

# RETAILUPDATE

NIEUWSBRIEF VOOR DE RETAIL PROFESSIONALS MET AMBITIE  
VERSCIJNT WEKELIJKS | 15<sup>E</sup> JAARGANG | NR.23 | 14 MAART 2017

## IN DIT NUMMER

**P1**

**JACKIE-JANE CONCEPTSTORE PERMANENT IN KNOCKE**

**TELENET WIL KMO'S DIGITAAL VERSNELLEN**

**P2**

**AVANCE WORDT AFGESLANKT**

**NIEUW WINKELCONCEPT C&A SLAAT AAN**

**P3**

**INTRATUIN, VAN GASTEL EN OH! GREEN FUSEREN**

**STEVIGE KOOPBINDING IN AALST**

**P4**

**DE OPINIE VAN JOS DE VUYST (STOW)  
"REKKEN AANGEPAST AAN  
MAGAZIJNINRICHTING"**

## JACKIE-JANE CONCEPTSTORE OPENT PERMANENT IN KNOCKE

De jonge Belgische ondernemster Nanouk De Cauwer, ontwerpster achter het streetwear modelabel #NANOUK, is een creatieve duizendpoot met een duidelijke voorliefde voor mode. De jonge dertiger heeft ook haar eigen blog. Nadat ze drie keer een pop-up open hield in Knokke besliste ze nu om samen met haar man en interieurarchitect Anthony Boelaert om een pand aan de Lippenslaan om te toveren tot designparadijs om er een permanente Jackie-Jane conceptstore van te maken. Op één van de meest exclusieve locaties van het land staan mode en lifestyle er centraal. Jackie-Jane Conceptstore zijn de shoppers aan het goede adres om zowel gevestigde mer-

ken te vinden als nieuwe ontwerpers te leren kennen. Het aanbod bestaat niet alleen uit dameskleding, maar ook uit herenkleding en uit hippe kleren voor de kids. Nanouk De Cauwer showt er ook de allernieuwste prêt-à-porter collectie van haar eigen merk NANOUK: streetwear voor kinderen en volwassenen, maar ook coole kidskleding. Ook een selectie vintage designer handtassen ligt in de rekken. Het nieuwe pand biedt plaats aan de volgende modemerken: OneTeaspoon, Nunu Activewear, Fox Factor, #NANOUK, Sunglass Av, Mimo Bags, Drawn By Mommy, P'tit Chou, Roelandt Juweliers, The Boxy's, RR Interior, Wesound, JBL, Cycleur de Luxe, Patrick, Bites

by Dre, My Barefoot Island, Love Sundaily en veel meer. Om de beleving compleet te maken, is er, zoals dat tegenwoordig hoort, ook een hippe koffiebar met de naam "JOHN JOHN". Dit is een verwijzing naar John Jr Kennedy, een icoon in de zakenwereld en de zoon van Jackie Kennedy. De juiste mix van een aansprekende locatie, een uitstekend aanbod en veel aandacht voor beleving zullen volgens Nanouk De Cauwer bewijzen dat klanten zich nog wel degelijk naar de fysieke modewinkel willen verplaatsen.

<https://www.facebook.com/JackieJanebynoukalebog/?fref=ts>  
[www.preloved.be](http://www.preloved.be)

## TELENET WIL KMO DIGITALE VERSNELLING HOGER DOEN SCHAKELN

Uit een onderzoek dat GfK in opdracht van Telenet heeft uitgevoerd bij 304 kleine en middelgrote ondernemingen met maximaal 20 werknemers, blijkt dat de drempel om digitaal te ondernemen in ons land nog altijd hoog is. Zo heeft 43% geen website en 82% geen webshop. Natuurlijk zijn de cijfers bij zelfstandige retailers iets beter, maar ook daar kan er nog een flinke stap worden gezet om meer digitaal te ondernemen. Telenet Business, de zakelijke poot van het telecombedrijf, wil daarbij helpen en kondigde vorige week aan dat het de komende maanden een tiental onafhankelijke experts op pad zal sturen om gratis tips te geven aan 1.000

