

Artoos Group deelt haar visie in het Mima Museum

Alain Vermeire |

De Artoos Group organiseerde op dinsdag 21 november een evenement in het nieuwe Mima Museum in Sint-Jans-Molenbeek. Artoos presenteerde er zich als leverancier van multichannel communicatiediensten.

Het privaat museum voor hedendaagse kunst Mima ligt vlak aan het kanaal Brussel-Charleroi, op een boogschuit van de bekende Antoine Dansaertstraat. Het is gehuisvest in één van de gebouwen van de vroegere brouwerij van Belle-Vue. De Artoos Group organiseerde voor klanten en relaties in het Mima haar 'Get a taste of the future' evenement.

Het Mima Museum dat op 16 april 2016 de deuren opende, toont kunst die nu wordt gemaakt en die via nieuwe platformen als het internet en sociale media wordt verspreid en gedeeld. Die online platformen creëren een directe lijn tussen kunstenaar en publiek. Disruptie en transitie zijn die avond ook de boodschap van de Artoos Group, die zich volop opwerpt als partner voor innovatieve marketingcommunicatiediensten. "Met print alleen ben je maar een van de velen in de wachtrij," zegt Jochen Colla, Strategic Business Director van

de groep hierover.

Colla toont tijdens zijn uiteenzetting de gevolgen die disruptieve technologie voor oude gevestigde bedrijven heeft gehad en presenteert waarop nieuwe bedrijven hun onderzoekspanningen concentreren. Zo zal 75 % van de ondernemingen in de S&P 500 (een aandelenindex van de V.S.) in 2030 vervangen zijn door andere bedrijven. Het pad naar een multi-miljard dollar bedrijf zal er helemaal anders uitzien. In onderzoek en ontwikkeling van artificiële intelligentie en deep learning worden enorme bedragen geïnvesteerd. 89 % van de winkelende consumenten in de V.S. kent Alexa, de digitale assistent van Amazon. De consument verdraagt geen overbodige, onpersoonlijke, irrelevante vragen en slechte klantenervaringen. Het begrip klantenrelatie krijgt een nieuwe betekenis. De Artoos Group wil deel uitmaken van dat toekomstige ecosysteem en partnerschappen aangaan om de juiste waarde-



De avond ging van start met een rondleiding in de tentoonstelling 'ART IS COMIC' in het Mima Museum.



Werk van de Luikse kunstenaars Mon Colonel & Spit.



Het gigantische tafelvotbalspel van Brecht Vandenbroucke.

proposities aan haar klanten te kunnen aanbieden. Een van die partners is het VR-

bedrijf Yondr uit Beveren. Virtual Reality heeft de mogelijkheden in zich om verhalen an-



Jochen Colla, Strategic Business Director van Artoos Group, wijst op disruptie en pleit voor transitie.



Uit de presentatie van Jochen Colla: de nieuwe klantenrelatie.



Napraten bij een post-evenement experience: virtuele realiteit gesimuleerd door Yondr.

ders te gaan vertellen. Pieter Van Leugenhagen, Co-Founder van Yondr, vertelt over de stand van zaken betreffende de marktadaptie van VR en de realisaties van zijn firma. Eén ervan was die in opdracht van Xeikon. Op de stand van de digitale persenbouwer op Drupa 2016, konden bezoekers met een VR-bril het printproces volgen binnenin de inmiddels afgevoerde Trillium-pers. Een recente opdracht was die van chocoladefabrikant Barry Cal-

lebaut. In Shanghai werd de lancering van een nieuwe chocoladesmaak -de roze chocolade zonder kleurstoffen- aan een beperkt en uitgelezen publiek kracht bijgezet met een VR-ervaring met sterke inhoud. De Artoos Group heeft een eigen oplossing voor augmented reality (AR) en de moose engine voor het automatiseren van de marketingprocessen van zijn klanten. De avond in het Mima houdt de belofte van verdere transitie in. ■

THE SERVICE YOU DESERVE

Albyco.be

DANKT AL ZIJN KLANTEN
VOOR HET GESTELDE
VERTROUWEN IN 2017 EN
WENST IEDEREEN EEN
DYNAMISCHE START IN
2018



NOORDERVAART 43 - 2200 HERENTALS - 014 41 55 35

WWW.ALBYCO.BE