

Benoeming van twee nieuwe directeurs voor Operations en Marketing & Commercial

Ulrich Bouly - Bruno Dierickx

Van telecom tot internationaal spoorwegverkeer:
Thalys neemt verschillende culturen en expertises aan boord

Brussel, 19 april - Het jaar 2017 tekent zich af als een jaar van vernieuwing bij Thalys, waar algemeen directeur Agnès Ogier de benoemingen aankondigt van Ulrich Bouly en Bruno Dierickx. Zij worden respectievelijk benoemd tot directeur Operations en directeur Marketing & Commercial.

Benoemingen in lijn met de dubbele focus op zowel flexibiliteit als operationele uitmuntendheid

Ulrich Bouly stuurde vanuit Antwerpen de ontwikkeling van Captrain Belgium aan, een internationale naam op het vlak van spoortransport van deur tot deur en logistiek. De expertise met betrekking tot het internationale spoortransport die hij daar vergaarde, brengt hem nu aan het hoofd van Operations bij Thalys.

Bruno Dierickx, die voortaan de afdeling Marketing & Commercial zal leiden, is een Belgisch expert in telecom en de digitale sector en heeft de transformatie van Proximus-Belgacom mee tot stand gebracht.

Ze worden lid van een multicultureel directiecomité, dat gevestigd is in Brussel en de waarden van een open beleid hoog in het vaandel draagt om te bouwen aan de Thalys van de toekomst.

“Met Ulrich Bouly verwelkomen we niet alleen een groot expert uit de internationale spoorwegsector, maar ook een specialist op het vlak van projecten voor strategische vernieuwing. Samen zullen wij de kaart trekken van de flexibiliteit en reactiviteit om binnen het domein van operations mee aan de Thalys van morgen te sleutelen.”

“Bruno Dierickx gaat ons helpen om Thalys verder te ontwikkelen in een mobielere, meer gediversifieerde wereld, waar men denkt in termijn van enkele maanden, niet meer van decennia en waar actief luisteren naar onze klanten centraal staat in al onze markten.”

(Agnès Ogier, algemeen directeur van Thalys)

Het directiecomité van Thalys. Van links naar rechts: **Bruno Dierickx**, nieuwe commercieel directeur van Thalys, **Véronique Bolland**, financieel directeur, **Agnès Ogier**, algemeen directeur, **David Réveillon**, directeur IT, **Eric Martos**, directeur Veiligheid, **Audrey Carrafa**, directeur Strategische Zaken, **Griet Liessens**, directeur Klantendienst en Kwaliteit, **Bertrand Camus**, directeur Diensten, **Ulrich Bouly**, nieuwe directeur Operations, en **Nele de Brabander**, directeur Human Resources.





Ulrich Bouly, directeur Operations

“We gaan de flexibiliteit en de analysecapaciteit waarvan onze teams dagelijks blijf geven op het vlak van operaties benutten om onze strategische projecten uit te voeren en ons transportplan aan te passen aan de noden van onze klanten.”

Ulrich Bouly, expert op het vlak van internationale spoorwegdiensten, kent “Thalysland” heel goed. Van 2003 tot 2006 was hij actief binnen het team dat in Metz instond voor de lancering van de TGV Est. De volgende 10 jaar werkte hij aan de ontwikkeling van vrachtvervoer tussen het noorden en het oosten van Frankrijk, België, Nederland, Duitsland en Luxemburg. Sinds 2010 was hij actief als internationaal directeur Productie en Engineering binnen de vrachtafdeling van SNCF Charbon-Acier en vanaf 2014 nam hij parallel de algemene leiding van Captrain Belgium op zich, waar hij instond voor de herstructurering.

Na zijn ingenieursstudies in Lille kwam Ulrich Bouly in 1997 in dienst bij SNCF. Deze polyvalente specialist op het vlak van operaties koppelt een uitgesproken interesse voor nieuwe beheerswijzen aan een uiterst resultaatgerichte bedrijfsbenadering. Hiervoor kiest hij resoluut voor een globale aanpak en trekt hij de kaart van innovatie en kwaliteit in een competitieve omgeving. Sinds 2001 zette hij zich in voor de eerste interoperabele treinen voor spoorwegvracht. In Lille leidde hij de eerste ISO 9001-certificatie voor vracht in. Aan het hoofd van Captrain Belgium slaagde hij erin de klanttevredenheid met 20% te verhogen.

Als hoofd van de afdeling Operations van Thalys zal Ulrich Bouly voortaan de projecten voor strategische vernieuwing en de herziening van de ontwerpen voor het transportplan leiden. Dit is zowel een technische als een organisatorische uitdaging, waarbij één concept centraal staat: operationele uitmuntendheid.

Deze 44-jarige Fransman, afkomstig uit Noord-Frankrijk, hecht veel belang aan de relaties tussen België en Frankrijk en is vader van drie kinderen.

Bruno Dierickx, directeur Marketing & Commercial



“Elke dag opnieuw zetten we ons in voor duizenden internationale reizigers, zowel zakenmensen als toeristen. We moeten de digitale revolutie benutten om hen nog beter van dienst te zijn. Het is niet alleen onze uitdaging om treinverkeer voor iedereen te organiseren, maar op maat van elke individuele reiziger, in een wereld die voortdurend in beweging is.”

Bruno Dierickx is expert in de digitale marketing en stelt de kennis en vaardigheden die hij verworven heeft tijdens twee decennia van radicale veranderingen in de telecomsector, nu ter beschikking van de spoorwegsector. Openstelling voor concurrentie, convergentie van vaste en draadloze telefoniesystemen, nieuwe gebruiken, nieuwe verwachtingen van consumenten en burgers, alles wat steeds sneller moet gaan ... Met Agnès Ogier, die zelf afkomstig is uit de NICT-sector, deelt Bruno Dierickx een cultuur van veranderingen die toelaat nieuwe bruggen te bouwen tussen verschillende werelden, met name op het vlak van industrie en diensten.

Na zijn opleiding als ingenieur Elektriciteit en met een diploma van Solvay op zak, richtte Bruno Dierickx zich vooral op commerciële functies en ging hij in 1995 aan de slag bij de groep Belgacom. Hij pakte er achtereenvolgens verschillende marketingproblemen aan, zowel voor residentiële klanten als bedrijven, gaande van prijszetting tot klantenservice. Sinds 2012 had hij de strategische leiding bij Proximus en stond hij in voor de digitale hervorming van de operaties. Hij hecht veel belang aan een efficiënt beheer van de waarde gekoppeld aan een gedifferentieerde klantervaring, vooral omdat het digitale beide mogelijk maakt. Thalys kan nu profiteren van deze uiterst transversale ervaring met klantendiensten en dit doorheen de hele keten van de relationele marketing.

Deze 44-jarige Belg is vader van twee kinderen.