Vlaamse kleine en middelgrote ondernemingen. "Zelfstandigen die willen digitaliseren, botsen vaak op een aantal obstakels", verduidelijkt Martine Tempels, senior vice president Telenet Business. "Een vierde van de Vlaamse kmo's heeft geen tijd om er zich mee bezig te houden, en een op de vijf heeft er te weinig kennis over. Met het project 'De Digitale Versnelling' willen we het engagement aangaan om zelfstandigen en kleine ondernemingen te helpen om deze digitale uitdagingen om te zetten in opportuniteiten. We willen hen tonen dat online ondernemen met bijvoorbeeld een website, sociale media of e-mailcampagne niet moeilijk of tijdrovend hoeft te zijn

en snel een positieve impact kan hebben op hun zaak." Duizend zelfstandigen en kmo's kunnen een gratis bezoek aanvragen van een onafhankelijke digitale expert. Alle experts die Telenet op pad stuurt zijn specialist in een bepaald vakgebied, van adverteren op sociale media, over een webshop oprichten tot een gericht e-mailbestand opbouwen. De zelfstandigen kunnen zelf kiezen over welk onderwerp ze willen bijleren. Tijdens een persoonlijk gesprek van zo'n twee uur bij hen in de zaak, krijgen ze advies op maat om daarna zelf gericht verder aan de slag te gaan.

[www.digitaleversnelling.be](http://www.digitaleversnelling.be)

## ACTION WIL NOG STEEDS VAN GEEN WEBSHOP WETEN

Action boekte in 2016 een omzet van bijna 2,7 miljard euro en een bedrijfswinst van 310 miljoen euro. Ook in de winkels die al langer dan een jaar open zijn, ging de verkoop gemiddeld met 7% omhoog. Vorig jaar opende Action in totaal 179 nieuwe winkels, zodat er nu in de zes landen waarin het bedrijf actief is 852 winkels zijn. En het is volgens CEO Sander van der Laan, de bedoeling om ook dit jaar volop te blijven inzetten op nieuwe fysieke winkels, maar om tegelijk ook de bestaande ertoe te bewegen de klanten vaker te doen terugkeren. Ondanks de aantrekkende economie blijven veel consumenten elke

cent twee keer omdraaien voor ze hem uitgeven, zodat discountformules op forse "traffic" kunnen blijven rekenen. Op het programma staan bij Action voorts ook forse investeringen in IT, maar die gaan niet naar het bouwen van een eigen webshop. Terwijl zowat alle retailers ondertussen overtuigd zijn van omnichannel waarbij de webshop en de fysieke winkel elkaar versterken, lijkt Action koppig de boot af te houden. Analisten benadrukken dat dit echter weinig met koppigheid te maken heeft, maar wel met doordacht ondernemerschap en strategisch inzicht. Het bedrijf werkt immers met flinterdunne marges en als

er bij onlineverkoop veel retours zouden komen, dan kan het hele model waarmee het bedrijf zo succesrijk is geworden, op de helling komen te staan. Tegelijk mikt Action ook op beleving door de consumenten aan te praten dat ze in de winkels van het bedrijf op schattenjacht kunnen gaan en hun mandje kunnen vullen met een hele resem producten die gemiddeld nog geen twee euro kosten. Die beleving kan in een webshop volgens van der Laan niet worden gecreëerd.

