat we met een ‘regeerakkoord’ naar buiten komen. We zitten nu dus nog in de overlegkamertjes en in het stadium van de discussieteksten.

Er wordt voortvarend gewerkt, zoveel kan ik wel zeggen...” Toch kan hij al wel wat meer tips van de sluier oplichten, zo blijkt.

BELANGENBEHARTIGING, WET- & REGELGEVING

“Hierbij speelt de trend dat belangenbehartiging steeds complexer wordt. Dit omdat Europese instanties steeds meer verlangen dat vanuit toeleveringsketens geredeneerd wordt. We moeten eerst helder zien te krijgen waarvoor we staan. Vervolgens gaat het om de concrete vertaling: hoe kunnen we beleidsbeïnvloeding handen en voeten geven? Binnen Europa zijn we sterk gehouden aan strenge milieuwetten en andere regelgeving. En terecht, ik denk zelfs dat Europa hierin een voorbeeld voor de wereld is. Uiteindelijk gaat het natuurlijk om de milieubelasting voor de hele wereld... dus ook als allerlei toepassingen buiten Europa worden ondergebracht, moet die mondiale >



VOM-voorzitter Philippe Dupont: "Bij belangenbehartiging voor wet- en regelgeving is de trend dat het steeds complexer wordt. Dit omdat Europese instanties steeds meer verlangen dat vanuit toeleveringsketens geredeneerd wordt."

> dimensie in het oog worden gehouden. Voor de hele wereld zou hetzelfde 'level playing field' moeten gelden. En ten slotte, zoals eerder opgemerkt, zouden wij de technische gesprekspartner voor de overheid moeten zijn, van nationale maar ook internationale overheden. En de leden goed informeren over alles wat we op dit vlak bereiken, uiteraard."

FACILITEREN VAN NETWERKEN

Een tweede speerpunt van het beleidsplan is het faciliteren van netwerken. "Een goed voorbeeld daarvan is ons initiatief VOM Netwerk. De gedachte daarachter is dat veel bedrijven die zelf geen oppervlaktebehandelaar zijn, maar ook overheden, wel vaak met vragen komen over welke oppervlaktebehandeling ze zouden kunnen

laten toepassen. Bedrijven bijvoorbeeld die regelmatig werk uitbesteden dat een oppervlaktebehandeling moet ondergaan, of omdat ze specificaties schrijven waarin ze een keuze moeten maken uit verschillende oppervlaktebehandelingen. Met de informatie van het VOM Netwerk kunnen zij een verantwoorde afweging maken tussen kosten, esthetiek, vormgeving en duurzaamheid... en afhankelijk daarvan kunnen ze er dan zelfs rekening mee houden in de ontwerpfase. Verschillende oppervlaktebehandelingen vereisen immers ander uitgangsmateriaal of andere constructie-eigenschappen!"

KENNISOVERDRACHT

Een traditionele en wezenlijke functie van de VOM is het overdragen van kennis, dat

dan ook een derde speerpunt van beleid is. Vanouds kent de vereniging een rijk aanbod van technische cursussen op het brede terrein van de meest uiteenlopende oppervlaktebehandelingen, voorbehandelingen en wat dies meer zij. Dupont: "Nadat rond 2008 allerlei subsidieregelingen voor opleidingen veranderden, zagen we de cursusdeelnemers teruglopen. Inmiddels zitten we weer bijna op het oude, hoge aanmeldingsniveau. We streven ernaar om in 2013 op rond de 180.000 euro aan cursusomzet uit te komen. Gezien de huidige trend moet dat zeker haalbaar zijn." Naast cursussen die zich inmiddels ruimschoots bewezen hebben, worden bovendien ook nieuwe opleidingen ontwikkeld. Een goed voorbeeld daarvan zijn de huidige nieuwkomers 'Basiskennis

Oppervlaktetechnieken' en een opleiding voor stralen en conserveren van stalen constructies die de VOM begonnen is met de sectorvereniging Metaalconserverings-bedrijven SVMB en Regionaal Opleidings Centrum Savantis. "En verder zijn natuurlijk ook dit vakblad Oppervlaktetechnieken en onze themabijeenkomsten een belangrijke bron van kennisoverdracht!", vult Dupont aan.

