

PAPIERGROOTHANDEL **IGEPA** VERDEELT NU OOK SCHOONMAAKMIDDELEN

# ‘Als je enkel op papier focust,

Geen crisisgevoel te bespeuren bij Dirk Salens en Rudi Mussche. Beide heren leiden samen Igepa Belux, de grootste papiergroothandel van het land. Om de krimpemde grafische markt te counteren, verruimen ze hun aanbod.

*Kurt De Cat, fotografie Kris Van Exel*

Igepa, een distributiebedrijf voor de grafische sector, nam dit voorjaar de familiale groothandel van hygiëne- en schoonmaakmiddelen Besto uit Turnhout over. Samen met het eerder overgenomen M&S in Tubeke worden de schoonmaakmiddelenactiviteiten ondergebracht in een aparte vennootschap.

“We hebben de traditie onze activiteiten te diversifiëren”, zegt Dirk Salens (52), de CEO van Igepa Belux. Hij leidt al twee jaar samen met managing director Rudi Mussche (48) de Belgische en de Luxemburgse activiteiten van de Duitse Igepa Group, een bundeling van groothandels met distributieactiviteiten in twintig Europese landen en in Australië en Nieuw-Zeeland. Igepa Group realiseerde in 2013 een omzet van 2 miljard euro met 3500 werknemers.

“Als groothandel in papierwaren en karton zijn we uitgegroeid tot de grootste speler op de Belgische markt. We hebben een marktaandeel van 40 procent. Maar de grafische markt is een structureel krimpemde markt. Om te groeien verruimen we ons aanbod”, stelt Mussche. Igepa Belux telt 325 personeelsleden en boekte in 2014 een geconsolideerde omzet van 181 miljoen euro. Met de overname van Besto komen er acht mensen en 3,3 miljoen euro omzet bij. De voormalige zaakvoerder-eigenaar, Juan De Houwer, blijft minstens vier jaar aan boord en zal de nieuwe vennootschap Besto - Part of Igepa Belux leiden.

## Geen rode cijfers

Vanuit de magazijnen in Aalter en Awans vertrekken dagelijks veertig vracht- en bestelwagens. Ze leveren tot 350 ton producten per dag. “Vroeger zaten onze vrachtwagens vol papier, tegenwoordig is de lading heel divers”, weet Dirk Salens. De start van de diversificatiestrategie begon bij Igepa al tien jaar geleden met de overnames van GCS (grootformaatprinters) in 2005, Sagamgraphic (machines voor grafische bedrijven) in 2008 en SD Graphics (materialen en grondstoffen voor drukkerijen) in 2012.

“Dat was onze eerste diversificatiegolf. Zo zijn we een totaalleverancier voor de grafische sector geworden, met naast papier en karton ook digitale printsystemen en bijbehorende afwerking, grafische software, grootformaatprinters en -media. Dankzij die strategie zijn we nooit in de rode cijfers beland. De rentabiliteit is tijdens de crisis serieus gedaald, maar we zijn altijd positief gebleven. We kunnen terugvalen op verschillende zaken, dat is zeer belangrijk. Als je enkel op papier focust, mag je het vergeten”, voorspelt Salens.

## Tweede golf

Volgens Rudi Mussche groeit het verkochte papiervolume bij Igepa Belux nog elke maand, maar de brutomarge per ton daalt. “We denken dat er over twee tot drie jaar weer een evenwicht komt in de papiermarkt. Daarom doen we er alles aan om ons marktaandeel intact te houden”, zegt Salens. ➔





# mag je het vergeten'



**RUDI MUSSCHE EN DIRK SALENS**  
"We zijn op zoek gegaan naar niet te complexe, stabiele, groeiende markten die niet vervangbaar zijn door het internet."

➤ Met de tweede diversificatiegolf mikt Igepa nu over de grenzen van de grafische sector. “We zijn op zoek gegaan naar niet te complexe, stabiele, groeiende markten die niet vervangbaar zijn door het internet”, duidt de CEO. Een eerste nieuwe productlijn bestond uit industriële verpakkingsmaterialen, zoals dozen, tapes, folies en omsnoeringsbanden. “Die markt hebben we op eigen kracht aangeboord door middel van een goed partnership met het Franse BBA Emballages. Hun producten liggen in het verlengde van onze kernactiviteiten en dat werkt, dat zorgt voor organische groei”, zegt Salens.

Een andere sector waar Igepa brood in zag, was de verdeling van hygiëne- en schoonmaakproducten. “Een nieuwe markt voor ons, vandaar onze keuze dat via overnames te doen. Onze eerste overname, M&S in Tubeke in 2013, was ons toegangsticket tot deze markt. Met onze tweede overname, van Besto dit jaar, willen we verder professionaliseren en sterk groeien”, vertelt Dirk Salens.

Igepa boekte in 2014 een brutomarge van ongeveer 30 miljoen euro. De papierstromen zijn nog altijd goed voor een derde ervan. Het aanbod van de eerste diversificatiegolf draagt 12 miljoen euro bij. De pas opgestarte tweede diversificatiegolf met verpakkingsmateriaal en schoonmaakmiddelen levert nu al samen zo'n 2 miljoen euro brutomarge op.