[www.action.be](http://www.action.be)

## AVANCE WORDT FORS AFGESLANKT

De Belgische Euro Shoe Group verkoopt zijn schoenenketen Avance. Het familiebedrijf uit Beringen gaat zich volledig focussen op haar goedkopere keten Bristol en doet het duurdere Avance van de hand. "De Avance-winkels passen niet meer in de strategie van de Euro Shoe Group", zegt ceo Kurt Moons. "We willen ons nu volledig focussen op de ombouw van de Shoe Discount-winkels naar het Bristol-merk." Avance wordt daardoor fors afgeslankt. Van de 40 winkels gaan er 13 over naar de Limburgse Cardi Fashion Group. Achter die groep zitten

Dirk Peumans en Caroline De Backer, de uitbaters van de huidige Avance-vestiging in Leuven. De winkels die het jonge koppel overneemt, zijn vooral geconcentreerd in het Limburgse. Volgens Dirk Peumans was Avance verlieslatend, maar zijn de 13 overgenomen vestigingen wel rendabel. Door de overname is de toekomst voor 50 Avance-medewerkers verzekerd. Bovendien betekent de overname ook het startschot van een nieuwe koers. "We willen af van het 'keten-imago' en Avance een warmere, meer persoonlijke uitstraling geven", aldus Dirk

Peumans. De naam Avance blijft wel behouden. Verder worden 3 Avance-winkels omgevormd tot Bristol-vestigingen en worden 5 vestigingen in Wallonië overgenomen door de Waalse schoenwinkketen Maniet. Voor de resterende 20 Avance-winkels is er nog geen oplossing gevonden. "We gaan ook voor deze winkels een overnemer zoeken. De filialen waarvoor dat niet lukt, zullen echter gesloten worden", aldus nog Kurt Moons. De komende maanden verwacht hij meer duidelijk.

[www.avance.be](http://www.avance.be)

## CROCS SLUIT 160 WINKELS

Die andere schoenenketen Crocs gaat al zeker 160 winkels sluiten. Het Amerikaanse schoenenmerk zit in slechte papieren en gaat forse besparingen doorvoeren om het tij te doen keren. Toch is ceo Gregg Ribatt niet negatief: "Vooruit kijkend naar de toekomst ben ik positief, want ik geloof erin dat onze acties de weg vrij maken voor groei en een verbetering van de aandelen."

Het afgelopen fiscale jaar daalde de verkoop van Crocs met 4,7 procent, wat de omzet deed

uitkomen op 990 miljoen euro. Het is bovendien al het tweede jaar op rij dat de verkoop van het merk, dat bekend staat voor zijn kleurrijke rubberen schoenen, daalt. In 2015 sloot Crocs het boekjaar immers af met een verlies van 30 miljoen euro. Na de tegenvallende cijfers van de afgelopen twee jaar besliste het bedrijf nu om kosten te besparen om zo de efficiëntie van de productie en de operationele processen te waarborgen. De sluiting van een flink pak winkels maakt deel uit van die besparingsronde.

In 2018 moeten net geen 160 locaties van het schoenenmerk gesloten zijn, wat de winkels wereldwijd terugbrengt van 558 naar 400. De exacte locaties van de winkels die de deuren moeten sluiten, maakte Crocs voorlopig nog niet bekend.

Crocs sloot eerder al zijn winkel in Antwerpen, waardoor het in ons land alleen nog in Brussel een filiaal heeft. In Nederland is het merk te vinden in Rotterdam, Amsterdam en Maastricht.

[www.crocs.be](http://www.crocs.be)

## NIEUW WINKELCONCEPT VAN C&A ZORGT VOOR INTERESSANTE OMZETPLUS

Modeketen C&A gaat binnenkort van start met de grondige verbouwing van al zijn winkels. In september van dit jaar wordt alvast het eerste filiaal in het Nederlandse Arnhem onder handen genomen. Die vestiging wordt niet alleen in een nieuw kleedje gestopt maar krijgt ook een heus nieuw winkelconcept aangemeten. Dat concept werd ondertussen in acht winkels in België en Duitsland uitgetest en de resultaten zijn veelbelovend. "Bezoekers blijven 25 procent langer in de winkel en er is sprake van een

interessante omzetplus", stelt Marc Estourgie, directeur van C&A Nederland.

