

MEDI-MARKET GROUP

Door *Anne-Cécile Rozet* — Bestuurder SDM Brussel

Opricht in 2014 door Yvan Verougstraete, vandaag is Medi-Market (voorheen Medicare-Market) nu uitgegroeid van één enkele parafarmacie, gevestigd in Gosselies, tot 66 parafarmacieën, 27 apotheken en 7 schoonheidsinstituten verspreid over België, Luxemburg, Italië en andere Europese landen. Op 1 juni 2021 maakte de oprichter, die mee zorgde voor de bliksemsnelle groei van de groep in de detailhandel en die in 2019 de titel "Manager van het jaar" had gewonnen, plaats voor Cédric Antoine, voormalig gedelegeerd bestuurder van Cora België-Luxemburg.

De nieuwe CEO, Cédric Antoine, was zo vriendelijk om ons een interview te geven:

Tussen 2014 en 2022 was de groei van de groep in de detailhandel ronduit indrukwekkend. Hoe was zo'n snelle ontwikkeling mogelijk?

De ontwikkeling van Medi-Market is tot dusver gebaseerd op de uitvinding van een sterk en uniek concept in België, en op de snelle uitrol van zijn netwerk van verkooppunten met maar liefst 15 openingen per jaar op strategische locaties.

De filosofie van Medi-Market Group is dat jullie "de deskundigheid op het gebied van gezondheid en welzijn willen democratiseren". Kunt u ons daar wat meer over vertellen?

Zeven jaar geleden, gingen we uit van de

eenvoudige vaststelling, dat gezondheids- en welzijnsproducten voor de meeste mensen ontoegankelijk waren omdat ze vaak erg duur zijn. We vonden dit niet normaal en gingen op zoek naar manieren om dit op te lossen. Want voor ons is gezondheid en welzijn een recht.

Medi-Market Group staat voor "3 aparte concepten en 3 benaderingen voor elkaar aanvullende maar verschillende behoeften". Kunt u daar een woordje uitleg bij geven?

Om ons doel te bereiken en gezondheid voor iedereen toegankelijk te maken, met strikte inachtneming van de ethische regels, hebben we verschillende concepten ontwikkeld (parafarmacie, apotheek en schoonheidssalon) met een complementair perspectief en binnen hetzelfde DNA: "de beste producten en diensten tegen de laagste prijzen!"



Foto: Medi-Market Group



Historisch gezien zorgden traditionele apotheken in België voor de distributie van parafarmaceutische producten in meestal kleine apotheken, waardoor niet het volledige beschikbare aanbod kon worden getoond en aangeboden tegen een democratische prijs.

Waarin verschilt de rol van Medi-Market Group van die van traditionele apotheken?

Historisch gezien zorgden traditionele apotheken in België voor de distributie van parafarmaceutische producten in meestal kleine apotheken, waardoor niet het volledige beschikbare aanbod kon worden getoond en aangeboden tegen een democratische prijs. Dit is precies de rol die Medi-Market de afgelopen 7 jaar op zich heeft genomen.

De onderneming had wat opstartproblemen doordat de Orde van Apothekers de ontwikkeling ervan wilde belemmeren. Dankzij de beslissing van de mededingingsautoriteit in het voordeel van Medi-Market Group slaagde de onderneming erin om haar ontwikkeling naar een ander apotheekmodel voort te zetten. Welk model is dat? Welke bijdrage, of liever welk logistiek instrument kan Medi-Market Group bieden aan traditionele apotheken?

Ons model wordt jaar na jaar professioneler en we verrichten grondig werk op het vlak van operationele uitmuntendheid. Een jaar geleden openden we een gloednieuw logistiek platform van 15.000 m² met nieuwe voorbereidingsprocessen voor meer efficiëntie.

Tegelijkertijd werken we aan de omvorming van veel IT-tools om onze toeleveringsstromen beter te beheersen. Als franchisegever zijn dit allemaal troeven die onze partners weten te waarderen.

Hoe groot is uw groep precies en hoeveel medewerkers telt deze momenteel? Wil Medi-Market Group nog internationaal uitbreiden?

