CATALOGI
CATALOGUES

Blijf op de hoogte van onze producten via onze catalogi.
Tenez-vous informé sur nos produits grâce à nos catalogues

P. 7

COVID-19 PREVENTIE
PRÉVENTION COVID-19

Onze fabrikanten ontwikkelen oplossingen om te strijden tegen het Covid-19-virus
Nos fabricants développent des solutions dans la lutte contre le virus Covid-19

P. 2

INTERVIEW
STÉPHANE VIVEGNIS

"We kunnen toch wel zeggen dat er veel veranderd is... In positieve zin dan!"
"On peut se dire qu'il y a beaucoup de changements… des changements positifs !"

P. 4

by HUPPERTZ

NEWS *by HUPPERTZ*
#1 NOVEMBRE 2021

Beste partners,
Het verheugt me deze allereerste woorden als zaakvoerder van Huppertz NV te mogen neerpennen.

Het is intussen al iets meer dan drie jaar geleden dat we het roer hebben overgenomen. Deze drie jaar waren een leerproces, want de werking is verschillend dan die van GSV. Drie jaar van lichte structurele, operationele en strategische veranderingen. Drie jaar van mooie menselijke ontmoetingen en "last but not least", van echte plezierbeleving op het werk.

We willen van deze gelegenheid gebruik maken om het bestaande team te bedanken omdat het ons de kans heeft geboden ons plekje te vinden binnen deze mooie oude dame. Want jawel, Huppertz wordt volgend jaar 100 jaar! We komen er in de volgende editie uitgebreid op terug.

In deze eerste en de daaropvolgende edities laten we onze teams aan het woord. Wij willen u vertellen over de ontwikkelingen, onze visie op de markt, onze standaardproducten, onze producten in de kijker, de nieuwigheden en de producten die er gekomen zijn omwille van het coronavirus, de verschillende afdelingen, de afdelingsspecifieke catalogi of catalogi die gericht zijn op specifieke producten zoals onze werfcatalogus.

Tot slot kondigen we de komst van onze nieuwe website aan, voorzien in januari 2022. Het was een arbeidsintensieve opdracht omdat we zowel data en inhoud moesten creëren voor meer dan 45.000 producten; data die vertaald moest worden om te voldoen aan de specifieke Belgische vereisten of die simpelweg nog gecreëerd moest worden omdat ze niet beschikbaar was bij de fabrikant.

Een dikke proficiat aan onze twee dataspecialisten die zich al drie jaar lang onvermoeibaar hebben ingezet.

Ik wil niet terugkomen op de gezondheidscrisis die we sinds 15 maart 2020 doormaken, ik denk dat de media dit al genoeg doet. Maar toch een woordje van dank aan onze teams, in de breedste zin van het woord: de IT, omdat zij er binnen de 48 uur in slaagden alles operationeel te maken om iedereen te laten telewerken, en voor het werk dat zij sindsdien hebben gerealiseerd om alle dagelijkse processen te standaardiseren; de verkopers , omdat ze zich in recordtijd aan de nieuwe tools hebben weten aan te passen; de mensen van de backoffice, de afdeling waar iedereen gewoonlijk van 's morgens vroeg tot 's avonds laat met elkaar praat en die van de ene dag op de andere thuis in solomodus gezet werd. Hoed af voor onze logistieke vrienden die niet mochten telewerken en alle Covid-maatregelen hebben moeten ondergaan terwijl hun werkritme behouden bleef. Speciale vermelding voor Jean Claude en Thierry die in wel zeer bijzondere tijden hun samenwerking zijn moeten starten!

Tenslotte wil ik ook u bedanken, onze dagelijkse klanten en partners, u die al vele jaren vertrouwen in ons stellen, die ons trouw zijn en blijven, en nog veel meer, aangezien we samen blijven groeien en evolueren!

Tot ziens.
Dominique Mercier

Chers partenaires,
C'est avec plaisir que je vous écris ces tous premiers mots en tant que gérant de la Huppertz SA. Cela fait plus de trois ans déjà que nous avons repris la barre du navire. Trois ans d'apprentissage, car le business n'est pas tout à fait le même que celui de GSV. Trois ans de légères modifications structurelles, opérationnelles et stratégiques. Trois ans de belles rencontres humaines et "last but not least" de réel plaisir au travail.

Nous en profitons pour remercier l'équipe existante de nous avoir permis de trouver notre place au sein de cette belle vieille dame. Car oui, Huppertz va avoir 100 ans l'année prochaine ! Nous y reviendrons dans la prochaine édition. Dans cette première édition, et celles qui vont suivre, nous laisserons la parole à nos équipes. Nous vous parlerons des évolutions, de notre vue du marché, de nos produits phares, standards ou ceux liés au Covid, des nouveautés, des différents départements, des catalogues liés à ces départements ou ciblant des produits spécifiques tel que notre catalogue chantier.

Nous vous annonçons, enfin, l'arrivée de notre nouveau site web, prévue en janvier 2022. Ce fut un travail laborieux car il a fallu créer du data et du contenu pour plus de 45.000 produits; data qu'il faut traduire pour répondre aux spécificités belges ou tout simplement créer car non disponible à l'usine. Un tout grand bravo à nos deux spécialistes data qui bossent sans compter depuis trois ans.

Je ne vais pas revenir sur la crise sanitaire que nous vivons depuis le 15 mars 2020, je pense que les médias le font suffisamment comme ça. Mais un petit mot tout de même pour nos équipes, au sens large du terme: merci à l'IT de nous avoir permis d'être fully opérationnel en 48 heures lorsqu'il a fallu mettre tout le monde au télétravail et le travail accompli depuis pour normaliser tous les processus qui entourent notre travail journalier ; aux sales, d'avoir su s'adapter aux nouveaux outils en un temps record ; au back office, un département où tout le monde se parle du matin jusqu'au soir et qui du jour au lendemain s'est retrouvé en mode solo à la maison. Chapeau bas à nos amis de la logistique qui n'ont pas eu droit au télétravail et ont dû appliquer les mesures Covid tout en gardant le rythme de travail. Mention spéciale pour Jean-Claude et Thierry qui ont dû débuter une collaboration en des temps bien particuliers !

Je terminerai par vous remercier, vous, nos clients et partenaires journaliers, vous qui nous faites confiance depuis de nombreuses années, vous qui nous êtes fidèles et bien plus puisqu'ensemble, notre croissance et évolution suivent leur bonhomme de chemin !