Opvallend in het nieuwe concept is dat de winkels donkerder en spannender zullen ogen en dat de producten echt volledig in de spotlights komen te staan. Klanten zullen ook sneller naar het assortiment van hun stijl worden geleid. En er komen plaatsen waar de shoppers zowel hun eigen batterijen als die van hun telefoon kunnen opladen.

De eerste vernieuwde winkel in Arnhem opent

de deuren na de zomer en daarna wordt het concept verder uitgerold. Het komende anderhalf jaar staan er al zeker vijf vestigingen op de planning maar dat kunnen er volgens Marc Estourgie nog meer worden.

De verbouwingen maken deel uit van het vierjarenplan waarin C&A een miljard euro investeert, als antwoord op de dalende omzetten. Tegen 2021 moet 80 procent van alle filialen gemoderniseerd zijn.

[www.c-and-a.com](http://www.c-and-a.com)

## WOMED AWARD VOOR UITBAATSTERS DUURZAME KLEDINGHANDEL

Uit handen van Koningin Mathilde ontvingen Adinda De Raedt en Froya Deryckere van 'Froy & Dind' vorige week de "WOMED Award", de prijs die UNIZO en Markant vzw, met de steun van het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen (VLAIO), jaarlijks toekennen aan ondernemende vrouwen. De twee ondernemsters staan aan het hoofd van Froy & Dind, een niet alledaagse groot- en kleinhandel in ecologische baby-, kinder- en dameskleding, met een winkel in Antwerpen en 400 internationale B2B verkooppunten in Duitsland, Frankrijk, Nederland en de Scandinavische landen. De jury prees niet alleen de duurzame aanpak en het moderne personeelsbeleid van de twee ondernemsters, maar ook hun inspanningen om meteen internationaal te denken.

[www.froydind.be](http://www.froydind.be)

## WAAELSE RETAILPROJECTEN HEBBEN LOOD IN DE SCHOENEN

Er is veel aandacht gegaan naar de opening van **Rive Gauche** in Charleroi, maar in de andere grote Waalse steden trappelen de in de steigers staande retailprojecten ter plaatse. De projecten **Les Rives de Verviers** van 20.000 vierkante meter in Verviers en **Côté Verre** van 23.000 vierkante meter in Namen liggen stil omdat ontwikkelaar Urbanove in gerechtelijke reorganisatie is gegaan en nu hoopt op nieuwe investeerders. Ook **La Strada** op 38.000 vierkante meter in La Louvière, op de voormalige site van Royal Boch, heeft lood in de schoenen terwijl er heel zwaar buurtprotest is tegen de geplande uitbreiding tot 50.000 vierkante meter van **L'Esplanade** in **Louvain-La-Neuve**.

## MEER ONLINEVERKOOP MOET RESULTATEN HUGO BOSSI IN 2017 VERBETEREN

Het Duitse modehuis Hugo Boss, dat in België 32 verkooppunten heeft, vaak in Galeria Innovegelingen, publiceerde vorige week zijn jaarcijfers over 2016. Met name door lagere verkopen in China en de Verenigde Staten, daalde de omzet met 4% tot 2,7 miljard euro. De operationele winst ging met 17% achteruit. In 2017 mikt het bedrijf weer op meer winst door onrendabele winkels te sluiten en volop in te zetten op onlineverkoop. Bij een stabiele omzet zou dat de winst van het bedrijf opnieuw met zowat 10% moeten doen stijgen.

[www.hugoboss.com](http://www.hugoboss.com)

## INTRATUIN, WALTER VAN GASTEL EN OH! GREEN GAAN SAMEN VERDER

De twee Vlaamse tuincentrumketens Walter Van Gastel en Intratuin gaan fuseren met hun Waalse sectorgenoot Oh! Green. Die nieuwe groep zal zo 16 winkels in Vlaanderen en Wallonië tellen, een omzet van 70 miljoen euro boeken en 280 mensen voltijds tewerkstellen. Vandaag maken Walter Van Gastel en Intratuin nog deel uit van de Belgische entiteit van doe-het-zelfketen Hubo, maar beide tuinketens verlaten de Hubo-groep en worden samen met