MARKTCOMMUNICATIE

"Misschien is marktcommunicatie wel het belangrijkste speerpunt van ons beleidsplan. Ik vind het zelf enorm belangrijk dat oppervlaktebehandelend Nederland vooral z'n imago versterkt! Daar is echt

tweede editie van de eigen vakbeurs Surface een groot succes worden genoemd. "Ja, daar zijn we inderdaad heel blij mee en tevreden over. De beurs kende in alle opzichten een toename ten opzichte van de editie 2010: de helft meer bezoekers, meer vloeroppervlakte én meer exposanten. Ook wat betreft het ledental van de VOM is de neergaande spiraal omgebogen: mede dankzij Surface heeft zich een groot aantal nieuwe leden gemeld. Met zo'n succes is het dan verleidelijk om bepaalde aspecten minder kritisch tegen het licht te houden. Het netwerkevent van de beurs bijvoorbeeld: dat kende een grote opkomst, maar de inhoudelijke invulling ervan moet mijns inziens beter. Daarin

DEMOCRATIE OF DICTATUUR

In het dagelijks leven is Philippe Dupont algemeen directeur van de Nedcoat Group in Alblasserdam: tot 2002 leidde hij de Belgische divisie, waarna hij de leiding kreeg over de hele groep. Daarnaast is hij sinds meer dan één jaar 'Mitglied der Geschäftsführung' van het Duitse moederbedrijf Siegener Verzinkerei Holdings GmbH. Een voor de hand liggende slotvraag is dan ook welke verschillen hij als leidinggevende ervaart tussen het leiden van een groot bedrijf en het besturen van een vereniging. "Een vereniging is een stuk virtueel dan een bedrijf: een begrip als 'belangenbehartiging' is toch veel abstracter en moeilijker te 'verkopen' dan de con-

"We moeten de eindgebruikers nog beter informeren, ook om duidelijk te maken hoe enorm veelzijdig onze tak van sport is, en hoe ontzettend belangrijk voor de economie"

nog heel veel in te doen... en de rol die de VOM daarin kan spelen is groot. We moeten de VOM volgens mij zien en benaderen als een 'product' dat in de markt gezet moet worden. Hoe meer leden, hoe beter dat lukt, maar het is natuurlijk een wisselwerking." Een aantal belangrijke instrumenten voor die communicatie zijn dit vakblad, maar ook het eerder genoemde VOM Netwerk, de digitale nieuwsbrief en de thematische bijeenkomsten die de VOM met regelmaat organiseert, zoals over REACH, energiebesparingen en dergelijke. "We moeten vooral leren om meer naar buiten te kijken, is mijn stellige overtuiging, en eindgebruikers nog beter informeren. Dat kan bijvoorbeeld door nog veel actiever met persberichten naar buiten te treden, ook om duidelijk te maken hoe enorm veelzijdig onze tak van sport is, en hoe ontzettend belangrijk voor de economie. Je ziet roest niet meer tegenwoordig, maar wat zit daar achter en onder? Communicatie is dus wezenlijker dan ooit tevoren!"

TOEKOMSTVERKENNINGEN

"Met het oog op de toekomst kijken we naar alles wat succesvol en minder succesvol is, en dus ook wat beter kan of anders moet." In dat licht kan bijvoorbeeld de

moeten we dus voortdurend actief en alert blijven."

VRAAGBAAK/WEGWIJZER

"Binnen de VOM is heel veel knowhow aanwezig, maar de VOM kan niet alle kennis in huis hebben. Een belangrijke functie voor ons is dan ook dat we als VOM óf de vragen van bedrijven zelf beantwoorden en oplossen, óf mensen direct en efficiënt kunnen doorverwijzen. De Stichting Email is bijvoorbeeld een kleine club binnen onze vereniging, maar huisvest een enorme kennis van emailleertechnieken die nergens anders voorhanden is. Onze helpdesk kan specifieke vragen daarover dus direct doorgeleiden naar de juiste personen of lidbedrijven."

SECTOREN FACILITEREN

Het faciliteren van sectoren is het zevende en laatste speerpunt van het beleidsplan: een aspect dat concreet vorm krijgt in het feit dat de VOM het secretariaat voert van een aantal 'neven en nichten' die te klein zijn om dat zelfstandig te doen. "Maar het gaat natuurlijk verder dan dat, loopt eigenlijk als een rode draad door het hele beleidsplan... zie mijn eerdere opmerkingen over de huidige 'formatiebesprekingen'!"

crete vraag van een klant die z'n hekwerk wil laten coaten, om maar een voorbeeld te noemen. Ook de dimensies zijn sterk verschillend: de begroting van Nedcoat is bijvoorbeeld een veelvoud van die van de VOM. Maar het belangrijkste verschil is toch wel dat een vereniging een democratie is, waarin je met anderen de argumenten weegt en altijd samen naar consensus zoekt. De dagelijkse leiding van een commercieel bedrijf is een 'democratisch geleide dictatuur', als ik me maar even zo cru mag uitdrukken. Natuurlijk moet je als directeur ook argumenten wegen en draagvlak zoeken, maar de uiteindelijke beslissing neem je in je eentje."

Waarmee de politieke beeldspraak rond is! <

MEER INFORMATIE

www.VOM.nl

