



**JOHAN MILLIAU EN  
STEVEN RIJSEMAKS**  
"Om onze concurrenten  
voor te blijven, moeten  
wij zwaar investeren in  
technologie."

BELSPPEED VERVIERVOLDIGT LOGISTIEKE DIENSTEN NA OVERNAME

# Te land, ter zee en in de lucht

De kledingverdelers Belspeed nam dit jaar zijn grote Nederlandse sectorgenoot TNT Fashion Group over. Een megadeal met FNG Group levert 250 nieuwe jobs op. "Met een doorgedreven kennis van de markt en voortdurende investeringen in technologie proberen wij het verschil te maken." **KARIN EECKHOUT, FOTOGRAFIE EMY ELLEBOOC**

In Desteldonk, in de Gentse haven, huist het logistieke centrum van Belspeed: 25.000 vierkante meter met duizenden truien en T-shirts van Superdry en andere hippe merken. "We hebben 50.000 producten in stock", zegt Johan Milliau, de CEO van Belspeed. "Alles wat je in de Benelux van die merken koopt, komt uit onze magazijnen." In Bergen op Zoom heeft Belspeed een nog groter magazijn – 45.000 vierkante meter – waar het populaire Abercrombie & Fitch wordt opgeslagen.

Belspeed startte in 1983 als transportbedrijfje in Eupen. Vanaf de eerste dag lag de focus op het vervoer van modetartikelen. "Je kan kleren in dozen persen, maar in het duurdere segment waarop wij ons richten, worden de stukken op hangers vervoerd en met de grootste zorg behandeld. De vrachtwagens moeten anders worden ingericht, met buizen op verschillende hoogtes, want een bermuda is korter dan een avondjurk."

## Innovatief idee

In de beginperiode van Belspeed begonnen grote Italiaanse merken naar België te exporteren. Aan de grens moesten de transporteurs toen stoppen om de dou-

## "TNT Fashion Group en Belspeed waren geografisch complementair"

aneformaliteiten te vervullen. De oprichters van Belspeed zagen daar een kans: ze plaatsten een magazijn net voorbij de grens en kwamen met de douaniers overeen dat de vrachtwagens daar mochten lossen. Belspeed regelde de papierwinkel. "Dat was toen een innovatief idee", vertelt Milliau. "Het was een eerste stap in de richting van supplychainedenken."

Tot begin jaren 2000 bleef Belspeed een transportbedrijf pur sang, vooral actief in Wallonië en Brussel. In Vlaanderen werd de eerste stap gedaan met een kantoor in Kruishoutem. Een strategische ligging voor de Franse merken die ons land binnenkwamen via Kortrijk.

Tijdens de crisis van eind jaren 2000 kreeg Belspeed het moeilijk. "De toenmalige eigenaars reageerden niet proactief genoeg en waren niet bereid om de

zware investeringen te doen die de business vraagt", legt Johan Milliau uit.

## Overname

In 2010 zagen Milliau, de operationeel directeur Steven Rymenans en Philippe Desmedt, de verkoopdirecteur, hun kans. "Het bedrijf had mooie klanten, een sterk team en een potentieel dat verder reikte dan onze landsgrenzen", zegt Milliau. Met de steun van Saffelberg Investments, het investeringsfonds van Jos Sluys, namen de drie, gepokt en gemazeld in de logistiek, Belspeed over. Het bedrijf draaide toen een omzet van 18 miljoen euro met 200 medewerkers. "Een leuke kmo, zij het met lichtrode cijfers."

De overnemers wisten goed waar ze naartoe wilden: "We zijn een supplychainbedrijf gespecialiseerd in mode en lifestyle. Nu snelheid belangrijker wordt in de modesector, zijn merken geneigd hun logistiek te outsourcen. Zodra de producten klaarliggen in de fabriek, waar ook ter wereld, is het onze job om ze zo efficiënt mogelijk bij de consument te krijgen. Dan kan via lucht, zee of land, naar een van onze magazijnen, waar ze soms een dag, soms maanden blijven voor ze vertrekken naar flagshipstores, mul-

➤ timerkenboetieks, of rechtstreeks naar de consument bij e-commerce.”

De business van Belspeed is niet zo simpel als hij lijkt, benadrukt Milliau. “De goederen van een Indiase fabriek naar de haven van Mumbai krijgen, ligt niet voor de hand. Soms is de tijd zo beperkt dat we van containervervoer op luchtvracht moeten overschakelen. Dan moet je weten welke luchthaven het beste geschikt is en welke maatschappij tegen de juiste prijs de beste service levert. En dan zijn er de douaneformaliteiten, de invoerrechten en de fiscaaltechnische kwesties. Door onze ervaring hebben wij die kennis.” Minstens zo belangrijk is de technologie die al die processen moet ondersteunen. “Om onze concurrenten voor te blijven, moeten wij zwaar investeren in technologie, zoals we altijd al deden. Onze IT-afdeling is groter dan die van andere logistieke bedrijven.”