Medi-Market heeft meer dan 100 verkooppunten waar meer dan 700 medewerkers aan de slag zijn. In 2021 hebben we meer dan 100 medewerkers in dienst genomen. Internationaal zetten we onze expansie voort in Luxemburg en schakelen we een versnelling hoger in Italië, waar ons netwerk binnen vijf jaar bijna even groot zal zijn als in België. Ook andere geografische mogelijkheden worden onderzocht.

Wat is de omzet van Medi-Market Group?

In 2022 verwachten we een omzet van meer dan 250 miljoen euro.

Sinds de oprichting in 2014 heeft de onderneming 13 miljoen euro opgehaald. Wenst u in de toekomst nieuwe kapitaalverhogingen door te voeren?

Het ontwikkelingsplan van het bedrijf wordt

ondersteund door een mix van aandeelhoudersbijdragen, bankfinanciering en zelffinanciering dankzij de operationele winstgevendheid die geleidelijk door de onderneming wordt gegenereerd.

De parafarmacie van Medi-Market Group telt 10.000 producten, waaronder 400 merken van de beste parafarmaceutische laboratoria. Jullie bestrijken ook 5 grote universums. Welke? Kunt u ons daar wat meer over vertellen?

We hebben ons aanbod onderverdeeld in vijf universums: baby- en moederzorg, verzorging en schoonheid, voeding en diëtetiek, natuurgeneeskunde en verbandmiddelen. We bieden de breedste waaier aan producten die rechtstreeks zijn geselecteerd uit farmaceutische laboratoria.

De grote kracht van Medi-Market is dat we dit zeer grote aanbod tegen de beste prijzen kunnen aanbieden met de vrijheid van zelfbediening of die van geïnformeerd advies, afhankelijk van de behoefte en de beschikbare tijd om aankopen te doen.

Wat was de impact van de gezondheidscrisis op de activiteiten van de groep? Wat heeft de groep daaruit geleerd?

Net als veel andere spelers is Medi-Market getroffen door de gezondheidscrisis. Een jaar lang heeft dit onze groei vertraagd, een periode waarin we wel vooruitgang konden boeken met het nieuwe magazijn, de IT-tool en zelfs de uitrol van de winkels. Sinds 2021, tijdens het tweede deel van de crisis, kende de groep terug een zeer aanhoudende groei die zich in 2022 voortzet.

De gezondheidscrisis heeft ervoor gezorgd dat we onze manier van werken en samenwerken binnen de teams meer in vraag stellen. Telewerken heeft het ondersteunen van



Foto: Medi-Market Group

MEDI-MARKET IN CIJFERS



700 MEDEWERKERS
over 100 verkooppunten



250 MILJOEN EURO
verwachte omzet in 2022



3000 BESTELLINGEN
wekelijks online



10.000 PRODUCTEN
waaronder 400 merken van
de beste parafarmaceutische
laboratoria.



Foto: Medi-Market Group

nieuwe medewerkers complexer gemaakt, ook al biedt het nieuwe kansen. Het kan ook een nadeel zijn om jonge teams op te bouwen die er misschien langer over doen om elkaar op afstand te leren kennen en begrijpen.

Vertegenwoordigt e-commerce, dat ook deel uitmaakt van uw activiteiten, een aanzienlijk deel van uw inkomsten?

Medi-Market is een omnichannelbedrijf en onze webshop staat centraal binnen onze organisatie. De webshop is goed voor 6% van onze omzet, maar is niet alleen nuttig voor de online verkoop, hij fungeert ook als uitstalraam voor onze winkels.

Het succesverhaal van Medi-Market is dat we in amper 7 jaar een marktaandeel van 13% hebben veroverd, dat is echt wonderbaarlijk.

Hoeveel bestellingen ontvangt u per week en voor welk(e) land(en)?

3.000 bestellingen, voornamelijk voor de Belgische en Luxemburgse markt, maar we leveren wekelijks pakketten naar verschillende Europese landen (Frankrijk, Spanje, Italië, ...)

U nam vorig jaar juni de teugels van Medi-Market Group over. Wat motiveerde u om bij zo'n groep aan de slag te gaan? In welke zin vormt uw inzet een pluspunt voor de groep? Welk oordeel kunt u na een jaar al putten uit uw betrokkenheid bij de onderneming?