À bientôt
Dominique Mercier

COVID-19 PREVENTIE
PRÉVENTION COVID-19

Door het FOD Volksgezondheid gecontroleerde en toegestane producten tegen Covid-19

Produits contrôlés et autorisés contre le COVID-19 par le SPF Santé

Er wordt veel gesproken over een goede ventilatie van binnenruimtes om de verspreiding van het Covid-19 virus te voorkomen. Maar volstaat het om gewoon via een opening naar buiten, verse lucht binnen te laten?

De twee fabrikanten Beghelli en Vortice hebben zich over deze vraag gebogen en veilige en doeltreffende oplossingen ontwikkeld om zuivere lucht te garanderen in gesloten ruimten zoals bars, restaurants, wachtzalen, kantoren, …

De SanificaAria 200 en 30 luchtreinigers van Beghelli en de Depuro Plus 230 en 430 van Vortice zijn door de FOD Volksgezondheid getest en erkend in het kader van de bestrijding van het Covid-19 virus.

Vortice biedt ook de Vario CO2 aan, een CO2-detector gecombineerd met een ventilatiesysteem (aanzuiging-afzuiging).

On parle de bonne ventilation des locaux afin d'éviter la propagation du virus Covid-19. Mais une ouverture laissant entrer l'air extérieur est-elle suffisante ?

Deux fabricants se sont penchés sur la question et ont développé des solutions sûres et efficaces pour garantir un air sain dans les espaces clos, tels que les bars, salles de restaurants, salles d'attente, bureaux, … : Beghelli et Vortice.

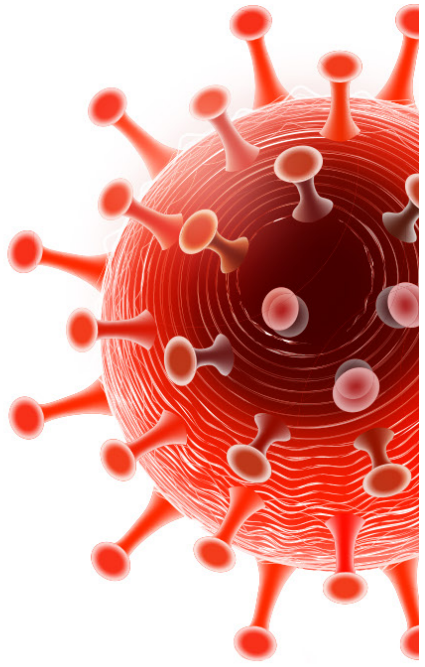
Les purificateurs d'air SanificaAria 200 et 30, de Beghelli ainsi que Depuro Plus 230 et 430, de Vortice, ont été contrôlés et enregistrés auprès du SPF Santé publique dans le cadre de la lutte contre le Covid-19.

Vortice propose également le Vario CO2 : un détecteur de CO2 associé à un système de ventilation (aspiration -extraction).

COVID-19 PREVENTIE

Beghelli by HUPPERTZ

VORTICE



BEGHELLI SANIFICA

Installateur/client : Gaillon
Grossiste : Electric BXL
Projet : Sauna/Hammam BXL
Marques : Beghelli
Modèle : Sanifica Aria 200
Description : Assainissement d'air, bar et vestiaire sauna

MARKETING ACTIES
ACTIONS MARKETING

Huppertz heeft een hele reeks marketing-acties opgezet, bestemd voor zijn klanten: nieuwsbrieven, catalogi, sociale media, promo-kits, …

De nieuwsbrieven brengen informatie over de laatste nieuwigheden bij de fabrikanten, promoties, de aankondiging van nieuwe catalogi, of behandelen bepaalde must-know thema's.

Als u op de hoogte wilt blijven van ons nieuws, scan de QR-code en schrijf u in op onze nieuwsbrief of volg ons op de sociale media!

Huppertz a mis en place toute une série d'actions marketing, destinées à sa clientèle : newsletters, catalogues, réseaux sociaux, kits promo, …

Les newsletters informent des dernières nouveautés des fabricants, d'une promo, la sortie d'un nouveau catalogue ou abordent certaines thématiques incontournables.

Vous souhaitez être tenu au courant de nos actualités, scannez le QR code et inscrivez-vous à la newsletter ou suivez-vous sur les réseaux sociaux !

50x

Promo "Kit LED+SOCKET"

Promo "Kit HALO+SOCKET"

Aanmelden *newsletter*

Inscription à la newsletter

LIGHTING by HUPPERTZ

Of het nu gaat om een privé- of openbare sfeer, een werkomgeving of een ontspanningsruimte, licht moet de hoofdrol spelen. Licht dient om sfeer te creëren, bepaalde architecturale elementen te doen uitkomen, visueel comfort te bieden bij het uitvoeren van werk of andere taken... Om al deze doelstellingen te bereiken, moet rekening worden gehouden met een aantal factoren zoals de kleurtemperatuur, de lichtintensiteit, de kleurweergave-index, enz. Al deze elementen moeten worden gewaarborgd door hoogwaardige verlichting zowel wat betreft kwaliteit als duurzaamheid.

Naast hun primaire functie als lichtbron moeten sommige lichtinstallaties ook dienen als noodverlichting. Huppertz biedt een waaier aan noodverlichting die zich perfect integreert in zijn omgeving.

