

Outsourcen van facility management

## “Retailsector is uitdaging voor ons”



Op een markt waar technologische evoluties steeds meer mogelijkheden bieden, zo benadrukken de leveranciers van facilitaire diensten, wordt voor vele retailers het uitbesteden een noodzaak. Het aanbod voedt echter ook de vraag, en naast het klassieke takenpakket, zorgen knowhow en flexibiliteit voor extra meerwaarde. Outsourcen of niet, en wat precies? Enkele protagonisten geven hun kijk op de dingen.

Leiden simpele vragen tot simpele antwoorden? Waarom zou een retailer, deels of geheel, zijn facilitaire taken moeten uitbesteden? “Mocht ik me er simpel van af kunnen maken, zou ik mijn antwoord beperken tot de vaststelling dat hij wel wat beter te doen heeft”, grapt Christophe Vanderhaeghen (Enverto). “Tot op zekere hoogte klopt dit ook natuurlijk. Want tussen alles wat je als facilitaire verplichtingen kan bestempelen en de corebusiness ligt vaak een behoorlijke afstand. Men zal echter pas een externe partner in de arm nemen als die een reële meerwaarde aan te bieden heeft, ook financieel.”

En dit moet op verschillende vlakken gebeuren, zo blijkt. De omstandigheden van het moment lijken hier alvast in te helpen. Een rondvraag leert dat verschillende elementen steevast terugkomen: het economisch kader, technische ontwikkelingen, maar ook een regelgevend kader dat de dingen stringenter maakt.

### EFFECTEN VAN DE CRISIS

“De gevolgen van de crisis hebben een duidelijk effect op onze manier van werken”, beklemtoont Claudine Decorte (Facilicom Facility Solutions). “Er wordt duidelijk minder preventief te werk gegaan. Beslissingen worden uit-

### ONZE GESPREKSPARTNERS

- Claudine Decorte  
algemeen directeur Facilicom  
Facility Solutions  
>> [www.facilicomfs.nl](http://www.facilicomfs.nl)
- Christophe Vanderhaeghen  
zaakvoerder Enverto  
>> [www.enverto.be](http://www.enverto.be)
- Marleen Verwimp  
General Manager ABC – Care ID  
>> [www.abc-careid.be](http://www.abc-careid.be)
- Kenny Vonck  
Head of Facility Management Quares  
>> [www.quares.be](http://www.quares.be)

gesteld. Veeleer zal de aanpak correctief zijn, eerder herstellen dan onderhouden zeg maar. Maar wij genereren business op diverse vlakken. Fuseren filialen of worden ze gesloten, wel ook dat levert ons werk op. Bovendien hebben we toch wel als facilitaire speler toch behoorlijk wat knowhow in huis die we ten dienste kunnen stellen. Dit gezegd zijnde, kijk ik naar de verschillende facilitaire domeinen waarop we actief zijn, dan zie ik weinig verschuiving op de markt hoor.”

### ENERGIEVLAK

Ook de link tussen technische ontwikkeling en het breder energie-aspect lijkt snel gelegd. “Energie is een tweeledig verhaal”, zegt Kenny Vonck (Quares). “Er dienen zich steeds meer technologische nieuwigheden op de markt aan, dat is een eerste punt. Anderzijds, en net dit maakt het verhaal interessant, is er een groeiend bewustzijn van de besparingen die op dit vlak gerealiseerd kunnen worden. Voor velen was de crisis een erg moeilijke periode, wat sporen heeft nagelaten. Re-lamping is hier een treffend voorbeeld van; vragen hiernaar zijn behoorlijk de hoogte ingegaan. Ook naar gedegeen beheerssystemen die het mogelijk maken o.a. de temperatuur van op afstand te regelen, waardoor deze op het gewenste niveau staat op het ogenblik dat de winkel opent. Vroeger lagen deze verantwoordelijkheden veelal in de winkel zelf, terwijl men nu deze meer en meer centraal wil gaan beheren of uitbesteden.”



Tussen alles wat je als facilitaire verplichtingen kan bestempelen en de corebusiness van een retailer ligt vaak een behoorlijke afstand.

Energie is niet enkel een zaak van financiële afweging. Vaak hebben ingrepen op dit vlak een obligaat karakter. “Men staat er niet voldoende bij stil hoe ingrijpend bepaalde normen gewijzigd zijn én blijven wijzigen”, benadrukt Christophe Vanderhaeghen. “Slechts één voorbeeld: sinds begin dit jaar is de maximum toegestane wattage per m<sup>2</sup> voor een winkel verstrengd. 17,5 watt is intussen de limiet, enkele jaren geleden was dat nog 120 watt. In het Brussels Gewest is dit al sinds september 2012 de norm geworden. En dan verschilt de norm vaak ook nog eens naargelang het type van gebruik. Zo mag in Vlaanderen een winkel voor meubilair, textiel of tapijten niet hoger dan 15 watt, een voedingswinkel of een doe-het-zelfzaak moet zich houden aan de norm van 17,5 watt. Een supermarkt kan dan weer oprekken

tot 20 watt. Het is echt specialistenwerk geworden.”

