

Fabrikanten werken logistiek samen

## Opzet: transportkosten reduceren



De term 'collaborative logistics' is lang niet meer dan een modewoord geweest, maar in de laatste maanden zijn enkele mooie projecten afgerond met een concrete toegevoegde waarde voor de deelnemende bedrijven.

**B**edrijven die met elkaar samenwerken in hun logistieke processen doen dat om zwakke punten in hun keten op te vangen. De samenwerkingsprojecten kunnen plaatsvinden op velerlei vlakken: samen transporteren, dezelfde opslagruimte gebruiken en zelfs samen aankopen. Het

den zij een distributiecentrum voor toiletpapier, zepen en verzorgingsproducten om zo 70% van de leveringen gezamenlijk te kunnen uitvoeren. Resultaat: 15% minder vrachtwagenkilometers en een verbeterde servicegraad naar de supermarkten. Het was daarna even wachten op de eerste voorbeelden in België.

**“We zien dat klanten ook echt bereid zijn om te gaan samenwerken met andere bedrijven wanneer ze reële besparingsmogelijkheden zien”** Ronny Neven (ALC-Group)

fenomeen wordt ook wel bundeling of clustering genoemd. In de literatuur verwijst men naar het voorbeeld van de samenwerking tussen Kimberly-Clark, Lever Fabergé en Kühne & Nagel in het Nederlandse Raamsdonksveer. In 2003 bouw-

De cases van ANL Plastics, SKF, Gudrun en Leaf die we hier voorstellen, hebben betrekking op transportprojecten. De bedrijven die aan bod komen werden begeleid door consultancykantoren die zich hebben gespecialiseerd in deze materie. **Ronny Neven** van ALC-Group: “Wij beginnen altijd met een grondige doorlichting van de supply chain van onze klant. Op die thema’s die zwakker scoren stellen we dan verbeteringen voor. De laatste tijd zien we dat klanten ook echt bereid zijn om te gaan samenwerken met andere bedrijven wanneer ze reële besparingsmogelijkheden zien.”

Die bundeling van goederen op gemeenschappelijke transporten lijkt op het eerste gezicht op de praktijk van de transporteur die aan groepaange doet. Die biedt een transport aan naar een bepaalde bestemming en tracht dan de vrachtwagen zo goed mogelijk te vullen met goederen van verschillende bedrijven. Hoe beter de truck gevuld is, hoe beter voor de transporteur. Maar in het geval van clustering zijn het eerst de productiebedrijven die overleggen hoe ze regelmatige transporten naar vaste bestemmingen kunnen organiseren. Ze kijken hoe ze samen de vrachtwagens kunnen vullen en gaan pas daarna op zoek naar een transporteur die de dienstverlening voor zijn rekening kan nemen. Een groot deel van de winst die de efficiënte vrachtwagenvulling oplevert gaat dan naar de productiebedrijven. Bovendien willen ze een continuïteit in de transporten met een vaste verbinding, afgestemd op de eigen productie en voorraad, met een goede rapportering over de prestaties.

Pralinemaker Gudrun doet een beroep op Tri-Vizor om een samenwerking tussen chocolatiërs op poten te zetten. Dat bedrijf positioneert zichzelf als 's werelds eerste cross supply chain orchestrator, die samenwerkingsverbanden tussen bedrijven operationeel beheert op basis van een gain sharing-model. **Alex Van Breedam**, CEO van Tri-Vizor: *"Het is een vergelijkbare situatie als toen men begon met carpoolen. Mensen zagen wel het voordeel, maar wilden tegelijk niet het comfort van de eigen wagen opgeven. Het is van belang dat bedrijven nu uit die comfortzone komen om ook van de voordelen te kunnen genieten. Wij bieden oplossingen om hen gerust te stellen op organisatorisch, financieel en ook op wettelijk vlak. Ik denk dat we echt een doorbraak zullen zien wanneer de dieselprijs opnieuw stijgt, waardoor bedrijven verplicht zullen worden om hun transporten efficiënter te organiseren."* ●