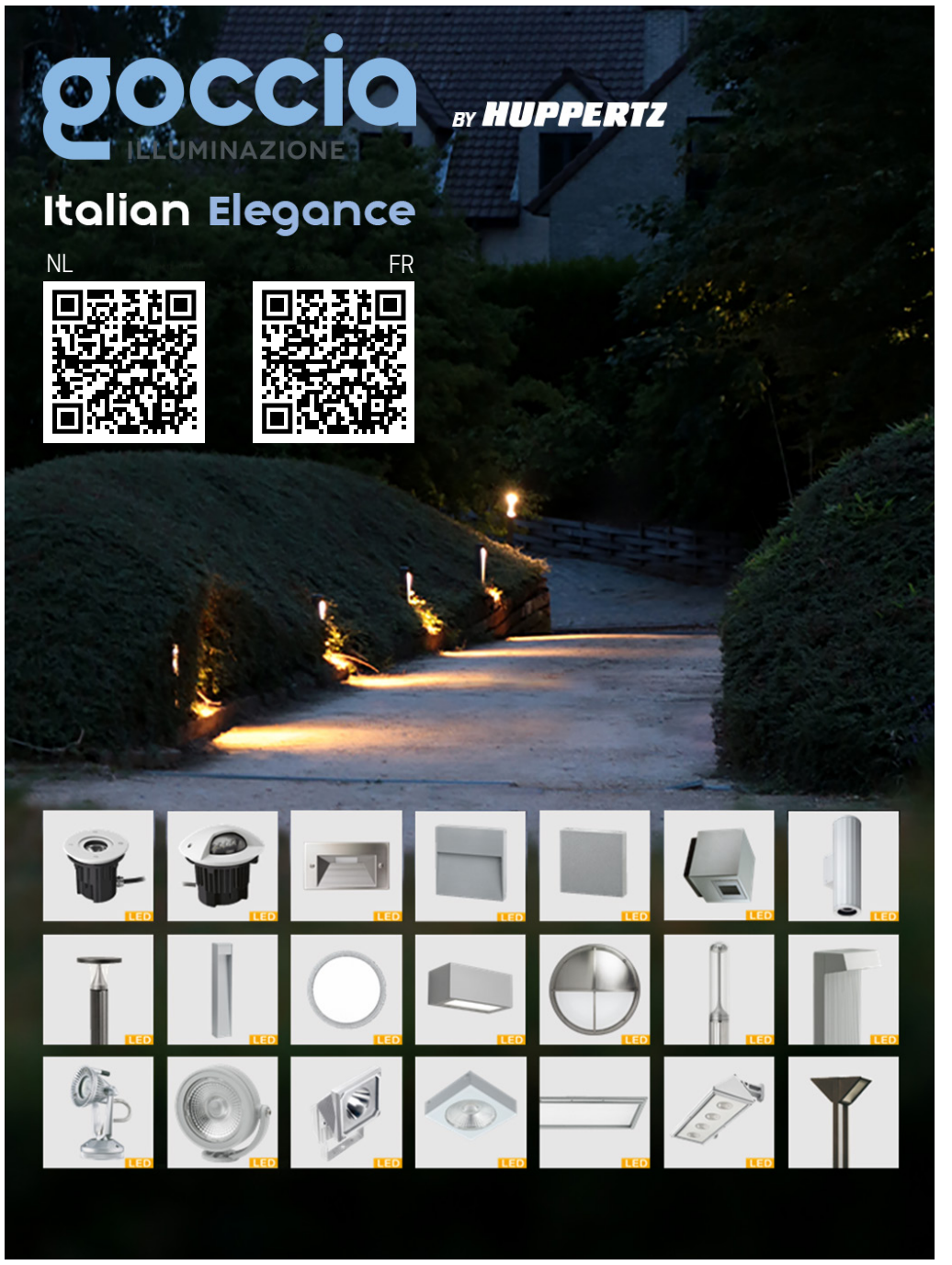
In de loop der jaren heeft Huppertz een schat aan expertise opgebouwd in de wereld van de verlichting. Door samen te werken met talrijke Europese fabrikanten kunnen we voldoen aan alle soorten verlichtingseisen: binnen- en buitenverlichting, noodverlichting, architecturale verlichting, industriële verlichting, ...

Onze prioriteit ligt op kwaliteit, maar ook op het design van de producten. En, steeds met een luisterend oor naar de behoeften van onze klanten, zijn we voortdurend op zoek naar de beste oplossingen die we hen kunnen bieden.

Binnen het bedrijf is Jean-Claude Foré de verlichtingsexpert. Hij adviseert niet alleen het verkoopteam bij zijn dagelijkse werkzaamheden, hij kan ook als waardevolle bron van technische informatie uit de hoek komen als het over bepaalde complexere producten gaat.

De meeste verlichtingsproducten van vandaag zijn uitgerust met LED. Deze lichtbronnen zijn het resultaat van een voortdurende zoektocht naar verlichting die zowel aangenaam als ecologisch en zuinig is. De recentste evolutie neigt naar een reële verbetering van de Lumen/Wattage-verhouding!

Binnen de brede waaier van verlichtingstoestellen vindt u bij Huppertz meer dan 100.000 referenties om aan elke situatie en behoefte te kunnen voldoen.



Beghelli

VENTURE LIGHTING by HUPPERTZ

Blijf in contact
T. +32 2 334 34 34
www.huppertz.be

De PENDEEN FLOODLIGHT, een hoog vermogen oplossing, weinig onderhoud en een optimale energiekost voor uw buitenverlichting-installaties.

VEN-FLD146

Deze hoogrenderende asymmetrische straler heeft draaibare bevestigingen en een uitstekende efficiëntie. Dit alles maakt het een zeer veelzijdig en duurzaam apparaat.
Het toestel is ontworpen om traditionele 2 kW-armaturen te vervangen.

Gebruikt asymmetrische lenzen om verblinding en lichtvervuiling drastisch te verminderen.

LUMENS

50.000 UUR

5 JAAR GARANTIE

IK07

IP67

NL

Op voorraad (onder voorbehoud van verkoop)

FR

Que ce soit dans une sphère privée ou publique, dans une atmosphère de travail ou de détente, la lumière doit occuper une place de premier choix. Elle permet de créer une ambiance, de mettre certains éléments architecturaux en exergue, d'offrir un confort visuel apte au travail, ... Pour atteindre un de ces buts, il faut prendre en compte un certain nombre de facteurs tels que la température de couleurs, l'intensité et la distribution lumineuse, l'indice de rendu des couleurs, ... Autant d'éléments se doivent d'être assuré par un luminaire performant en termes de qualité et de durabilité.

Outre leur fonction première, qui est d'éclairer, certains luminaires doivent également assurer celle de secours. Huppertz propose une gamme d'éclairage de secours s'intégrant parfaitement à leur environnement.

Au fil des années, Huppertz bénéficie d'une réelle expertise dans le monde de la lumière. En collaborant avec de nombreux fabricants européens, nous sommes capables de répondre à tout type de demande d'éclairage: intérieur/ extérieur, secours, architectural, industriel, ...

Nous mettons la priorité sur la qualité mais aussi le design des produits. Et, toujours à l'écoute des besoins de nos clients, nous recherchons continuellement les meilleures solutions à leur offrir.

Jean-Claude Foré est l'expert Lighting au sein de la société. Il conseille les membres de l'équipe commerciale dans leur quotidien mais peut également se révéler être une précieuse source de renseignements techniques sur certains produits plus complexes.

La plupart des éclairages actuels sont équipés de LED. Ces sources lumineuses sont élaborées dans la constante recherche d'un éclairage agréable mais aussi écologique et économique. L'évolution de ces dernières années tend vers une réelle amélioration du nombre de Lumen/watt !

Parmi plus de 100 000 références, Huppertz propose un large éventail de luminaires adaptables à chaque situation.

Monoflood MEYER

STÉPHANE VIVEGNIS

Hallo Stéphane, je werkt al zo'n tien jaar bij Huppertz, wat is daar jouw taken?

