

ZO

Het UNIZO-magazine voor de Limburgse
zelfstandige ondernemer / December 2018

IPARC: KMO van het Jaar **De kunst van het kunstonderhoud**

BIJ DE SERVICECLUB

Elitair of
vrienden-voor-
het-goede-doel?

AMBTENAREN VERSUS ONDERNEMERS

'Regelneven' en
'sjoemelaars'
over elkaars
vooroordelen

LIMBURG

FibriCheck:
meest beloftevolle
KMO 2018



“We nemen alle strategische beslissingen met z’n vijven. We zijn een coöperatieve.”

IPARC is KMO van het Jaar

Zaken doen met kunstzaken

Op het moment dat Danny Van Assche in het Casino Kursaal de naam onthulde van de KMO van het Jaar 2018, klonk er een oerkreet in de zaal. Met z'n vijven bestegen ze het podium, de *founding partners* van IPARC (International Platform for Art Research and Conservation). "We zijn zo verbaasd. Vereerd en blij, maar toch ook écht verbaasd. UNIZO kan goed geheimen bewaren", aldus een trillende *leading lady* Leen Gysen.

TEKST Paulien Coenaerts - FOTO's Pat Verbruggen

"Ja, we waren écht verrast", bevestigt Leen Gysen. "Dat was aan onze uitbundige reactie te horen, denk ik. Het is niet vanzelfsprekend dat een jury een bedrijf als het onze kiest. Omdat we in een nichemarkt zitten, omdat ons beroep niet erkend is, en omdat restauratie van kunst relatief onbekend en dus onbemind is als economische activiteit. Maar we zijn natuurlijk blij dat de jury toch ons uitverkoren heeft."

"We hadden ons ingeschreven omdat enkele mensen ons hadden aangespoord, en ook wel om zichtbaarheid te geven aan onze sector, die verder redelijk passief is. En dat is spijtig en meteen een van de grootste mankementen aan tal van opleidingen in de culturele economie. Je wordt weinig gestuurd in de richting van het ondernemerschap, terwijl er duidelijk opportuniteiten bestaan."

Samenwerking in de reinste zin van het woord

"We zijn met vijf zaakvoerders, in totaal telt IPARC 19 mensen. David, mijn man en schilderijrestaurateur, en ik wilden van in het begin een coöperatieve oprichten. In de aanloop naar de heropening van museum M in Leuven hadden we met andere restaurateurs gewerkt aan één collectie en gemerkt dat die kruisbestuiving heel inspirerend was. Kunst vraagt om een multidisciplinaire aanpak, en dat kan enkel door verschillende specialisaties samen te brengen."

"We nemen alle strategische beslissingen samen, met z'n vijven. Dat is niet altijd eenvoudig, maar wel een bewuste keuze,

die ons geen windeieren heeft gelegd. En ja, man en vrouw die samenwerken, dat is niet altijd even evident, maar uiteindelijk wel een absolute verrijking. En het werkt goed omdat we een duidelijke taakverdeling hebben. David staat in voor de afdeling schilderijenrestauratie en het onderzoekslabo, ik neem de zakelijke aspecten onder mijn hoede, zoals financiering, HR, marketing, *business development*... Dat lukt prima. We zien elkaar niet elke dag. Allee, op het werk. Thuis komen we elkaar wat vaker tegen (*lacht*)."

"We werken voor Nederlandse, Franse en Duitse musea. Daar ligt de marktprijs tot dubbel zo hoog."

Klanten en concurrenten

"60% van onze klanten komen uit de publieke sector. Musea, kerkfabrieken, gemeenten, steden, OCMW's. De andere 40% zijn projecten voor privéklanten. Daar zit een belangrijk groeipotentieel, want publieke projecten worden gefinancierd met restauratiepremies en die zijn geplafonneerd. Hoe we aan die privéklanten komen? Via mond-tot-mondreclame. Iemand aan jouw kunstwerken laten komen, dat is een vertrouwensmandaat."

"De gemiddelde behandeling van een werk duurt tussen drie en zes maanden, al

zijn er ook waar we al bijna anderhalf jaar aan bezig zijn. Ook het aantal mensen dat aan één object werkt, verschilt sterk. Aan grote schilderijen of een meubelensemble kunnen er dat drie tegelijk zijn."

"De offerte voor een project is niet altijd makkelijk op te maken. We kunnen alleen maar afgaan op wat we zien. Want als de afwerkingslaag eraf is, weet je soms niet wat je aantreft. En kan er een pak meer werk inkruipen dan je aanvankelijk hoopte."

