

'Achterland moet aantrekkelijker worden'

■ (tijd) - Vlaanderen speelt wat distributie betreft in de Champions League van Europa. Wil het daar blijven, dan moet het zijn achterland even aantrekkelijk maken als het havengebied. Dat zei professor Alex Van Breedam bij de start van de vakbeurs Prologistics in Brussel.

Vlaanderen telt 400 Europese distributiecentra. Dat zijn er drie per 100 km². Nederland, dat zich graag promoot als 'Distributieland', telt er twee per 100 km². De distributiecentra in Vlaanderen bieden 25.000 mensen werk en genereren 6,6 miljard euro omzet.

'Vlaanderen staat nog altijd in de top drie van mogelijke vestigingsplaatsen voor Europese distributiecentra, zegt Alex Van Breedam, directeur van het Vlaams Instituut voor de Logistiek (VIL). 'In tegenstelling tot sommige regio's in Frankrijk, Duitsland of Nederland blijven we constant op die shortlist staan. Dat stelt me gerust. Logistiek heeft hier een toekomst. De 400 centra zijn een lokmiddel voor buitenlandse investeerders. Onze kennis van logistiek en distributie is uniek. Een groot logistiek bedrijf zoals NYK experimenteert het eerst in België om van hieruit de rest van Europa te veroveren. Nike heeft in Laakdal het grootste distributiecentrum van Europa en van de groep.'

Willen we de logistieke hotspot van Europa blijven, dan moeten we er wel voor zorgen dat we onze kennisvoorsprong behouden door continu te innoveren, waarschuwt Van Breedam.

'Innovatie is voor elk bedrijf verschillend. Voor Wal-Mart is identificatie van goederen via radiofrequentie (RFID) zeer innovatief. Voor een kleine transporteur betekent innovatie samenwerken met zijn collega-transporteur om de

hoek om goederen voor bepaalde trajecten samen te bundelen en zo 20 procent kosten te besparen. Die drempel om dat te doen is heel groot. De impact daarvan is veel groter dan een groot bedrijf dat RFID introduceert.'

VLAANDEREN

Ook Vlaanderen moet volgens de VIL-directeur wat logistiek betreft op een grotere schaal trachten te opereren. Van Breedam: 'Er is niet veel nodig om Vlaanderen op de wereldkaart te zetten als logistiek centrum. We hebben al een goed trimodaal netwerk (spoor, weg, binnenvaart). Vlaanderen heeft vijf gateways: vier zeehavens en een luchthaven. Bedrijven zijn voor hun Europese distributieactiviteiten intens op zoek naar toplocaties, meestal in de buurt van die gateways. Maar die zijn schaars en verladers worden gedwongen zich in het achterland te vestigen.'

'We moeten trachten dat achterland even aantrekkelijk te maken als het havengebied. Dat kan als een haven partnerschappen afsluit met achterlandgebieden om snelle en regelmatige multimodale verbindingen op te zetten. Zoals Antwerpen met het Albertkanaal. De zogenaamde 'extended gateways'. Zo krijgen investeerders dezelfde service als in de haven.'

Een ander scenario om de service te verbeteren, stelt Van Breedam, is bedrijven langs het Albertkanaal de mogelijkheid geven elektronisch te reserveren aan een grote containerterminal in Antwerpen. Dat impliceert de oprichting van een overkoepelend Vlaams informaticaplatform dat door de havens wordt gedragen. Zoals Seagha in de haven van Antwerpen. 'Als we bedrijven op dergelijk ICT-platform kunnen laten inpluggen, zijn we gered. Dat is de kapstok om Vlaanderen wereldwijd in beeld te brengen.' MDR