Ik ben een verkoper voor het Franstalig deel van België. Mijn dagen zijn gevuld met afspraken, dagelijkse onderhoudsgesprekken en het welzijn van de klanten, afgewisseld met puur professionele afspraken waarbij ik de producten van Huppertz voorstel.

Hoe ervaar jij de veranderingen sinds de overname van Huppertz 3 jaar geleden?

Een overname zorgt altijd voor de nodige ongerustheid... We wisten niet echt waar we naartoe zouden gaan ... Maar 3 jaar later kunnen we toch wel zeggen dat er veel veranderd is... In positieve zin dan! We hebben echt een andere dimensie bereikt! Huppertz werd nog op een "ouderwetse" manier geleid, minder afgestemd op de huidige markt. De komst van een jonger management, met andere ideeën en veel meer voeling met de huidige markt, heeft ons in staat gesteld nieuwe dingen te ontwikkelen en Huppertz daar te positioneren waar het niet meer was of nooit geweest is. Dit alles zorgt ervoor dat de mensen Huppertz nu op een andere manier gaan zien. Wij hebben ook begrepen dat sociale media een manier zijn om met onze klanten te communiceren en ze te informeren, maar ook om op een andere manier een andere klantenkring te bereiken. Het feit dat een bureau ons nu volgt en helpt via verschillende marketingacties (nieuwsbrieven, ...) maakt dat we een betere zichtbaarheid genieten.

De komst van Thierry heeft er ook toe geleid dat een aantal dingen opgezet konden worden.

Tijdens de lockdown moesten we onze manier van werken aanpassen. Het een en ander moest in werking gezet worden (nieuwe tools, marketing, enz.). Hoe is je werk vandaag geëvolueerd?

We zijn kunnen blijven doorwerken, maar net zoals iedereen hebben we ons moeten heruitvinden! We hebben nieuwe communicatiekanalen moeten vinden, aan onze klanten moeten uitleggen dat we er nog steeds waren, ook al konden we elkaar niet meer ontmoeten! Wij zijn ze blijven informeren en blijven steunen in hun onderneming.

De timing was anders, we moesten ons richten op het essentiële en vooral de verwachtingen van de klant begrijpen en erop inspelen.

De distantiëring was niet zozeer een probleem, aangezien wij over alle nodige tools en materialen beschikten. We waren in staat om de banden met onze klanten te behouden en te onderhouden.

Ook na de barre weersomstandigheden in juli! Het is aan ons om tegen onze getroffen klanten te zeggen: wij zijn er voor u! We vinden wel oplossingen! We luisteren naar u.

Vandaag de dag staat de menselijke relatie meer dan ooit centraal in onze dagelijkse beslommeringen!

De markt evolueert voortdurend (producten, technologieën, hulpmiddelen ...). Wat is de huidige situatie?

Je moet proactief zijn! Huppertz bestaat al honderd jaar. Sommige producten die je als "nieuw" zou kunnen beschouwen, vereisen niet noodzakelijkerwijze veel expertise. Een van de sectoren in volle ontwikkeling bij Huppertz is de verlichting. We merken vooral een enorme evolutie in het product, de bestellingen, het beheer ... De klant wil dat heel wat zaken automatisch beheerd kunnen worden en daarvoor moeten we op de hoogte blijven van alles wat reilt en zeilt, zodat we de trein niet missen! We willen onze klanten producten kunnen aanbieden waarin zij wellicht geïnteresseerd zullen zijn. Zoals luchtzuiveringsproducten omwille van de Covid bijvoorbeeld.

Moesten we enkel en alleen halogeenproducten verkopen, dan zouden we niet veel verkopen!

We moeten dus op de hoogte blijven van de nieuwe producten die onze partners aanbieden en onze klanten erover informeren.

In de huidige situatie hebben veel sectoren te kampen met een ander probleem: vertraagde leveringen, gebrek aan grondstoffen ...

Veel mensen maken zich zorgen over de levertijden. We waren in een tijdperk gekomen waarin levertijden voor klanten van primordiaal belang zijn. Als de eindklant iets wil, moest je het op voorraad hebben zodat het onmiddellijk geleverd kon worden!

De huidige situatie zet echter alles op z'n kop. Wij zijn niet de enigen die beslissingen moeten treffen, wij zijn afhankelijk van onze partners, die op hun beurt afhankelijk zijn van grondstoffen die steeds moeilijker te verkrijgen zijn. Zelfs als we aan de bal zijn, als de goederen niet beschikbaar zijn, zitten we met een probleem! Een goed beheer van onze voorraden is meer dan ooit erg belangrijk.

Een uitstekende kennis van de producten en de mogelijke alternatieven maakt integraal deel uit van ons dagelijks werk.

Daar komt nog bij dat de prijzen voortdurend stijgen. Onze prijslijsten moeten 2, 3 of zelfs 4 keer per jaar aangepast worden.

Een laatste vraag, Stéphane... Ben je gelukkig bij Huppertz?

Als een vis in het water! Er werken hier mensen die ik enorm waardeer! Collega's, mensen waar ik graag mee samenwerk, die dezelfde visie hebben als ik, die vooruit willen. We vormen echt wel een hecht team! En dat is heel belangrijk voor mij. Ik breng meer tijd met hen door dan met mijn eigen familie! Zelfs als ik alleen onderweg ben, in mijn auto, bellen we elkaar, steunen we elkaar ... Dat is onze teamspirit!

Bonjour Stéphane, tu es chez Huppertz depuis une dizaine d'années, quel est ton rôle ?

Je suis commercial sur la partie francophone de la Belgique. Cela passe par des rendez-vous relationnels, entretiens journaliers et bien-être du client, jusqu'aux rendez-vous purement professionnels avec présentation des produits Huppertz.

Comment ressens-tu les changements depuis la reprise de Huppertz il y a 3 ans ?

Une reprise engendre toujours son lot d'inquiétudes… On ne savait pas trop vers où on allait… Mais après 3 ans, on peut se dire qu'il y a beaucoup de changements… des changements positifs ! On a vraiment atteint une autre dimension! Huppertz était géré « à l'ancienne », moins en phase avec le marché actuel. L'arrivée d'un management plus jeune, avec des idées différentes et beaucoup plus en phase avec le marché actuel, a permis de développer des nouveautés, de placer Huppertz où il n'était pas ou plus. Tout ça permet aux gens de nous percevoir autrement. On a également compris que les réseaux sociaux étaient un moyen de communiquer et d'informer nos clients mais également de toucher une autre clientèle d'une autre manière. Le fait d'avoir une agence qui nous suit, qui nous aide par le biais de différentes actions marketing (newsletters, …) nous permet d'avoir une meilleure visibilité.

