

GENOMINEERDE 2: **DIDIER DE SORGHER** (SPADEL)

EEN ECHTE BUSINESSPARTNER

Didier De Sorgher is financieel directeur van de drankengroep Spadel sinds 2008. Hij leidde de recente overname van het Bulgaarse bedrijf Devin in goede banen. Met die overname kon de Belgische leider in flessenwater een mooie omzetgroei realiseren.

“Daardoor is het zwaartepunt van de groep verschoven”, vertelde Didier De Sorgher ons vorig jaar. “Wij waren een bedrijf dat focuste op de Benelux, met enkele activiteiten in Frankrijk en Groot-Brittannië. Vandaag werken we veel meer internationaal. Dit is het startpunt van een versnelling van onze internationale ontwikkeling.” De overname van de Bulgaarse leider in flessenwater is een belangrijk wapenfeit voor de veertiger, die sinds 2004 actief is bij Spadel. In de eerste helft van 2017 bedroeg de omzet van de groep zo’n 150 miljoen euro, een forse stijging van bijna 18 procent in één jaar tijd. Als de nieuwe Bulgaarse activiteiten niet worden meegerekend, zou de omzet van de groep zijn gestegen met 7,2 procent in de eerste helft van het boekjaar.

Maar Didier De Sorgher is niet het type dat zichzelf graag bejubelt. Hij zal nooit een gelegenheid laten voorbijgaan om de medewerkers van het bedrijf in de kijker te zetten. De econoom van opleiding, die is afgestudeerd aan de ULB in 1994, begon zijn loopbaan als corporate tax consultant bij Arthur Andersen. Hij werkte toen ook een master in belastingadministratie aan de Solvay Business School af, voor hij enkele jaren later aan de slag ging bij Alti International. In 2001 stapte hij over naar Accenture. “Daar kwam ik in managementconsulting terecht.” Op zijn 34ste kwam hij terecht bij Spadel. “Frustrerend aan consulting was dat ik de verandering niet beleefde”, zegt hij. “Naar Spadel gaan was voor mij een



DIDIER DE SORGHER
“Het zwaartepunt van Spadel is verschoven.”

manier om niet in consulting te blijven en de gevolgen van mijn beslissingen te dragen.”

Innovatie als motor

Voor Didier De Sorgher moet een CFO een echte businesspartner zijn. “Sinds mijn komst is mijn functie in die richting geëvolueerd”, zegt hij. “Vroeger zag men niet echt het nut in van een dialoog met de financiële mensen van het bedrijf. Dat is helemaal veranderd.” Als er iets is waarop Didier De Sorgher trots is, dan is dat de filosofie van zijn bedrijf. “Wij denken geregeld na over de strategische plannen voor de komende vijf jaar, waarna we focussen op de prioriteiten. Zo kunnen we breken met dingen en opnieuw beginnen en beter doen.” Dat was het geval in 2008. “In plaats van ons op de externe groei te storten, hebben we ons afgevraagd wat we op orde moesten

brenge. We hebben alle afdelingen met rentabiliteitsproblemen aangepakt en vandaag is ons plan voor 2016 tot 2020 gebaseerd op de interne groei, aangedreven door innovatie en externe groei.”

Innovatie, dat is de motor die Spadel in staat stelt om marktleider te blijven in België en op te boksen tegen grote multinationals zoals Nestlé, Coca-Cola of Danone. Vorig jaar kondigde Spadel een investering van 12,8 miljoen euro aan voor een nieuwe productielijn in de fabriek Spa Monopole. Het doel: het hoofd bieden aan de explosieve groei van het gearomatiseerde water Spa Touch Of. De waterbottelaar heeft in 2017 zijn gamma gearomatiseerde bruisende waters uitgebreid met nieuwe smaken. Daarnaast heeft Spadel ook een reeks niet-bruisende natuurlijke limonades op de markt gebracht onder de merknaam Spa Duo. © J.L.