

Igepa investeert verder in diversificatie

Ondanks een marktdaling van 40 procent in de papierverkoop sinds 2008, is men bij Igepa niet bij de pakken blijven zitten. Het bedrijf zet volop in op diversificatie en volgens Dirk Salens, Managing Director van Igepa Belux nv, begint deze aanpak zijn vruchten af te werpen, want 2017 werd positief afgesloten.

De afgelopen jaren investeerde Igepa fors in infrastructuur, processen en mensen. Igepa telt meer dan 300 medewerkers en realiseert een omzet van om en bij de 170 miljoen euro. In Aalter verdubbelde de magazijn- en kantooroppervlakte en werd er ook geïnvesteerd in een showroom voor technologiepoot Sagam. Naar de toekomst toe ziet Igepa een nog grotere diversificatie buiten de grafische industrie, maar blijft terzelfdertijd ook stevig verankerd in de grafische sector. Performante logistiek, verkoop en een sterk uitgebouwde flexibele serviceonderneming zijn én blijven de kerncompetenties van het bedrijf.

Toekomst zit in diversificatie

Binnen de grafische toeleveranciers is Igepa zowat het toonbeeld van diversificatie. Voormalig Managing Director Jean Dooms zette dit in gang en die strategie wordt onverminderd verdergezet door huidige Managing Director Dirk Salens met een bijzondere focus op 'nieuwe producten voor nieuwe klanten'. "Diversificatie is noodzakelijk om de toekomst van Igepa veilig te stellen. Mocht papier vandaag onze enige bron van inkomsten zijn, dan hadden we de deuren waarschijnlijk al gesloten, want een daling van 40 procent in de papierverkoop in België vang je niet zomaar op."



Dirk Salens, Managing Director van Igepa Belux nv

Verandering in de papierverkoop

Maar papervolumes dalen ook in andere landen. Dirk Salens: "Een deel van dit volume is natuurlijk verdwenen naar lageloonlanden en buitenlandse onlinedrukkers, maar ook in Duitsland en de voormalige Oostbloklanden is het papierverbruik gedaald. Bedrijven bestellen kleinere oplages en dat vertaalt zich in minder papier-

verbruik, maar ook de substitutie door digitale media speelt een belangrijke rol. Het afgelopen jaar zagen we echter een stijging in de verkoop van speciale papiersoorten. Dit heeft dan weer te maken met een evolutie om terug meer marketing op papier te doen versus digitaal. Igepa speelt hierop in met zijn recente Lightbox-campagne: een nauwkeurig geselecteerde set papiersoorten voor een breed arsenaal van toepassingen. Ook bij de drukkers zien we een veranderd aankoopbeleid. Papier wordt niet enkel in bulk besteld, maar ook in exacte hoeveelheden en daar hebben wij met onze service op maat natuurlijk dé pasklare oplossing voor."

Nieuw leven in de brouwerij

Diversifiëren is dus noodzakelijk, maar dat is natuurlijk makkelijker gezegd dan gedaan. Dirk Salens legt uit: "Om diversificatie tot een goed einde te brengen, moet iedereen in het bedrijf aan hetzelfde zeel trekken. Daarom hebben we de afgelopen jaren zeer veel energie gestoken in interne communicatie en change management. Dat die verandering nu ook haar vruchten begint af te werpen is natuurlijk een mooie opsteker. En er zijn ook nog andere leuke neveneffecten, want de diversificatie heeft vers bloed in het bedrijf gebracht en dat brengt nieuw leven in de brouwerij."

Zelfde logistiek maar andere inhoud

Op de vraag wat die diversificatie dan juist inhoudt, antwoordt Dirk Salens dit: "Enerzijds zijn er de industriële schoonmaak- en hygiëneproducten. Eind 2013 deden we hiervoor een eerste overname en begin 2015 een tweede. Hiermee mikken we vooral op markten zoals ziekenhuizen, sportcentra, etc. Een tweede pijler bestaat uit verpakkingen zoals dozen, tape, bubbelfolie, etc. Hierin groeien we vrij snel, zo'n 25 procent per jaar, met voornamelijk nieuwe klanten als bpost en Ikea. En dan is er natuurlijk ook nog onze technologiepoot Sagam, waar we vooral een sterke groei zien in afwerking en veredeling. Ten slotte mikken we op een verdere groei in S&D, zowel in media als in machines. De logistiek om al die producten te leveren blijft dezelfde, maar de inhoud van de vrachtwagen ziet er natuurlijk een pak anders uit."

Besluiten doet Dirk Salens als volgt: "Vandaag ligt de verhouding tussen historische en nieuwe klanten nog rond de 70/30 procent, maar binnen vijf jaar streven we naar een 50/50-verdeling. Om dat te realiseren is er de laatste jaren veel bespaard op kosten, maar evengoed veel geïnvesteerd in kennis en groei. Die positieve weerslag maakt dat er zeer weinig personeelsverloop is. Ook het eigen magazijn en transportdienst blijven belangrijk, want die kost weegt niet op tegen de extra dienstverlening en meerwaarde voor onze klanten."

Meer info over Igepa vindt u op
www.igepa.be