L'arrivée de Thierry a également permis de mettre des choses en place.

Durant le confinement, la manière de travailler a dû évoluer. Des choses ont dû se mettre en place (nouveaux outils, marketing, …). Comment a évolué ton travail aujourd'hui ?

Nous avons pu continuer à travailler mais comme tout le monde, nous avons dû nous réinventer! Nous avons dû trouver de nouveaux canaux de communication, expliquer à nos clients que même si nous ne pouvions plus nous rencontrer, nous étions là ! Nous avons continué à les informer et à les soutenir dans leurs démarches.

Le timing était différent, on devait aller à l'essentiel et surtout comprendre et répondre à l'attente du client.

Le distanciel n'a pas été un souci car nous étions déjà en possession de tous les outils et matériel nécessaires. Nous avons pu maintenir les liens avec nos clients.

Cela a été de même suite aux intempéries de juillet ! C'est à nous de dire à nos clients touchés: on est là ! On va trouver des solutions ! On est à votre écoute.

Aujourd'hui, plus qu'hier, la relation humaine est au centre de nos préoccupations journalières !

Le marché est en constante évolution (produits, technologies, outils, …). Qu'en est-il actuellement ?

Il faut être proactif ! Huppertz existe depuis une centaine d'années, donc il y a des produits qu'on pourrait qualifier « d'entrée », qui ne nécessitent pas spécialement une grande expertise. Un des secteurs qui se développe beaucoup chez Huppertz, c'est le lighting et on remarque qu'il y a beaucoup d'évolutions dans le produit, la commande, la gestion, … Les clients souhaitent une gestion automatisée de beaucoup de choses et pour cela nous devons rester au courant de tout ce qui se passe pour ne pas rater le train et pouvoir proposer à nos clients les produits pour lesquels ils sont susceptibles de marquer un intérêt. Par exemple, avec le Covid, les produits pour l'assainissement de l'air.

Si on se contentait de vendre de l'halogène, on ne vendrait plus grand-chose !

Il faut donc se tenir au courant des nouveautés de nos partenaires et informer nos clients.

Dans la situation actuelle, pas mal de secteurs font face à un autre problème : les retards de livraisons, manque de matières premières, …

Les délais de livraison inquiètent beaucoup de gens. Nous en étions arrivés à une époque où les délais de livraison étaient devenus primordiales pour la clientèle. Quand le client final voulait quelque chose, il fallait l'avoir de stock pour une livraison immédiate !

La situation actuelle chamboule le tout. On n'est pas les seuls à décider, on dépend de nos partenaires, qui à leur tour sont dépendants de matières premières qui deviennent compliquées à obtenir. On a beau être sur la balle, si les marchandises ne sont pas disponibles, ça pose un problème ! La bonne gestion de nos stocks prend toute son importance maintenant.

La connaissance des produits et des alternatives possibles fait partie intégrante de notre travail journalier.

En plus de cela, les augmentations de prix sont constantes. On se retrouve avec 2, 3 voire 4 nouvelles listes de prix en un an.

Une dernière question, Stéphane… Es-tu heureux chez Huppertz ?

Comme un poisson dans l'eau ! Il y a des gens que j'apprécie beaucoup ! Des collègues, des personnes avec qui j'aime travailler, qui ont la même vision que moi, qui veulent avancer. On est vraiment dans la même équipe ! C'est très important pour moi. Je passe plus de temps avec eux qu'avec ma propre famille ! Même quand je suis seul sur la route, dans ma voiture, on se téléphone, on se soutient, … C'est ça notre team spirit !

Kantoren/*Bureaux*
Chaussée de Louvain 88,
1380 Lasne

Maatschappelijke zetel/*Siège social*
Terbekehofdreef 51,
2610 Wilrijk

JEAN-CLAUDE FORÉ

Hallo Jean-Claude, je bent verantwoordelijk voor de Back Office en de dienst Verlichting bij Huppertz sinds 2007.

Ik probeer onze verkopers zo veel mogelijk te adviseren over bepaalde verzoeken van onze klanten of inzicht te geven in de strategieën die wij opzetten.

Hoe ervaar jij de veranderingen sinds de overname van Huppertz 3 jaar geleden?

De overname heeft voor heel wat opschudding gezorgd... Maar met een positief gevolg! Om te beginnen, de kantoren, we zijn echt wel veel beter gehuisvest dan voorheen! Er is ook veel veranderd met de komst van Thierry, die de buitenploeg onder zijn hoede heeft genomen en iedereen binnen eenzelfde gedragslijn begeleidt. En niet langer elk vanuit zijn hoekje.

Wat veel veranderd is, is het opzetten van verschillende communicatiemiddelen, de marketing. Wij zijn aanwezig op het web 2.0, wat vroeger niet het geval was. Sociale media, nieuwsbrieven ... en mensen praten over ons!

Maar ook de verschillende sectoren waarin we actief zijn.

Zo hebben we ook veel aan ons gegevensbeheer gedaan, wat van essentieel belang is in de huidige commerciële wereld. Het vraagt misschien allemaal veel werk, maar het werd door iedereen toch goed ontvangen!

Op menselijk vlak zijn wij altijd al een hecht team geweest en dat is nog steeds zo.

Wat zijn voor jou de belangrijkste technologische en ecologische ontwikkelingen geweest?

Zonder aarzeling... De verlichting! Mijn favoriete domein!

De opmerkelijkste technologische vooruitgang is de ontwikkeling van LED's, onder druk van de Europese Commissie, die wereldleider is op het gebied van ecologie in de verlichtingssector.

Nog geen 5 jaar geleden was de lumen/watt-verhouding minder dan 100 Lumen! Vandaag is dat 130 tot 135. Dat is ongetwijfeld de belangrijkste evolutie! We probeerden werkelijk de hoeveelheid wattage te verminderen voor hetzelfde uitgestraalde licht.

Soms tot het grote ongemak voor onze klanten omdat elke wijziging/evolutie nieuwe artikelen, nieuwe referenties, nieuwe EAN-codes ... met zich meebrengen.

Het ontwerp (de vorm) volgt de trends en de kleuren, maar uiteindelijk is het nog altijd de lichtbron die het werk moet doen!

Onze fabrikanten proberen op alle mogelijke niveaus hun fabricageprocessen te verbeteren met het oog op een lager energieverbruik door het eindproduct.

En zelfs wanneer de fabrieken produceren volgens de specificaties van de klant (maatwerk), dan nog zijn ze steeds onderworpen aan de Europese normen.