Oh! Green gegroepeerd in een nieuw fusiebedrijf. De doe-het-zelfketen blijft wel aan als aandeelhouder van het nieuwe fusiebedrijf, dat ook door Pentahold en E-capital wordt gesteund. Die investeringsfondsen hebben op dit moment respectievelijk twee derde en een derde van de aandelen van Oh! Green in handen. Het nieuwe fusiebedrijf zal, op Aveve na, de grootste tuincentrumketen van het land worden. Bovendien wil het blijven groeien door

nieuwe winkels te openen en eventueel andere tuincentra over te nemen. Veel van de circa 600 tuincentra in België zijn vandaag nog in familiale handen dus dat biedt zeker nog mogelijkheden voor de groep.

Intratuin is met vijf winkels actief in België, waarvan er vorig jaar drie in handen kwamen van Hubo België. De keten telt in totaal 61 vestigingen, waaronder vier in Duitsland.

[www.intratuin.be](http://www.intratuin.be), [www.oh-green.eu](http://www.oh-green.eu)

## KLEINE 10% VAN WINKELPANDEN STAAT LEEG

De winkelleegstand in België is vorig jaar lichtjes gestegen. Uit cijfers van Locatus blijkt dat nu ruim 20.000 winkelpanden leeg staan, op een totaal van 209.329. Dat is 9,6 procent van alle panden. In Vlaanderen bedraagt de leegstand 9 procent, in Brussel 10 procent en in Wallonië 11 procent.

In de grotere kernen in België is de winkelleegstand het hoogst: rond de 15 procent. Op perifere locaties (solitaire winkelpanden, baanwinkels, meubelboulevards) is dit een stuk minder:

rond de 6 procent. Ook de shoppingcenters doen het relatief goed met een leegstand van gemiddeld 5,6 procent. De top 5 van de branches die de grootste bijdrage leverden aan de leegstand in 2016 zijn: cafés (156), damesmode zaken (104), restaurants (78), kappers (60) en minisupers (54).

Er zijn in 2016 wel 1.549 winkelpanden verdwenen, door bijvoorbeeld ombouw naar woningen of door afbraak. Maar ondanks deze forse hap uit het winkelbestand is het aantal

leegstaande winkelpanden nog steeds toegenomen. Daarnaast is, ondanks de daling van het aantal winkels, het winkelverkoopvloeroppervlak met ruim 100.000 vierkante meter toegenomen in 2016. Het totale oppervlak aan winkelruimte in de detailhandel (in gebruik en leegstaand) is de afgelopen 10 jaar met bijna 3.000.000 vierkante meter toegenomen. Er wordt in België met andere woorden duidelijk meer gebouwd dan de markt kan absorberen ...

[www.locatus.com](http://www.locatus.com)

## STEVIGE KOOPBINDING IN AALST

Wie aan het Oost-Vlaamse Aalst denkt, zal de stad allicht meteen associëren met carnaval. Maar Aalst is uiteraard meer dan zotskappen. Er werden tal van inspanningen gedaan om het centrum te verfraaien. Een goede mix van handelszaken en horeca zorgt voor een stevige koopbinding en sterke regionaal stedelijke uitstraling.

Het centrum van de stad heeft een winkelaaanbod van 58.415 vierkante meter. Maar er kwamen kapers op de kust, zoals langs de Gentsesteenweg en Vijfhuizen, Brusselsesteenweg en R41 Ring Oost. En in volle ontwik-

keling aan de linkeroever van de Dender is een retailpark van 15.000 vierkante meter op de oude site van Tragel in ontwikkeling waar onder meer Aldi, Blokker, Leen Bakker en mogelijk ook Decathlon worden verwacht naast woongelegenheden en de nieuwe basketbaltempel van Aalstar Okapi. Of de extra winkelruimte op de Tragel-site geen bedreiging is voor het centrum? Toch niet, zo is schepen voor Lokale en Sociale Economie, Foren en Landbouw Katrien Beulens (CD&V) ervan overtuigd. "Het zou voor de handel in de kern geen probleem mogen zijn", zegt ze. "En als de Tragel delokalisaties