De correcte prijs

"We werken voor een kleine sector, maar wel eentje met gevarieerde concurrentie. Werken we voor een museum, dan concurreren we met restauratoren die ook meedingen naar die opdracht. Bij grote projecten zijn het veeleer de restauratie-aannemers of bouwaannemers waartegen we moeten opboksen. Of mee samenwerken, dat gebeurt ook."

"Maar geen ander restauratiebedrijf is te vergelijken met IPARC. Niemand heeft eenzelfde portfolio van restauratiespecialisaties, een onderzoeksluik als het onze, en onze expertise in kunstopslag en ecologische insectenbestrijding."

"De bereidheid om voor zulke ingrepen de correcte prijs te betalen, blijft laag. Restaurateur is geen beschermd beroep, maar het is cruciaal voor het behoud en het beheer van ons nationaal erfgoed en dus om die reden maatschappelijk relevant."

"Een verzamelaar die een schilderij van Magritte in zijn collectie heeft, geeft sneller 75 euro per uur uit aan zijn garagist om de olie van zijn Porsche te laten ver- >>



Leens Gysen en haar man David, schilderijrestaurateur.

>> versen dan aan iemand die zijn schilderij onder handen neemt.”

“Ik denk dat de lage prijzen in België enerzijds komen doordat veel concurrenten meedingen naar eenzelfde project, en anderzijds doordat we bij de kunstenaars worden gerekend. Kunstenaars zijn we zeker niet, want we creëren niet. We zijn eerder wetenschappers. Bij restauratie komt vakmanschap kijken en werk je met je handen, maar het onderzoek dat eraan voorafgaat, is minstens zo belangrijk. Dat onderzoek is kunsthistorisch en materiaaltechnisch, en er komt heel wat chemie bij kijken.”

“Die prijsdruk lijkt er vooral in België te zijn. We werken ook voor Nederlandse, Franse en Duitse musea en daar ligt de marktprijs tot dubbel zo hoog. In de toekomst willen we nog uitbreiden naar andere landen, maar we moeten nog even nadenken welk operationeel model we daar hanteren. Vandaag sturen buitenlandse verzamelaars hun werk naar België of sturen wij een projectteam ter plaatse. Kunstopslag, insectenbestrijding en onderzoek zijn bijvoorbeeld ook makkelijker te internationaliseren dan de uitvoering van restauraties.”

“De ondernemer creëert welvaart. Dat zou gestimuleerd mogen worden.”

Toekomst: de nieuwe generatie

“De vorige generaties hielden hun *tips and tricks* halsstarrig voor zich. Delen was uit den boze, je zou maar eens een concurrent vooruithelpen met jouw kennis. Dat maakt dat er intussen heel wat kennis en handelingen verloren zijn gegaan. En dat

willen we in de toekomst voorkomen. We willen dat de kennis van onze *founding partners* – allemaal veertigers – overgedragen wordt. Het enige model is dan een structuur waarbij jongeren kunnen instromen, je hen opleidt en geleidelijk mee in je verhaal trekt. Coaching, levenslang leren en kennis delen zetten wij dus centraal. Zo is de toekomst verzekerd.”

“Wat er in de toekomst nog mag veranderen, is het ondernemersklimaat. De werknemer staat tegenover de ondernemer. Dat is zo voorbijgestreefd vandaag, mensen zullen tijdens hun loopbaan immers verschillende rollen opnemen. Een strikte splitsing is er vaak niet meer. Het moet dus gedaan zijn met dat verschil in de fiscaliteit zo te laten doorwegen, en onze pensioenen zo lamentabel laag te houden. De ondernemer creëert welvaart en tewerkstelling en draagt zo evengoed zijn deel bij. Dat zou gestimuleerd moeten worden, maar wat doet onze overheid? Het omgekeerde.”

“Polarisatie in de publieke opinie helpt de zaak ook niet echt vooruit. Wij geloven erg in publiek-private samenwerking als creatief model om kennis in te zetten en te vermarkten.”

KMO van het Jaar, dat moet gevierd worden...