### Logistiek als toegevoegde waarde

De CEO heeft grote ambities in de schoonmaakmarkt. “We gaan voor een tweeledige aanpak. Onze verkoopteams zullen hun klanten benaderen met een basisgamma en voor de gespecialiseerde niches zoals ziekenhuizen, scholen, rusthuizen, zwembaden en sauna's zetten we het team van Juan De Houwer in”, zegt Salens.

“Het is wel een leerschool geweest om de logistiek van dat productengamma onder de knie te krijgen”, geeft Rudi Mussche toe. “We schuiven van nature met palletten papier. Hygiëne- en schoonmaakproducten, dat is net iets anders. Nu zijn we klaar om die nieuwe producten in onze logistieke flow te integreren.”



**RUDI MUSSCHE EN DIRK SALENS**  
**“Het menselijke aspect blijft in de verkoop zeer belangrijk. Het is onze sterkte, dat gaan we niet afbouwen.”**

### VOORSTANDER VAN CONSOLIDATIE

“Ik ben een grote voorstander van consolidatie in de markt”, zegt Dirk Salens, CEO van Igepa Belux. Sinds het faillissement van PaperlinX in april zijn nog drie distributeurs actief op de Belgische markt. “Ondanks het drama voor de medewerkers van dat bedrijf, is het toch een oogopener voor de sector, die zichzelf aan het devalueren is. De grafische industrie heeft behoefte aan de herwaardering van drukwerk en een correcte prijs. Anders is de markt niets meer waard en sterven we op nog meer drama's af.”

Volgens Salens heeft de WCO-wet de consolidatie ook geremd. “Wat zeer jammer is. De Wet op de Continuïteit van de Ondernemingen heeft niets opgeleverd. Ik zie geen behoud van tewerkstelling, alleen vertraging in de consolidering en prijsdumping à volonté.”

“Zo worden bedrijven kunstmatig in leven gehouden en ze gaan onder de prijs werken. Zo breng je goed georganiseerde drukkerijen in de problemen. Het is beter dat je consolideert en uitzuivert”, stelt Rudi Mussche.

Het bedrijf kiest ervoor de transport- en logistieke activiteiten niet uit te besteden. “Alleen zo kunnen we het serviceniveau handhaven”, zegt Mussche. “Als groothandel bieden we toegevoegde waarde door een brede voorraad aan te houden en klanten snel te beleveren. Voor schoonmaakbedrijven die op verschillende locaties actief zijn, kunnen we producten decentraal leveren. Onze chauffeurs zijn onze eerste verkopers en dat willen we zo houden.”

Volgens Rudi Mussche heeft die strategie het bedrijf de jongste jaren geen windeieren gelegd. “Klanten zijn gevoelig voor service. We hebben, tegen de trend in, geïnvesteerd in een nieuw gebouw en een modern logistiek apparaat. Het ging om een investering van 16 miljoen euro. Dat maakt ook deel uit van het succes. Onze magazijnen draaien op een nieuw ERP-platform.”

“De loonkostenproblematiek is bekend in België, we werken met eigen magazijniers en chauffeurs. We zijn tevreden dat we dit en volgend jaar de indexsprong hebben. Ik hoop dat de regering niet toegeeft. Dat scheelt een slok op de borrel. 2 procent op 22 miljoen personeelskosten, dat geeft wat zuurstof”, bevestigt Dirk Salens.

### E-commerce

Een nieuwe uitdaging wordt het opkrikken van het van e-commerce-aandeel. “We hebben een breed gamma en als distributeur moeten we binnen 24 uur kunnen leveren. Zowat 25 procent van de bestellingen gebeurt elektronisch. Dat kan beter. De komende maanden investeren we in ons elektronisch ordersysteem”, zegt Dirk Salens. Er wordt ook gewerkt aan een smartphone-app waarmee klanten de producten kunnen scannen in hun magazijn, waarna de bestelling meteen binnenkomt in het ERP-systeem van Igepa.

“Al blijft het menselijke aspect in de verkoop zeer belangrijk. Het is onze sterkte, dat gaan we niet afbouwen. In dit bedrijf leggen we de klemtoon altijd op groei en ondernemerschap, iedereen moet hier ondernemen, ideeën zoeken en voorleggen. Dat is heel belangrijk. Het alternatief is de service afbouwen, inkrimpen en herstructureren, en dat is zeker onze bedoeling niet.” ☉

### IGEPA BELUX\*

Bron: Igepa

| In duizend euro   | 2014**  | 2013    | 2012    |
|-------------------|---------|---------|---------|
| Omzet             | 183.837 | 180.139 | 181.660 |
| Cashflow          | 2939    | 3483    | 3400    |
| Bedrijfsresultaat | 100     | 301     | 1151    |
| Eigen middelen    | 25.625  | 25.525  | 25.209  |
| Totaal actief     | 107.233 | 94.409  | 85.715  |
| Personeel         | 325     | 311     | 305     |

\*geconsolideerd \*\*voorlopige cijfers