

De textiel- en confectiesector in België: verhalen in maatpak

De textielsector is in crisis. Een boutade waarmee we u waarschijnlijk weinig nieuws vertellen, maar waar vier klanten van Deloitte Fiduciaire die elk hun eigen activiteit in deze grote sector hebben, op hun eigen manier mee omgaan. Verhalen over specialisatie, het creëren van toegevoegde waarde, de samenwerking met Deloitte Fiduciaire, maar vooral over heel veel passie.

Portobello, Leuven

Marc Vandeven startte in 1982 als telg van een gekende Leuvense kledingzaakfamilie een herenkledingwinkel in de Bondgenotenlaan. In 2003 ruilde hij de 2 bestaande vestigingen in voor een nieuwe locatie met bijna dubbel zoveel winkelruimte. Dat zorgde voor een veel grotere uitstraling en een betere winkelervaring voor de consument.

Marc Vandeven: "Onze sector in crisis? Als detailhandelaar merk ik daar de laatste jaren gelukkig niet veel van. Wij hebben, ongetwijfeld sterk gesteund door de vernieuwing van onze winkel, 4 zeer goede jaren achter de

rug. Sommige collega's klagen, anderen niet. Je hoort altijd de twee kanten. Wij zullen ook wel eens mindere tijden kennen, maar daar proberen we ons zo sterk mogelijk tegen te wapenen. Door bijvoorbeeld ons gamma vrij breed te maken. Wij kleden jongeren van 16 jaar tot klassiekere zestigers. Je moet je specialiseren naar een bepaalde doelgroep, maar je moet ook de poten niet van onder je stoel zagen.

Breed blijven als multibrandwinkel geeft ons de gelegenheid om een sterke service te geven aan onze klanten. Dat voordeel hebben de monomerkwinkels niet."

Voel je bij leveranciers dan meer moeilijkheden?

"Ik kan alleen constateren dat het voor onze leveranciers zeer moeilijk wordt om nog in hun thuisland te fabriceren. Wij werken veel met Duitse, Italiaanse, Spaanse en Nederlandse collecties, en als je merkt dat een Italiaanse leverancier zijn hemden al aan 200 euro moet verkopen omdat ze nog in Italië gefabriceerd worden, dan moeten we afhaken. Dat is een prijsniveau dat niet meer hanteerbaar is. Ik spreek over productie. Want styling, ontwerp, marketing... dat gebeurt wel nog in West-Europa."

Wat kan Deloitte Fiduciaire betekenen voor een winkel als Portobello?

"Mijn vrouw en ik hebben geen kinderen en wilden wat meer tijd voor onszelf. Veerle, één van onze losse medewerksters gaf op dat moment te kennen dat ze veel voelde voor de zaak, en daar een meer permanente job van wou maken. Uiteindelijk is zij medevenoot geworden in onze vennootschap, en zo kunnen mijn vrouw en ik al eens met een gerust gemoed de winkel in haar handen laten. Dirk Hermans van Deloitte Fiduciaire heeft ons hierbij geadviseerd en de financiële kant van

Nicole Janssens, Veerle Valcke en Marc Vandeven, Portobello



Pierre Degand, Brussel

Pierre Degand leidt in Brussel een exclusief modehuis dat zich met 3 winkels toelegt op evenveel specialiteiten: mantelpakken, zakenkledij, hemden en sportievere kledij. Van zeer hoogwaardige confectiekledij tot geraffineerde maatpakken.

Pierre Degand: "Wij zijn een buitenbeentje. Het huis Degand is een tijdloos huis. Natuurlijk volgen we de mode, maar we zijn niet gebonden aan de tendensen van het moment. Daarom bevinden we ons ook niet in het commerciële centrum. We hebben drie verkooppunten die onder dezelfde naam gegroepeerd zijn, maar toch verschillen. Ze karakteriseren zich door een verschillend niveau van tijdloosheid en perfectie bij de vervaardiging. We zijn een multimerkenzaak, we werken met verschillende merken, telkens de beste van elk productengamma. Al onze producten worden ingevoerd vanuit Italië en het Verenigd Koninkrijk. Ons cliënteel is Belgisch, maar ook internationaal. Wij bewegen ons op het domein van het artisanaal



Pierre Degand, eigenaar Degand modehuis en Jacques Rozenblum, senior manager, Deloitte Fiduciaire

vakmanschap. Bij ons zit alles in de 'finesse' van de manier van werken. Het zijn mensen met zin voor perfectie, échte gepassioneerden die voor ons het verschil maken. Ook als onderneming behouden wij een zekere traditie in onze manier van denken en handelen. Wij zijn waarschijnlijk de oudste klant van Deloitte Fiduciaire. Mijn moeder, die een damesboetiek runde, gaf jullie reeds gedurende

tientallen jaren het vertrouwen. Zowel wij als Deloitte zijn intussen geëvolueerd, maar de gepersonaliseerde dienstverlening is dezelfde gebleven. Dat is belangrijk. Je moet je financiële werking kunnen toevertrouwen aan competente mensen met wie je een vertrouwensrelatie uitbouwt. Die samenwerking hebben we met onze boekhoudspecialist gedurende meer dan 20 jaar ontwikkeld."

