

Nederlandse vestiging is nieuwe hefboom

Nanopixel zet in op internationale expansie

Bart Vancauwenberghe, freelancejournalist

Een marktleider in België en een stevige groeier over de grenzen: Nanopixel heeft de wind in de zeilen. Het Roeselaarse bedrijf van Dietrich De Blander en Eline Taelman bereikte die status dankzij een sterke kwaliteitsfocus en de brandende ambitie om te bewijzen dat je in deze nichemarkt wel degelijk tot een grote onderneming kan uitgroeien. "Naast de vastgoed- en de industriële markt, hebben we met de entertainmentsector een veelbelovend derde segment aangesneden."

Het geesteskind van **Dietrich De Blander** en **Eline Taelman** stamt uit 2010. De onderneming was aanvankelijk in Kortrijk gevestigd (sinds 2012 in Roeselare) en beleefde de eerste twee jaar een gestage expansie met 3D-visualisaties van vastgoedprojecten. "We kenden onze eerste forse groeischeut in 2014, toen we ons ook gingen toeleggen op virtual reality (VR). Dat vertaalde zich in een eerste project voor Unilin, waarbij mensen via een 'Virtual Floor Styler' in ruimtes konden rondlopen en zelf diverse vloerbekledingsstijlen konden kiezen. Sindsdien zijn nog meer industriële bedrijven de VR-mogelijkheden gaan verkennen. Het deed ons besluiten resoluut voor groei te kiezen, waardoor we in 2016 al een team van twintig mensen telden. De focus op oplossingen voor vastgoedklanten bleef, maar het belang van interactieve technologie ging stevig crescendo. Dat kreeg nog een extra dimensie in 2017, toen VR steeds beter ingeburgerd geraakte en ook op andere hardware (zoals touchscreens en videowalls) werd geïmplementeerd." Nog eens drie jaar later telt Nanopixel 52 medewerkers.

Op eigen kracht

Anno 2019 realiseerde Nanopixel een groei van 6,5 miljoen euro, nadat het er in slaagde het zakencijfer elk jaar te verdubbelen. "Het was de ambitie om dat opnieuw te doen tegen 2023, al worden we nu door de coronacrisis voor het eerst met een neerwaartse

curve geconfronteerd en moeten we die doelstelling misschien bijstellen. Het is wel een troef dat we tot nu toe alles met eigen middelen hebben bekostigd, zonder externe financiering. We willen die filosofie in de toekomst graag aanhouden, al zou het kunnen dat we ooit toch investeerders moeten zoeken, mochten we plots ook in het buitenland een enorme boost kennen."

Nanopixel noemt zich de Belgische marktleider in 3D-visualisatietechnologie omwille van verschillende redenen. "Toen we ermee begonnen zijn, stond deze markt nog in zijn kinderschoenen, waardoor we een bepaalde voorsprong hebben genomen. Ten tweede zie je dat de meeste van onze collega's doorgaans veel kleinere bedrijven zijn, van maximum tien mensen. Velen laten zich afremmen door het vooroordeel dat je met onze specialisatie in België niet groot kan worden, maar wij wilden bewijzen dat je er wel een groot bedrijf mee kan uitbouwen, zonder afbreuk te doen aan de kwaliteitsfocus. Dat kwaliteitsverschil situeert zich in een betere belichting, een verfijnde postproductie (het door fotoshoppern opwaarderen van de beelden om een aangename sfeer te creëren, red.) en een heel hoge beeldresolutie."

Lonken naar het Midden-Oosten

Die troeven speelt Dietrich De Blander ook uit op internationale beurzen. Daardoor creëerde het bedrijf een afzetmarkt in het Midden-Oosten. "Velen

vroegen zich af wat wij in godsnaam op een beurs in Dubai konden doen, maar ik stelde er snel vast dat wij onszelf een relevante speler mogen noemen. Dergelijke evenementen vergen een financiële inspanning, maar leveren altijd een mooie return op. Vandaag zijn we in verschillende landen actief, door telkens gericht in te spelen op vragen die op ons afkomen.