#### Maal vier

In mei rondde Belspeed de overname af van TNT Fashion Group. “Onze grote broer, zeg maar. We hebben daarvoor onze krachten gebundeld met onze Turkse zakenpartner Netlog Logistics Group, die instaat voor alle transport tussen Turkije en België. Het koerierbedrijf TNT Express had marktaandeel verloren en moest focussen op zijn corebusiness. Mode paste daar niet in. TNT Fashion Group en wij waren geografisch complementair: zij zijn sterk in Nederlandse merken, wij in Belgische. Zij waren hier niet actief, wij niet in Nederland. Wij staan sterk in Frankrijk, Italië en het Verenigd Koninkrijk, zij dan weer in Duitsland en Scandinavië. Allebei zijn we heel actief op de Amerikaanse markt, waar we nu 40 procent van onze omzet draaien.”

Met de operatie verviervoudigde Belspeed in een klap zijn omvang. “Vorig jaar draaiden we een omzet van 25 miljoen euro, voor 2014 mikken we op een geconsolideerde omzet van 155 miljoen euro. Daarmee zijn we de grootste logistieke dienstverlener gespecialiseerd in mode en lifestyle in de Benelux, met zestien magazijnen — vijf in België, elf in Nederland — goed voor 300.000 vierkante meter opslagplaats en 30 miljoen behandelde stuks per jaar.”



**STEVEN RIJMENANS**  
“Mode is een van de grootste sectoren ter wereld.”

#### BELSPEED

Bron: Belspeed

In mln euro	2014(*)	2013	2012	2011
Omzet	155	25,5	23	20,8
Eigen vermogen	37,1	2,3	1,4	1
Ebitda	14,7	2,6	1	1,2
Solvabiliteit in %	53,9	24,5	16,5	9,2
Personeel (VTE)	1423	206	202	178

(\*) gebudgetteerd en geconsolideerd met TNT Fashion Group

“Waren we Europees de grootste van de kleintjes, dan behoren we nu tot de top drie. In vergelijking met de nummers een en twee, in Duitsland en Italië, hebben wij een geografisch voordeel: in het midden van Europa, dicht bij de belangrijkste consumenten, en tussen de havens van Antwerpen en Rotterdam en de luchthavens van Schiphol en Zaventem.”

#### Ondergewaardeerde merken

Maar de ambitie reikt verder dan de Benelux. “De wereldwijde modemarkt is 1,2 biljoen dollar waard, tegen 2020 wordt 2 biljoen dollar verwacht. Daarmee is het een van de grootste sectoren ter wereld”, weet Steven Rymenans. “Toch hebben sommige Belgische merken het moeilijk. Ze geraken moeilijk bui-

ten de landsgrenzen. Er bestaat in ons land een schat aan ondergewaardeerde merken. Omdat wij de mode-industrie door en door kennen, kunnen wij onze klanten helpen. Wij kunnen de juiste partners voorstellen, wij weten welke van de honderden Amerikaanse agenten eruit springen, welke de interessante beurzen in Azië zijn. Dat advies krijgen klanten er gratis bij. Want als de klant groeit, dan groeien wij mee.”

Belspeed is er ook voor merken uit andere regio's die naar onze contreien willen komen. Dat is het geval voor een aantal Chinese luxemerken. “Die halen tegenwoordig westerse managers en ontwerpers binnen. Ondertussen hebben ze een gigantische markt in hun eigen land, en ze hebben ook het geld om op de westerse markten in te zetten.”

Die internationalisering verloopt makkelijker via het internet. “Amerikaanse merken veroveren vaak eerst Europa via een webshop, om daarna pas fysieke winkels te openen.” In 2010 was de e-commerce wereldwijd goed voor 1 procent van de modeomzet, nu is dat al 12 procent. Verwacht wordt dat het percentage zal oplopen tot 25 procent. In Europa moet e-commerce nog echt van de grond komen. Toch is e-fulfilment bij Belspeed al goed voor 25 procent van de omzet. Jaarlijks worden ruim 6 miljoen pakketjes verstuurd naar onlineklanten.

#### FNG

In mei sloot Belspeed een meerjarencontract met FNG Group, de Belgische modegroep die eigenaar is van merken als Fred & Ginger, CKS, Van Hassels, Claudia Sträter en Expresso. FNG, dat vorig jaar een omzet van 135 miljoen euro draaide, besteedt vanaf 1 juni al zijn logistieke activiteiten uit aan Belspeed. De twaalf medewerkers die in het magazijn van FNG in Aartselaar werkten, zijn door Belspeed overgenomen.

De samenwerking leidde tot de opening van een gloednieuw distributiecentrum in Antwerp East Port in Grobendonk, op het Albertkanaal. De inplanting van 25.000 vierkante meter is verbonden met de nieuwe containerbinnenhaven. Over twee jaar zullen hier 250 mensen aan het werk zijn. ©