

SIDEM MAAKT AL NEGENTIG JAAR
VERVANGONDERDELEN VOOR AUTO'S

'Even goed of beter dan het origineel'

Zelfs bij fervente autoliefhebbers doet de naam Sidem wellicht geen belletje rinkelen. Toch is de producent van stuur- en ophangingsonderdelen voor de vervangingsmarkt een belangrijke speler in de autosector. DIRK VANDENBERGHE, FOTOGRAFIE EMY ELLEBOOG

Met een groot feest in zijn logistiek centrum in Gullegem viert Sidem begin september zijn negentigjarige bestaan. Het bedrijf, een vaste waarde in de automotivesector, is nog altijd in familiale handen. CEO Gwen Verfaillie hoopt dat dat nog lang zo blijft, omdat het garant staat voor een langetermijnperspectief. "Ik wil dat dit bedrijf bij zijn eeuwfeest nog altijd een relevante en gezonde speler is, en dat kan, als we blijven focussen op de lange termijn, op kwaliteitsvolle en duurzame productie", zegt ze. Verfaillie werd de CEO van Sidem in 1983, na het overlijden van haar vader Walter. Ze is al bijna 35 jaar actief in het bedrijf. "Ik zit vaak bij grotere spelers, en ik merk dat Sidem net wordt geapprecieerd om zijn

familiale karakter. Er is vertrouwen in de continuïteit, men weet dat men van ons geen bokkensprongen moet verwachten", vult commercieel directeur Stefan Claeys aan. "Dat, en het feit dat we specialisten zijn, geeft ons een uitstekende reputatie." Het grootste deel van Sidems concurrenten zijn generalisten, die meerdere auto-onderdelen maken of *box-movers*, die niet zelf produceren maar inkopen bij andere bedrijven. Sidem specialiseert zich in onderdelen voor de besturing en de ophanging van auto's en lichte vrachtwagens, die het vooral maakt voor de *aftermarket*, de markt van vervangonderdelen. De kmo doet aan *re-engineering*. Ze bouwt de originele onderdelen na. "Uiteraard concurreren we op de prijs, maar on-

90
JAAR

bestaat het familie-
bedrijf Sidem.

4
MILJOEN

stuk auto-onder-
delen heeft Sidem
in zijn voorraad.

“

'Er wordt soms te weinig bij stilgestaan dat we een veiligheidsproduct maken. Daarom leveren we nooit in op de kwaliteit' GWEN VERFAILLIE, CEO VAN SIDEM

ze kwaliteit is even goed als het origineel. En als we zien dat we bepaalde eigenschappen kunnen verbeteren, dan doen we dat. Alles voor een langere levensduur."

Voorraad

Dat vergt een gigantische kennis van de markt. Productmanagers analyseren elk nieuw model, schatten hoeveel ervan verkocht zullen worden en vervolgens wanneer die wagens op de tweedehandsmarkt zullen komen, om te weten hoeveel onderdelen al geproduceerd moeten worden. Zodra dat type wagen een tweedehandsleven krijgt en de bestellingen binnenlopen, worden de prognoses aangepast.

Sidem maakt 9.000 verschillende auto-onderdelen en heeft een voorraad van 4 miljoen stuks, die per merk en model gerangschikt staan in een ruim 2.000 pagina's tellende catalogus. "Uiteraard is alles ook online te vinden, maar sommige garagisten hebben nog altijd graag zo'n catalogus. Die is een deel van onze service", vertelt Gwen Verfaillie. De onderdelen produceert Sidem sinds 2001 in het Roemeense Suceava, waar het een team van ruim 250 medewerkers heeft. De distributie gebeurt vervolgens vanuit een modern magazijn van



GWEN VERFAILLIE
"Snel kunnen leveren is het hart van ons businessmodel."

12.000 vierkante meter in Gullegem, dat in 2011 werd geopend. Daar werken vijftig mensen.

Die gigantische voorraad is een must in de sector, stellen Verfaillie en Claeys. "Dat heeft natuurlijk zijn prijs, maar snel kunnen leveren is het hart van ons businessmodel. De consumenten rekenen erop dat ze hun auto, die ze 's ochtends binnenbrengen bij de garage, 's avonds weer kunnen afhalen. Dan moet die garagist ook snel beleverd kunnen worden." Sidem heeft een dekkingsgraad van 95 procent, de hoogste op de vervangingsmarkt. Daarbij heeft het een serviceniveau van 98 procent, ook dat is de hoogste score in de sector.

Op de producten zelf kan Sidem niet veel innoveren, al zoekt het wel altijd naar mogelijkheden om de onderdelen te verbeteren. Zo werkt het samen met een leverancier aan een nieuw smeermiddel, waardoor de kogelgewrichten nog langer moeten meegaan.

Luxemerken

De echte innovatie zit in het productieproces en is enorm technisch. "We maken kleine productieruns van heel veel verschillende stukken. We moeten heel snel kunnen omschakelen, machines opnieuw instellen voor een andere productie. We hebben een nieuwe machine laten bouwen, die ook automatisch een kwaliteitscontrole uitvoert. Ze wordt volgend jaar geleverd", vertelt Verfaillie.

De CEO hamert op kwaliteit. Dat de producten van Sidem de vergelijking met de originelen doorstaan, blijkt ook uit het feit dat de groep ook originelen maakt in kleine oplages, omdat haar machinepark daarop is ingesteld. Zo zijn de luxemerken Porsche en McLaren klant.

"Er wordt soms te weinig bij stilgestaan dat we een veiligheidsproduct maken. De besturing en de ophanging van een wagen zijn cruciaal. Daarom leveren we nooit in op de kwaliteit, ook al is er geen regelgeving die zegt aan welke normen de producten moeten voldoen. Als we zouden mikken op een lagere kwaliteit, denk ik niet dat ons bedrijf nog lang zou bestaan", zegt Verfaillie.

De onderdelen zelf evolueren weinig. De belangrijkste inno-

vatie van de afgelopen jaren in de autosector is uiteraard de introductie van de elektrische auto, maar ook die heeft een besturings- en ophangingssysteem nodig. "We moeten onszelf niet heruitvinden. Kogelgewrichten zullen altijd nodig zijn, besturing en ophanging blijven mechanisch", zegt Claeys.

De ingenieurs van Sidem merken wel dat elektrische auto's door hun batterijen iets zwaarder zijn, waardoor sommige onderdelen wellicht sneller zullen slijten. "Echt zeker weten we dat nog niet, maar we bekijken het grondig, omdat zoiets toch een invloed kan hebben op onze productie en onze groei." Groeien is het bedrijf de afgelopen jaren blijven doen, mede dankzij de uitbreiding naar andere landen. De groep is nu goed voor een omzet van ongeveer 42 miljoen euro. Sidem levert onderdelen in bijna honderd landen en is de afgelopen jaren actiever geworden in onder meer de Verenigde Staten en Mexico. "Je moet die markten verkennen en leren kennen. In de VS, bijvoorbeeld, is de meest verkochte wagen de pick-up truck van Ford. Daar moeten we dan op inspelen. Op die manier willen we nieuwe markten aanboren en blijven groeien."

Een andere uitdaging zijn wat Claeys de 'exotische wagens' noemt, vaak van Chinese makelij. Zeker nu de Chinese industrie een voorsprong lijkt te nemen in de ontwikkeling van snel oplaadbare batterijen voor elektrische wagens, is dat een evolutie om nauwlettend te volgen. ①