Concordia Textiles, Waregem

Concordia Textiles is een begrip in West-Vlaanderen en ver daarbuiten. Zij zijn Europees marktleider in de productie van hoogwaardige synthetische stoffen die gebruikt worden in kleding, sportkledij en decoratie, maar ook en vooral voor industriële en militaire toepassingen.

Carl Baekelandt: "De textielsector is sterk onderhevig aan de conjunctuur. Wij zijn als eerste gevoelig voor deze schommelingen, vooral nu de wereld een dorp is geworden. Als textielbedrijf moeten wij de klanten volgen naar waar zij confectioneren. Zeker wat modisch textiel betreft en mede onder invloed van de globalisatie is er een constante verschuiving naar lageloonlanden. Deze massaproductie heeft zich vooral naar het Verre Oosten verlegd en is voor Europese productiebedrijven definitief verloren. Concordia is zich echter tijdig gaan toespitsen op innovatie en realiseert op vandaag meer dan 50% van zijn omzet uit hoogtechnologisch textiel. Europa blijft belangrijk als het op levertermijn aankomt. De doorlooptijd in het Verre Oosten loopt vandaag op tot 3 à 4 maanden, terwijl klanten die 6 tot 8 collecties per jaar voorstellen al lang geen uitzondering meer zijn. Wij zijn in staat om binnen een paar weken een

volledig gamma aan te bieden.

In welke producten specialiseert Concordia Textiles zich dan?

Carl Baekelandt: "Concordia Textiles heeft een business unit structuur, waarbij elk van de drie BU's beschikken over hun eigen R&D en productmanagers die zich volledig op hun productgamma kunnen focussen. Behalve BU Fashion en BU Technical, is er de BU Projects die werkt volgens het principe van een verzameling van mini-ondernemingen. Door de combinatie van nieuwe polymeren en technieken, ons uitgebreid, bestaand machinepark alsook van de aanwezige dynamiek en know how, creëren zij nieuwe toepassingen. Deze divisie richt zich voornamelijk naar nichemarkten die een bijzondere toegevoegde waarde kunnen leveren. De synergie met onze andere BU's is nooit ver weg waardoor deze "projecten" kunnen uitgroeien tot volwaardige productranges. Een goed voorbeeld hiervan is non-woven wallpaper, dat relatief nieuw is voor Concordia Textiles, maar op vandaag reeds een omzet van 1,5 Mio euro per jaar genereert. Zo creëren we onze eigen kweekvijver binnen een grote organisatie. R&D vandaag is immers de winst van morgen.



Dirk Hermans, partner, Deloitte Fiduciaire

de zaak mee helpen bekijken. Daardoor is de gedeeltelijke overdracht van de aandelen zeer vlot verlopen. Deloitte Fiduciaire doet ook de klassieke boekhouding van onze vennootschap en adviseerde ons bij specifieke vraagstukken. Als we iets nodig hebben, stellen we de vraag en worden we op onze wenken bediend. Maar zij dringen dat niet op. Die vragen ontstaan uit de natuurlijke gang van zaken bij het bedrijfsvoeren."



Bruno Degrande, accountant, Deloitte Fiduciaire

Is Concordia Textiles gevoelig voor de schommelingen van de dollarkoers?

Carl Baekelandt: "Heel wat munten koppelen zich los van de dollar en er wordt gehandeld in andere munten, zoals de euro. Het is belangrijk daar op een goede manier op in te spelen. De vraag is echter wat zal gebeuren als de dollar terug stijgt. Ik vrees dat de grondstofprijzen in dollar zouden kunnen gehandhaafd worden en

dat wij Europeanen zo op relatief korte termijn met nog grotere grondstofprijzenstijgingen zullen geconfronteerd worden."

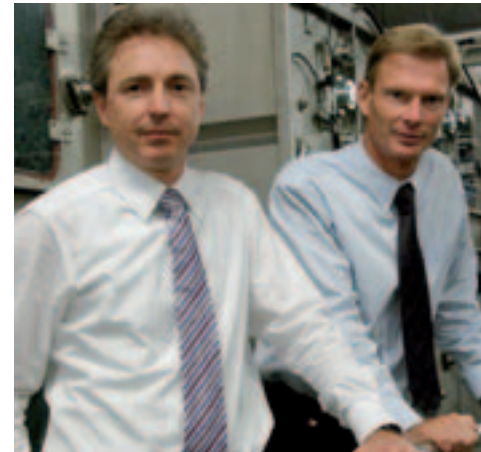
Blijft de textielsector een aantrekkelijke sector voor jongeren?

