



Volgens Baron Paul Buysse is er voor de Belgische logistieke sector een grote rol weggelegd op de nieuwe markten.

SURVIVAL OF THE FITTEST

Professor Martin Christopher van Cranfield University, de man die bekend raakte met zijn slogan 'Supply chains compete – not companies', pikte vervolgens in op de harde economische realiteit waartegen de hele wereld de komende jaren zal moeten opboksen. "De komende tien jaar krijgen we er, met dank aan de BRIC-landen, 1 miljard nieuwe consumenten bij", aldus Christopher. "In principe moet dat iedereen onder ons gelukkig stemmen. Toch zijn daar heel wat uitdagingen aan verbonden. Want waar vroeger alle ogen gericht waren op de Westerse industrie, zien we dat er nu in alle uithoeken van de wereld niet alleen nieuwe consumenten, maar ook nieuwe producenten opduiken."

De competitie en de concurrentie is dus groter dan ooit. Beter nog, vroeger was er zelfs geen echte concurrentie. Dat heeft tot gevolg dat stijgende prijzen niet altijd even makkelijk kunnen doorgerekend worden aan de klant. Christopher: "Consumenten zijn bovendien 50 procent prijsbewuster dan 25 jaar geleden, terwijl de 'brand loyalty' aanzienlijk afneemt. Mensen gaan prijzen vergelijken op internet en kunnen via e-commerce meteen tot aankopen overgaan." Om dan te verlangen dat het product in kwestie ook binnen de kortste keren aan hun deur geleverd wordt, welteverstaan.

"Om in zo'n hectische wereld bovenin te blijven meedraaien, moeten logistieke dienstverleners zich er vooral van bewust zijn dat een supply chain niet alleen efficiënt moet werken, maar ook makkelijk geherconfigureerd moet kunnen worden. De levenscycli van producten worden korter, de macro-economische context wijzigt voortdurend. Waarom doen de Apple's en Zara's van deze wereld het zo goed? Omdat ze niet langer forecast driven zijn, maar snel kunnen inspelen op pieken en dalen. Het is bijna ongelooflijk hoe kort de doorlooptijden bij beide bedrijven zijn. Dat vergt een organisatie die dag in dag uit bloed, zweet en tranen kost, maar waarvan de vruchten de dag nadien geplukt kunnen worden."

"Stel dat een vat Brent-olie vandaag 200 dollar kost. Veel logistieke oplossingen die we vandaag als evident beschouwen, blijken dan plots niet langer levensvatbaar."

Martin Christopher

PEAK OIL

Martin Christopher wil logistieke dienstverleners ook waarschuwen. "Alle indicatoren wijzen erop dat de olieproductie tegen 2015 de wereldwijde vraag niet meer zal kunnen bijbenen, iets wat door ingewijden 'peak oil' wordt genoemd. We moeten nu geen twee, maar tien keer nadenken voor we beslissen waar we gaan sourcen, waar we onze distributiecentra gaan neerpoten, en of het wel zin heeft om logistieke activiteiten te centraliseren.

In Indië bijvoorbeeld, een land dat in volle expansie is en vooral over een lamentabele logistieke infrastructuur beschikt, zie je dat producenten zich steevast in de buurt van de megacities gaan vestigen. In dat geval wordt lokale productie opnieuw de goedkoopste én beste manier van werken, een piste die veel Westerse bedrijven de voorbije decennia verlaten hebben."

Om zijn verhaal hard te maken, kwam Christopher met een wel heel straffe en tegelijk ook beangstigende hypothese aanzetten. "Stel dat een vat Brent-olie vandaag 200 dollar kost. Veel logistieke oplossingen die we vandaag als evident beschouwen, blijken dan plots niet langer levensvatbaar. We moeten de ademruimte die de economische crisis ons biedt, goed aanwenden om proactief op zoek te gaan naar valabele alternatieven. Zoniet komen we vroeg of laat op een punt waarop de logistiek letterlijk geen kant meer op kan."



Martin Christopher, professor Marketing & Logistics aan de universiteit van Cranfield: "De komende tien jaar krijgen we er, met dank aan de BRIC-landen, 1 miljard nieuwe consumenten bij"