Bedankt Jean-Claude voor het beantwoorden van onze vragen. Heb je daar nog iets aan toe te voegen?

We maken momenteel een zeer leuke evolutie door! Zowel de dynamiek als de sfeer zitten goed! We werken - veel zelfs - maar steeds met de glimlach!

En mocht er iets fout gaan, dan probeer ik klaar te staan met een luisterend oor, net als Thierry, en net als de directie. Een management dat ons vertrouwt.

Bonjour Jean-Claude, tu es responsable Back office et lighting chez Huppertz depuis 2007.

J'essaie de conseiller nos vendeurs autant que possible sur certaines demandes de nos clients ou donner des vues d'ensemble des stratégies que nous mettons en place.

Comment ressens-tu les changements depuis la reprise de Huppertz il y a 3 ans ?

La reprise a créé certains bouleversements… Positifs ! Tout d'abord les bureaux : nous sommes vraiment mieux logés qu'avant ! Pas mal de choses ont également changé avec l'arrivée de Thierry, qui a pris l'équipe extérieure sous son aile et qui les guide avec une ligne de conduite identique, et non plus chacun dans son coin.

Ce qui a beaucoup changé, c'est la mise en place de différents moyens de communication, le marketing. On est présent dans le web 2.0, ce qui n'était pas le cas avant. Les réseaux sociaux, des newsletters, … et on parle de nous mais aussi des différents secteurs dans lesquels nous sommes actifs.

Nous avons également beaucoup développé le data management, chose essentielle dans le monde du commerce aujourd'hui. C'est beaucoup de boulot, mais c'est quelque chose qui est très bien accueilli !

Sur le plan humain, nous avons toujours été une équipe liée, très soudée et c'est encore le cas aujourd'hui.

Quelles ont été pour toi les évolutions technologiques et écologiques les plus importantes ?

Sans hésitation.... L'éclairage, mon domaine de prédilection !

L'évolution technologique la plus marquante est le développement de la LED, sous la contrainte de la commission européenne qui est le bon élève mondial en matière d'écologie autour de l'éclairage.

Il n'y a même pas 5 ans, le ratio lumen/watt était inférieur à 100 Lumen ! Aujourd'hui, il est de 130-135. C'est sans aucun doute l'évolution majeure ! Nous essayons vraiment de réduire le nombre de watts pour la même lumière émise. Ce qui peut aussi être un inconvénient pour la clientèle puisque chaque changement/évolution génère de nouveaux articles, de nouvelles références, un nouveau code EAN, etc.

L'habillage (la forme) se fait en fonction des tendances et des couleurs mais in fine, c'est toujours la source lumineuse qui fait le travail !

Nos fabricants essaient d'améliorer leur procédé de fabrication à tous les échelons afin de diminuer la consommation énergétique du produit final.

Même si les usines fabriquent à la demande du client (sur mesure), ils restent soumis aux normes européennes.

Merci Jean-Claude d'avoir répondu à nos questions, aurais-tu quelque chose à ajouter?

Nous vivons une évolution très agréable ! Nous avons une bonne dynamique et une bonne ambiance ! Nous travaillons, voire travaillons beaucoup, mais avec le sourire !

Et quand quelque chose ne va pas, j'essaie d'être à l'écoute, comme Thierry l'est de son côté, tout comme la direction également. Une direction qui nous fait confiance.

THIERRY LEGRAND

Het is nu ongeveer een jaar geleden dat je bij het Huppertz team terecht gekomen bent. Wat heb je zoal ingevoerd sindsdien?

Ik ben in mei 2020 bij Huppertz gestart. Na 20 jaar bij Cebeo te hebben gewerkt, wilde ik mijn wereld verrijken en nieuwe uitdagingen aangaan. De overstap naar de "andere kant", naar die van de leveranciers/importeurs, was een geweldige opportuniteit. Er moest bij Huppertz een blanco pagina geschreven worden om het verkoopteam nieuw leven in te blazen en ik ben de uitdaging aangegaan als commercieel directeur!

Ik werk graag in team! En vandaag werk ik voor het eerst in mijn carrière in samenwerking met Jean-Claude. We vullen elkaar perfect aan. Er heerst nu een echte synergie tussen het interne team en het externe team waarvan ik de leiding heb.

Ik kreeg het opdracht een nieuwe dynamiek in te geven binnen het verkoopteam. We legden een nieuwe werkwijze vast. We creëerden werkmiddelen (minicatalogi, acties, incentives, nieuwsbrieven, enz.) Wij hebben het verkoopprogramma niet omvergeworpen met grote vernieuwingen, we hebben vooral werkmiddelen ingezet en op de voorgrond geplaatst. Na een eerste blik op de resultaten, kunnen we vaststellen dat we in ons opzet geslaagd zijn! We werken nu met een nieuwe dynamiek, een nieuwe werkfilosofie en een team dat gericht is op het heden en de toekomst!

Heeft Huppertz zoals vele andere sectoren ook te kampen met voorraadproblemen ten gevolge van het tekort aan bepaalde grondstoffen, diverse invoerproblemen...?

We hebben deze problemen voorzien. We hebben onze voorraden van de meest gevraagde producten verhoogd om aan de steeds terugkerende vraag te kunnen voldoen.

Wel bedankt, Thierry. Heb je hier misschien nog iets aan toe te voegen?

Ik zou nog heel veel kunnen vertellen...! Maar ik bewaar graag nog een deel voor de volgende edities van ons « News by Huppertz ». Het doel zal zijn om onze klanten te blijven informeren, om nieuwe producten aan te kondigen ...

Cela fait environ 1 an que tu as rejoint l'équipe de Huppertz. Qu'as-tu mis en place depuis ton arrivée ?

Je suis arrivé chez Huppertz en mai 2020, après avoir passé 20 ans chez Cebeo. J'avais envie d'enrichir mon univers et mes challenges et passer de « l'autre côté » - chez les fournisseurs/importateurs - était une belle opportunité. Il y avait une page blanche à écrire chez Huppertz pour redynamiser l'équipe commerciale et j'ai relevé le défi en tant que directeur commercial !

J'aime travailler en team ! Et aujourd'hui, pour la première fois dans ma carrière, je travaille en binôme avec Jean-Claude. Nous sommes très complémentaires. Il y a maintenant une réelle synergie entre l'équipe interne et l'équipe externe. J'accompagne d'ailleurs l'équipe externe sur le terrain.