met zich meebrengt, zal het gaan om zaken die nu al gevestigd zijn aan de rand. Ik zie er geen uit de kern verhuizen." Freek Van Neck, voorzitter van Unizo Aalst is het met dit laatste volledig eens. "Er wordt momenteel aan een studie gewerkt waarbij de insteek is om klanten van de Tragel naar het centrum te lokken, wat al wandelend of fietsend heel goed mogelijk zou zijn."

[www.aalst.be](http://www.aalst.be)

*Meer weten over Aalst? Lees dan zeker Retail Update Magazine!*

## URBAN RETAIL: VIND JE WINKELPAND IN 3 CLICKS

Met Urban Retail kunnen winkeliers die op zoek zijn naar een tijdelijk pand in Wallonië in amper drie clicks een gepaste oplossing vinden. Zowel kandidaten voor als eigenaars van een pand kunnen op dit Waalse platform terecht, dat ondertussen tal van tijdelijke locaties bundelt. Het platform is volledig gratis, en rekent geen kosten of commissies aan.

[www.urbanretail.be](http://www.urbanretail.be)

## UMBRIS CONCEPTSTORE VOOR TUIN EN TERRAS

De gloednieuwe Lokerse conceptstore Umbris inspireert met creatieve oplossingen voor tuin en terras. Hoe multifunctioneler je tuin, hoe langer je er immers van kunt genieten. Met een lamellendak, dat voor schaduw zorgt bij mooi weer en dat je kunt sluiten bij regenweer, biedt Umbris een architecturaal antwoord op ons wisselvallige Belgische klimaat.

[www.umbris.be](http://www.umbris.be)

## GEOPOST ZET IN OP EXPRESS PAKKET-BEZORGING IN STEDEN

GeoPost, het internationale filiaal van de Franse Groep La Poste verantwoordelijk voor expressleveringen, kondigt de overname aan van Stuart. GeoPost verwerft 100 procent van het kapitaal van het bedrijf, dat een geavanceerd technologieplatform ontwikkelde voor express pakketbezorging in stedelijke omgevingen.

[www.stuart.com](http://www.stuart.com)

## DE OPINIE VAN...

### JOS DE VUYST (CEO STOW)

## *“Rekken helemaal aangepast aan magazijninrichting”*

Een topdriespeler in Europa én wereldwijd: die gunstige marktpositionering verwierf Stow doorheen haar veertigjarige geschiedenis. De specialist in de bouw van industriële rekken en magazijnoplossingen zit op de site in Spiere-Helkijn weliswaar aan haar limiet, maar dat is geen obstakel om het groeiscenario te stoppen, integendeel. Ook voor heel wat spelers in de retailsector is Stow een belangrijke partner.



#### HOE IS STOW DOORHEEN DE VOORBIJE VEERTIG JAAR GEËVOLUEERD?

**De Vuyst:** “De onderneming is in 1977 in Wevelgem opgericht als klein familiebedrijf. Sindsdien is er ontzettend veel veranderd en hebben we een echte metamorfose ondergaan. Na diverse eigenaarswissels zijn we er toch in geslaagd om onder meer in Europa (top drie) en Azië uit te groeien tot een cruciale toeleverancier voor de logistieke sector noemen. Intussen zijn we al sinds eind jaren negentig gevestigd in de industriezone van Spiere-Helkijn.”