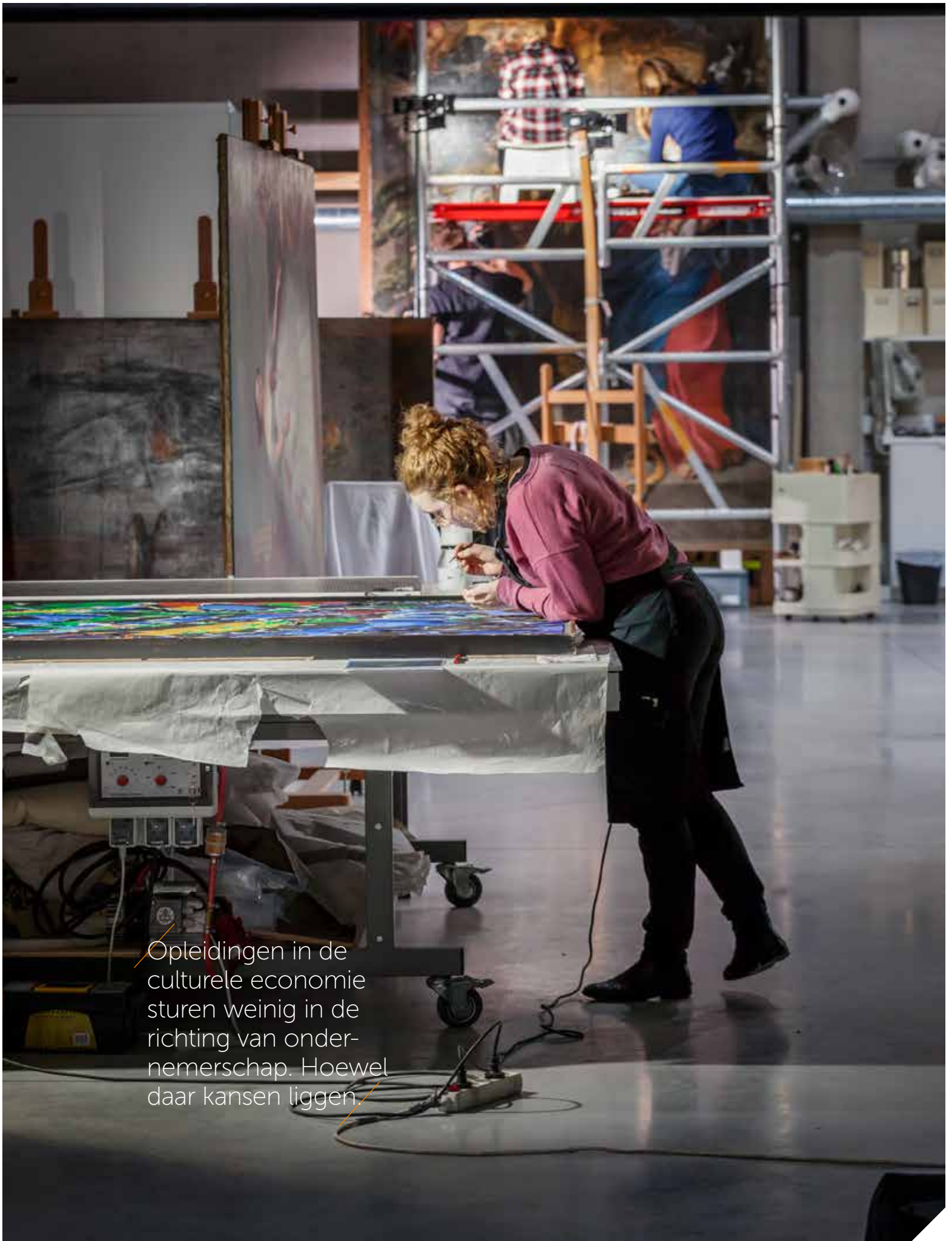
“Hoe gaan we vieren dat we KMO van het Jaar zijn? We hebben na de uitreiking al wat gevierd, natuurlijk. En we gaan nóg vieren, met het hele team en met een aantal klanten die belangrijk geweest zijn voor ons. Omdat de twee winnaars - de meest beloftevolle KMO van het Jaar StepUpConsulting en wij - uit dezelfde provincie komen, hebben we afgesproken dat we samen een feestje gaan bouwen. Waarschijnlijk in hun kantoor. Bij ons ligt dat wat moeilijk, met al die delicate kunstwerken in de buurt.”



“Coaching, levenslang leren en kennis delen staan centraal in onze coöperatie.”

/ iparc.eu

/ www.unizo.be/kmovanhetjaar



Opleidingen in de culturele economie sturen weinig in de richting van ondernemerschap. Hoewel daar kansen liggen.