Le but en arrivant était de créer une nouvelle dynamique au sein de l'équipe commerciale. Une nouvelle méthodologie de travail s'est installée. On a créé des outils (mini-catalogues, actions, incentives, newsletters, …). Nous n'avons pas bouleversé le programme de vente avec des grandes nouveautés, mais on a mis en pratique des outils qui allaient les mettre en avant. En faisant un premier bilan, on a réussi ! On a gardé une nouvelle dynamique, une nouvelle philosophie de travail, et une équipe orientée vers le présent et le futur !

Comme dans d'autres secteurs, Huppertz connait-il des problèmes de stocks, suite à la pénurie de certaines matières premières, aux différents problèmes d'import,…

On avait anticipé ces problèmes. On avait augmenté les stocks dans les produits les plus demandés afin de pouvoir répondre à des demandes récurrentes.

Merci Thierry. Tu as peut-être quelque chose à ajouter ?

J'aurais plein de choses à rajouter… ! Mais je les garde pour les prochaines « News by Huppertz ». Le but sera de continuer à informer nos clients, leur annoncer certaines nouveautés, …

INDUSTRIE by HUPPERTZ

De industriële sector is onderworpen aan een aantal normen en veiligheidsvoorschriften. Dit vereist de juiste uitrusting. Daarom werken wij samen met ervaren fabrikanten op dit gebied: explosieveilige normen, geluidssignalering, industriële verlichting, afdichting van leidingen, enz.

We bieden een brede waaier van Atex-producten aan, alsook verlichtingstoestellen voor extreme situaties.

Bekijk hieromtrent de nieuwsbrief over de Sirena en Airfal producten bestemd voor de koeltechnici, door de onderstaande QR-code te scannen.

Le secteur industriel est régi par un certain nombre de normes et d'exigences de sécurité. Il nécessite un matériel approprié. C'est pourquoi nous travaillons avec des fabricants aguerris dans ce domaine : normes antidéflagration, signalisation sonore, luminaires industriels, étanchéité des conduits, …

Nous offrons de multiples produits Atex mais aussi des luminaires adaptés aux situations extrêmes.

Visualisez la newsletter sur les produits Sirena et Airfal adressés aux frigoristes en scannant le QR code ci-dessous.

Indispensable pour tous les **frigoristes**, le combiné sonore et lumineux SIR-E LED de Sirena protègera le contenu des chambres froides.

Spécialement conçu pour signaler les anomalies des chambres froides, il résiste aux conditions intenses (de -40°C à +55°C - IK07) et offre un indice d'étanchéité IP65.

Essentiel pour le stockage des aliments, des médicaments, etc, le SIR-E LED est également pourvu d'un avertisseur sonore et visuel si quelqu'un devait se retrouver bloqué à l'intérieur de la chambre froide.

Pour l'éclairage des chambres froides, Airfal vous propose le modèle ORION, un luminaire tubulaire LED qui convient à des températures allant jusqu'à -40°C.

Composé d'un corps en polycarbonate opalin, l'ORION est un luminaire IP67 agréé HACCP et résistant aux chocs (IK09/10 joules).
Également disponible en version DALI et/ou secours.

Steve Pecher
+32 497 17 57 69
steve@huppertz.be

Haupa beschikt over een uitgebreid gamma perstangen.
De fotovoltaïsche perstang MC4 2,5-6 mm², de perstang voor RJ 6-8-polige connectoren, de hexagonale perstang 6-50 mm², ...

INSTALLATIE *INSTALLATION*

Haupa heeft eveneens een kit ontworpen met VDE 1000V tangen. Deze kit bevat vier stuks: een universele tang, een snijtang, een halfronde bektang en een striptang.

De kabel afroller 1200, voor haspels tot Ø 1200, is geschikt voor intensief gebruik. Ondanks zijn lichte uitvoering biedt hij een draagvermogen van 175 kg en is hij voorzien van 4 trillingsdempende pootjes.

NL

Ontdek eveneens het assortiment adereindhulzen. Een volledige doos met 5.100 adereindhulzen van verschillende grootte met DIN kleurcode. Daarbij een perstang voor geïsoleerde adereindhulzen van 0,08 tot 10 mm².

FR

Huppertz heeft zijn assortiment installatiematerialen in de loop der jaren uitgebreid. Vandaag beschikken we over een ruim aanbod van gereedschap, bevestigingsmaterialen, veiligheidsmaterialen en materialen voor elektrische installaties.

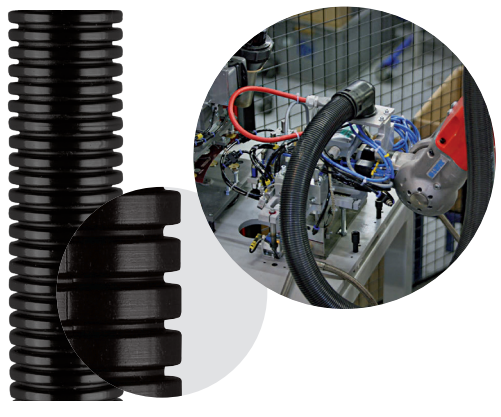
We bieden een breed scala aan referenties binnen deze sector. Om u op de hoogte te houden van de laatste nieuwigheden bij onze fabrikanten, zijn we met een nieuwsbrief gestart.

Door de onderstaande QR-code te scannen, kunt u de nieuwsbrief over de Haupa must haves bekijken die we enkele maanden geleden hebben verzonden en die u een overzicht biedt van de Haupa-producten.

Huppertz a étoffé son offre de matériel d'installation aux fils des années. Aujourd'hui, nous disposons d'un panel varié en outillage, matériel de fixation, de sécurité ou encore d'installation électrique.

Nous proposons une vaste gamme de références dans ce secteur. Afin de vous tenir informer des nouveautés de nos fabricants, nous avons mis en place des newsletters.

En scannant le QR code ci-dessous, vous pourrez consulter la newsletter sur les indispensables de Haupa que nous avions envoyé il y a quelques mois et qui vous donnera un aperçu de la gamme de produits Haupa.