We stonden klaar in de startblokken om nog dit jaar een filiaal in Nederland te beginnen, maar door de coronapandemie staan die plannen even 'on hold'. Het neemt niet weg dat Nederland voor ons een interessante markt blijft – zeker voor vastgoed – en een vestiging daar kan extra capaciteit genereren om onze voetafdruk in Europa te versterken."

Kids corners

De Roeselaarse onderneming steunt vandaag op drie pijlers: vastgoed (circa 70% van de omzet), industrie (25%) en entertainment (5%, maar sterk groeiend). "We zijn in die laatste sector begonnen door voor retailspelers een interactieve kids corner te ontwikkelen. Terwijl hun ouders shoppen, kunnen kinderen een tekening kleuren, die op een muur leggen en hun tekening vervolgens in 3D tot leven zien komen. Ook de horeca (onder meer wegrestaurants) en zwembadketens (Lago, Sportoase,...) springen gretig mee op die kar. Voor de industrie ligt de focus op VR- en AR-toepassingen, met de klemtoon op



“We hebben onze steile groei vooralsnog helemaal zelf bekostigd, zonder externe financiering.”
Dietrich De Blander

© Luc Demiddele

online configuratoren en interactieve tools die ook optimaal functioneren in een browseromgeving. Het illustreert onze continue drang naar innovatie en expansie.”

Voor de vastgoedmarkt creëerde Nanopixel met **ShowReal** een ideale verkoopstool voor projectontwikkelaars en makelaars, omdat deze eindklanten de mogelijkheid biedt een levensechte virtuele rondleiding te krijgen in een vastgoedproject dat nog moet worden gebouwd.

In de wereld van de **escape games** is Nanopixel niet thuis. “Gaming is voor ons geen corebusiness, we hebben daar geen affiniteit mee.”

Goede uitvalsbasis

Vijftien tot twintig van de 52 Nanopixel-medewerkers zijn alumni van de **DAE-opleiding** in Kortrijk. “Die opleiding levert heel wat afgestudeerden op die uitstekend vertrouwd zijn

met de programma’s waarmee we 3D-visualisaties maken. Ze zijn technisch heel goed onderlegd, alleen moeten wij ze dan nog meer voeling met de architectuurwereld geven. Ook voor onze interactieve toepassingen beschikken ze over een brede basis. De meerwaarde zou voor ons nog iets groter zijn mocht Howest de studenten duidelijk maken dat ze met deze opleiding bredere perspectieven hebben dan werken in internationale gamestudio’s. Maar we klagen allerminst: de dialoog met de school is uitstekend.”

Over onderwijs gesproken: Dietrich De Blander is een schoolvoorbeeld van hoe de braindrain ook in omgekeerde richting kan werken. De Gentenaar voelt zich als een vis in het water in Roeselare. “In onze sector zou het bijna evident zijn om ons in Gent of Brussel te vestigen, maar we voelen absoluut die behoefte niet, integendeel. We hebben onze eerste woning in Kortrijk gekocht toen ik daar in

2009 freelance voor een bedrijf werkte. Als lid van The Hub zijn we ook actief in Gent. Dat biedt onze salesmensen de mogelijkheid om in Gent demo’s te geven en klanten te ontvangen.” Dat ondernemerschap weerspiegelt zich ook in verstandig omgaan met de coronacrisis. “We zijn tijdelijk teruggevallen op circa de helft van onze omzet: veel bestellingen zijn in de pijplijn blijven steken, maar we kunnen wel de projecten uitvoeren waarvoor al groen licht was gegeven. Daardoor zijn maar zeven mensen tijdelijk werkloos. Tijdens deze periode hebben we wel ervaren dat thuiswerken goed functioneert, al kun je zo natuurlijk niet dezelfde sfeer creëren als op kantoor. Onze ‘happiness officer’ waakt er evenwel over dat onze mensen zich goed in hun vel blijven voelen”, besluit Dietrich De Blander.

www.nanopixel.be