Carl Baekelandt: "Absoluut. Textiel is meer dan confectie. Jonge mensen moeten niet denken dat we nog in de tijd van Daens leven. Het is een sector waar heel wat technische, chemische en internationale aspecten bij komen kijken. Een zeer boeiende wereld waar de uitdagingen groot zijn, maar de mogelijkheden legio."

Voor welke speciale topics werd er samengewerkt met Deloitte Fiduciaire?

Ignace De Sutter: "De supply chain van onze sector is gewijzigd: we importeren grondstoffen en halfafgewerkte fabricaten uit het Verre Oosten. Dat vereiste andere betalingstechnieken zoals het werken met documentair krediet, en grotere liquiditeitsbehoeften. We hebben toen

met Bruno Degrande van Deloitte Fiduciaire een zeer gedetailleerd financieel driejarenplan opgesteld, niet alleen naar resultaten en evolutie van de balansstructuur, maar ook naar gedetailleerde liquiditeitsbehoefte, zodat we met de juiste argumenten naar onze financiële leveranciers konden stappen."



Ignace De Sutter, CFO en Carl Baekelandt, CEO Concordia Textiles

Mopan Alken, Alken

Omer Lesire van Mopan heeft de crisis in de textielsector van nabij meegemaakt. Mopan telde in 1988 nog 2 grote productievestigingen: een vestiging in Poperinge met 220 mensen en een vestiging in Alken met bijna 300 mensen. Begin de jaren '90 besliste Omer Lesire, onder druk van de gehanteerde prijzen en de verhuis van de productie naar lageloo landen het geweer van schouder te veranderen. Mopan bouwde de productie in België af en houdt in Alken nu nog een confectiebedrijf over waar 25 mensen werken in de confectie van kleinere volumes.

Omer Lesire: "We zijn in die periode zeer goed ondersteund geweest door Deloitte Fiduciaire. Zij hebben de collectieve ontslagen in Alken en de sluiting van de vestiging in Poperinge mee begeleid. De vinger aan de pols houden voor de evaluatie van de cijfers was toen echt van primordiaal belang voor ons. Deloitte Fiduciaire heeft dus ook de minder aangename periodes van het bedrijf meegemaakt, maar ons altijd gesteund. Daardoor kennen ze het bedrijf van binnen en van buiten."

Is er dan beterschap nu?

"In België zijn er nog een paar kleinere bedrijven overgebleven die op vandaag relatief goed standhouden. Confectie is eerder personeelsintensief met minder kapitaal, loonkosten zijn dus van primordiaal belang. Het komt er dan ook op neer een product te vinden met een hoge toegevoegde waarde. We hebben dat nu gevonden door ons toe te leggen op de confectie van kleinere volumes voor gekende merken zoals Scapa, Paul Smith en Walter Van Beirendonck. Service is daarbij een heel belangrijk speerpunt. Zelf contact hebben met de beslissingnemer bij de klant, zelf kort op de bal spelen. Dat zorgt ervoor dat we nog enigszins uit de dalende prijs螺旋

blijven. Als er kalmere periodes zijn tussen de collecties door maken we imagokleding voor klanten als Thalys International, Belgacom of Securitas. Zo zijn we geëvolueerd naar een ontwerpstudio voor bekende labels. Doordat we van productie van bulkartikelen overgestapt zijn naar confectie van werk voor derden, nemen we zelf ook veel minder risico: elk stuk dat wij nu maken is verkocht."

Flexibiliteit is dus een vereiste?

"Zeker. Niet alleen naar de artikelen die we stikken, want ook daar moeten we ons blijven specialiseren in moeilijke producten. Opdrachten voor ontwerpers bijvoorbeeld, die hebben soms de wildste ideeën die wij moeten zien te vertalen in een productierijp patroon. Echt uitdagend. Maar ook flexibiliteit naar het personeel toe wordt steeds belangrijker. Als productiebedrijf waren we heel rigide qua werkuren, met een specialist op iedere deeltaak. Nu moeten we zelf mensen opleiden, zelf multifunctioneel zijn, glijdende uren en part-time jobs zijn ingevoerd... Dat is niet negatief. We proberen ook een stimulerende werkomgeving op te zetten voor onze mensen. Die nu trouwens een concurrentieel loon krijgen in vergelijking met andere sectoren, wat vroeger niet altijd het geval was."

Omer Lesire, zaakvoerder, Mopan Alken en Betsy Lathouwers, supervisor, Deloitte Fiduciaire