#### WAT DOEN JULLIE SPECIFIEK VOOR JULLIE KLANTEN?

**De Vuyst:** “We verzorgen een integrale dienstverlening, van A tot Z. Doorgaans komt de klant bij ons langs met een plan. We denken mee over de logistieke stromen en helpen die optimaliseren, ontwikkelen klantgerichte producten op basis van standaardcomponenten en verzorgen ook zelf de installatie. Naast het bouwen van het statische gedeelte, kunnen we ook instaan voor kleinere automatiseringen. Als het om volautomatische magazijnen gaat, werken we samen met specialisten. Hoe gek het ook kan klinken: soms vormen de rekken zelf de contouren van het gebouw en wordt daar alleen nog een ‘schild’ rondgebouwd. Dat is onder meer zo voor bepaalde hoogbouwmagazijnen.”

#### OVER WELKE EXPANSIEMOGELIJKHEDEN BESCHIKT U NOG OP DEZE SITE?

**De Vuyst:** “We benutten hier elke vierkante centimeter van de site optimaal en helaas is er geen ruimte meer om verder uit te breiden. We

werken in vijf shifts en zitten logistiek aan ons maximum. Daarom hebben we beslist om een nieuwe fabriek te bouwen aan de Tsjechisch-Poolse grens. Op termijn moet die qua grootte de evenknie van Spiere worden. Dit zal absoluut geen gevolgen hebben voor de werkgelegenheid hier, integendeel. De voorbije jaren hebben we circa tachtig mensen aangeworven, we kunnen trouwens nog extra mensen gebruiken.”

#### HOE KAN DE ONDERNEMING DAN VERDER UITBREIDEN?

**De Vuyst:** “Tegenwoordig maken we deel uit van de financiële groep Averys, die nog andere rekkenfabrikanten telt. Rekken zijn vrij zware producten die een aanzienlijke transportkost impliceren. Daarom zou het ideaal zijn mochten we nog meer productiebedrijven hebben, verspreid over Europa, zodat we de transportkost voor onze klanten kunnen verlagen. Om dat te verwezenlijken, is de kans groot dat we op termijn acquisities gaan realiseren.”

#### OP WELKE MANIER IS HET OMZETCIJFER GEËVOLUEERD?

**De Vuyst:** “2009 en 2010 waren zeer moeilijke jaren, maar sindsdien is elk jaar eigenlijk een recordjaar, zowel qua omzet als qua winst. Vorig jaar waren we goed voor een omzet van 270 miljoen euro, een cijfer dat in 2017 normaliter zal worden overschreden. De start was alvast fenomenaal. De huidige hoogconjunctuur danken we hoofdzakelijk aan twee redenen: we beheren het bedrijf als een goede huisvader en plukken de vruchten van een goed draaiende economie. Bovendien is er de verdere opmars

van e-commerce, dat een totaal andere magazijnaanpak vergt, waardoor nogal wat klanten magazijnen ombouwen of bijplaatsen. De vraag is dus groot.”

#### ZIT ER OOK EEN ADDERTJE ONDER HET GRAS?

**De Vuyst:** “Kijk, de logistiek is een heel cyclische sector. Het valt daarom niet uit te sluiten dat er vroeg of laat weer een knikje komt in die groei, maar vooralsnog vangen we alleszins geen signalen in die richting op. We zijn voortdurend bezig met onze organisatie te optimaliseren, dat kan helpen om op termijn te anticiperen op een eventuele terugval.”

#### HOE GROOT IS DE INNOVATIEFACTOR VAN EEN REK?

**De Vuyst:** “Je kan je daar serieus op blindstaren. Wij werken uitsluitend met rekken in staal, maar die grondstof is mettertijd ook fors geëvolueerd. Tegenwoordig zijn er, in vergelijking met vroeger, betere, dünnere maar sterkere staalvarianten op de markt. Uiterlijk zie je misschien weinig verschillen, maar ook in die markt zijn er continu innovaties”

#### IN HOEVERRE WORDEN JULLIE REKKEN IN WINKELS GEBRUIKT?

**De Vuyst:** “Stow-rekken vind je hoofdzakelijk in industriële magazijnen, maar met onze standaard componenten ontwikkelden we ook een aantal concrete winkeltoepassingen, onder meer voor Colruyt en Ikea.”