ROHRflex

flexa

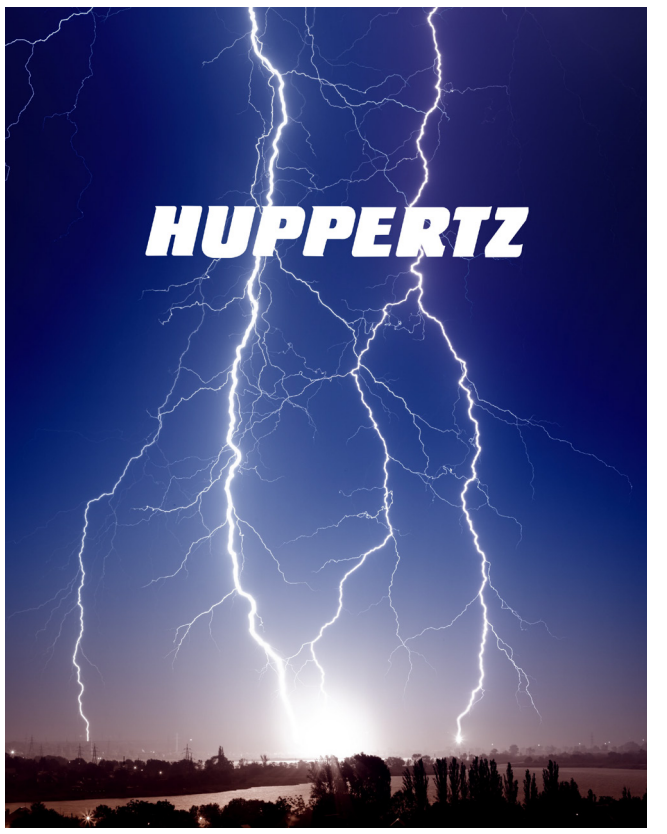
CATALOGI CATALOGUES

Om onze klanten beter te informeren, hebben wij voor elke sector catalogi samengesteld waarin onze talrijke referenties zijn opgenomen. Ontdek snel een aantal van deze catalogi door de onderstaande QR-code te scannen.

Dans le but de toujours mieux informer nos clients, nous avons constitué des catalogues par secteur qui reprennent nos nombreuses références. Découvrez rapidement certains de ceux-ci en scannant le QR code ci-dessous.

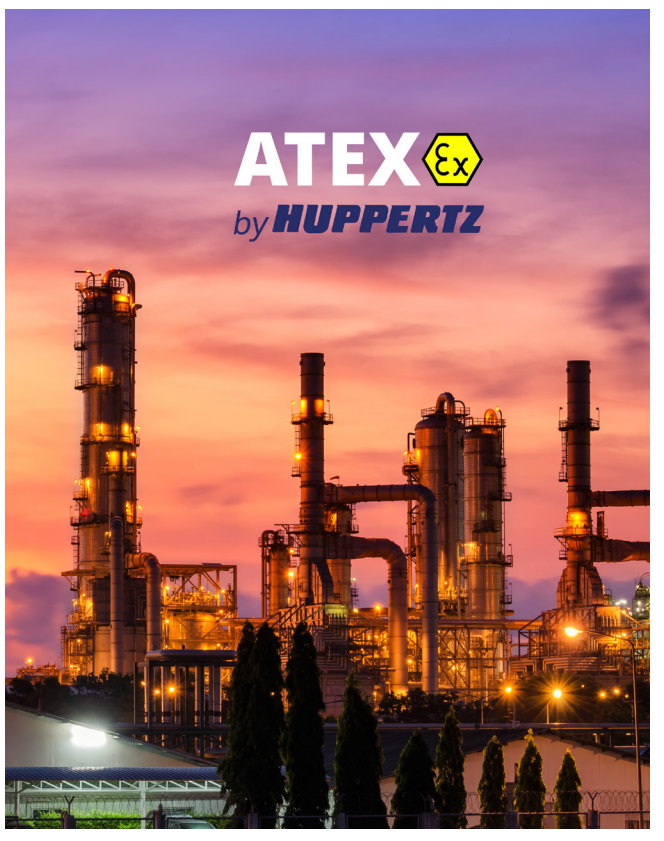
Kabelbinders
Colliers de câblage

Sirena Essentials
Les essentiels Sirena

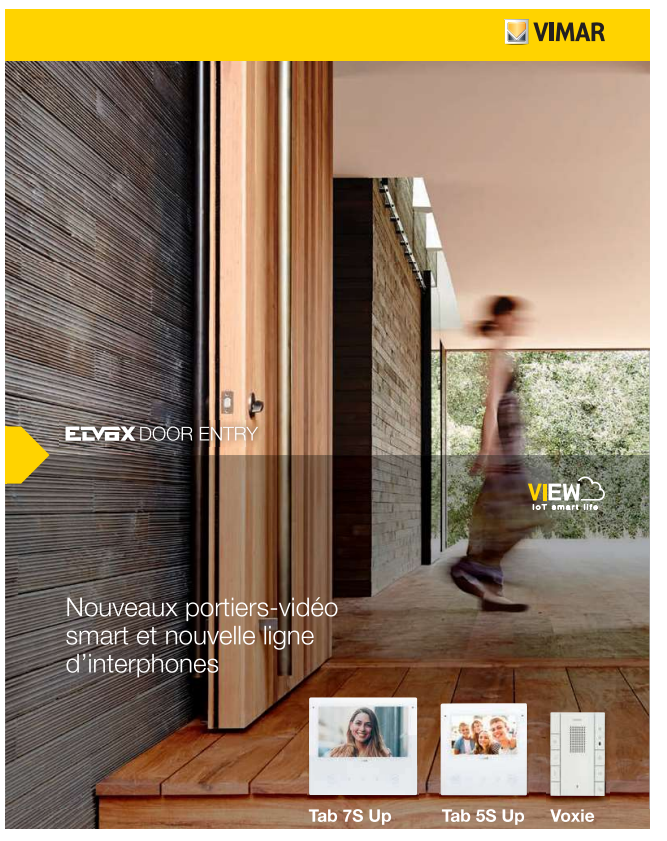


Algemene catalogus
Catalogue général

Werven
Chantiers



ATEX
by Huppertz



Elvox Parlofonie
Parlophonie Elvox

haupa®
Beghelli
SIRENA
GT®
Elektrotechnische Produkte
EINE MARKE DER FILOFORM GRUPPE
FHF
FUNKE+HUSTER·FERNSIG
NZR®
VORTICE
MEYER
Radium
Die Lichtmarke
arnocanali
flexa
Domintell
Smart living experience
Barthelme
LED Solutions
FANTON®
CAVI E COMPONENTI ELETTRICI
ERSA®
GLOBAL CONNECTIONS
ELVOX
VIMAR group
mepac
KALTHOFF
CONNECTORS AND CABLING SOLUTIONS
Texecom klaxon
LIGHT
INTERNATIONAL
goccia
ILLUMINAZIONE
LIGHTING SOLUTIONS
HOMEGA®
ILLUMINAZIONE
GIRARD SUDRON
ITALWEBER
ELETTRA
Power and control Made in Italy
MARINO CRISTAL
VENTURE®
LIGHTING
airfal
INTERNATIONAL
osmont®
CZECH LIGHTING PRODUCER
CONEX®
SINCE 1930
dot-spot®
Akzente setzen!
HUPPERTZ