“Dikwijls is men verrast door wat op energievak bespaard kan worden”, vervolgt Vanderhaeghen. “Door outsourcing van dit aspect in combinatie met de verplichte audit door een airco-energiedeskundige en een verwarmingsaudit, zal snel duidelijk worden dat dit aanzienlijk kan bijdragen tot een vermindering van de energiefactuur. Zonder overdrijving kan die tot 30 en zelfs 40% naar omlaag.”

#### VOOR GROOT EN KLEIN...

Bestaat er zoiets als een type klant voor deze bedrijven die hun facilitaire diensten aanbieden? “Eigenlijk niet”, antwoordt Marleen Verwimp (ABC – Care ID). “Je zou denken dat er een verband bestaat tussen de omvang van een bedrijf en een interne aanpak van het brede facilitaire verhaal, maar dat klopt niet helemaal. In het aanwerven en vormen van geschikt personeel kruipt tijd en energie. Kleinere spelers sowieso, maar ook die met meer omvang kijken daar vaak tegenop. Bovendien is snel optreden vaak de boodschap. Zeker als je over verschillende vestigingen beschikt, kan dit een helse logistieke opgave zijn. Net daarom stemmen wij onze dienstverlening hierop af. Dankzij een stevig uitgebouwd netwerk kunnen we kort op de bal spelen.”

#### EN DE TOEKOMSPERSPECTIEVEN?

Hoe zien deze specialisten de toekomst van hun vakgebied evolueren? “Persoonlijk ben ik ervan overtuigd dat het uitbesteden van facilitaire diensten naar de toekomst toe verder zal uitbreiden”, stelt Marleen Verwimp. “Ook op dit vlak is Nederland een interessant voorbeeld. Men is ons daar enkele jaren voor, maar eenzelfde trend ontwaren we op de Belgische markt. Steeds meer retailers maken een afwe-

ging en komen tot de conclusie dat het interessanter is om voor facilitaire taken met een externe partner scheep te gaan. Kijken we even naar onszelf, dan stellen we vast dat ons aanbod voornamelijk vraaggedreven is gegroeid. We spelen in op de vragen die van de markt afkomstig zijn. En die nemen stelselmatig toe.” “Dat er een win-win situatie is in het professioneel opnemen van facility management in de retail dat is zeker aantoonbaar, alleen betekent dit nog niet dat het potentieel vandaag ten volle benut wordt”, zegt Kenny Vonck. “Wat mij betreft is het bewustzijn van een gedegen facility management nog onvoldoende aanwezig. Hier verandering in brengen is ook en vooral een taak voor onszelf: door onze meerwaarde aan te tonen en te laten zien waar we het verschil kunnen maken. Dit gaat veel verder dan kostenbesparing en ondersteuning bieden naar de corebusiness. Laten we dit als een uitdaging nemen.”

“Initiatieven op wet- en regelgevend vlak kunnen ingrijpende gevolgen teweegbrengen”, merkt Claudine Decorte op. “Hierdoor kan plots de knowhow van een externe partner noodzakelijk worden. Outsourcen wordt op dat ogenblik een technische noodzaak. Wat me ook opvalt, is dat de dingen op verschillende domeinen in beweging zijn. Of het nu alle aspecten van veiligheid betreft of ingrepen om ecologische redenen, de roep naar deskundigheid groeit. Net zoals de vraag naar een 24u-service in de lift zit. Deze context is gunstig voor nichespelers.”

Michaël Vandamme

#### “SLEUTELN AAN WINKELBELEVING”

“We worden wel vaker om de oren geslagen met de vaststelling dat het draait om de winkelbeleving”, legt Kenny Vonck uit. “Steeds meer technieken dragen daartoe bij. Het gaat hierbij al lang niet enkel meer om de instellingen van het warmtegedrijf bij binnenkomst, maar we dragen zelfs bij tot de geur die het winkelende publiek bepaalde prikkels meegeeft tijdens hun bezoek. Dit vergt een kennis van zaken die doorgaans intern niet altijd aanwezig is. Het is een algemene vaststelling. Je ziet billboards opduiken, tablets spelen een rol, selfscankassa's, interactieve schermen, noem maar op. Ook online shoppen in de winkel zelf, zit in de lift. Onze rol bestaat erin dit allemaal in goede banen te leiden. Noem de retail gerust een uitdaging voor facility-specialisten.”



Door enkele doordachte ingrepen kan het energieverbruik en dus ook de energiefactuur een flink stuk naar omlaag.