Na 19 jaar binnen de Louis Delhaize-groep te hebben gewerkt, wilde ik een nieuwe werkomgeving ervaren in een andere sector. Wat me aantrok in Medi-Market is de kracht van het concept, de militante kant, de toegewijde teams, het aantal lopende projecten, zowel met het oog op uitbreiding als op operationele optimalisatie.

Dankzij mijn eerdere ervaringen in financiën, detailhandel, e-commerce en het management van meer volwassen organisaties kan ik Medi-Market voorzien van nuttige ingrediënten om zijn tweede groeicyclus aan te pakken, na een pioniersfase van 6 jaar die al een groot succes was.

De voorbije 12 maanden hebben we hard gewerkt om de teams op een positieve manier te laten samenwerken, de fundamentele pijlers (logistiek, aankoop, IT, financiën) perfecter te maken om er zeker van te zijn dat het model met de jaren robuust en efficiënt blijft.

Wat was het beste succesverhaal van de groep? Welke uitdaging wilt u aangaan?

Het succesverhaal van Medi-Market is dat we in amper 7 jaar een marktaandeel van 13% hebben veroverd, dat is echt wonderbaarlijk.

De uitdaging bestaat erin om de bekendheid van het merk op nationaal niveau in al onze vestigingslanden verder te vergroten en een echte marktleider te worden, terwijl we onze internationale ontwikkeling geleidelijk voortzetten.

Wat zijn de waarden die het bedrijf uitdraagt?

Gezondheid - Welzijn - Innovatie - Toegankelijkheid - Aanspreekpunt - Prestaties

Welk advies zou u geven aan jonge mensen die zich in het ondernemersavontuur storten?

Er is inderdaad geen mooiere uitdaging dan het oprichten van een bedrijf en het gevoel van vrijheid dat daarmee gepaard gaat. Niet alle initiatieven zijn echter succesvol en het risico op mislukking mag nooit worden onderschat.

Ondernemerschap is gebaseerd op een subtiële balans tussen ambities en middelen. Je moet de ontwikkeling en de groeifasen kunnen organiseren volgens de beschikbare middelen en door zorgvuldig je prioriteiten te kiezen. Het merendeel van de inspanningen moet gebaseerd zijn op klantgerichtheid en op het zichtbare deel van het concept, want het eerste succes dat wordt geboekt, is werving. Vervolgens moet je de backoffice stapsgewijs

Ondernemerschap is gebaseerd op een subtiële balans tussen ambities en middelen. Je moet de ontwikkeling en de groeifasen kunnen organiseren volgens de beschikbare middelen en door zorgvuldig je prioriteiten te kiezen.

kunnen consolideren om aan efficiëntie te winnen en de teams te ontlasten die het erg druk hebben.

U bent vader van 3 kinderen. Hoe combineert u uw rol als vader en CEO van zo'n grote groep?

Het is soms een hele heksentoer, maar het is vooral een kwestie van persoonlijke organisatie. Gelukkig ben ik van een generatie die begint te begrijpen dat een goede balans in het leven en welzijn in het algemeen een beslissende invloed heeft op prestaties. Ik denk dat mijn kinderen er in zekere zin grotendeels voor hebben gezorgd dat ik heb geleerd te managen en ze zijn ook altijd geïnteresseerd geweest in mijn beroepsactiviteiten. Ik probeer mijn werktempo zoveel mogelijk aan te passen om de nodige tijd aan mijn gezin te kunnen besteden.

Wat zijn uw hobby's? Wat is uw favoriete vakantiebestemming? Wat is uw favoriete keuken?

Ik sport graag (fitness, hardlopen, fietsen, skiën) en heb lang rugby gespeeld. Sporten is voor mij onmisbaar om de stress van het dagelijks leven kwijt te raken en mijn batterijen altijd goed opgeladen te houden! Daarnaast hou ik van muziek en speel ik piano en fagot.

Om me te herbronnen gaat er niets boven een kort bezoek aan mijn geboortestreek (de Côte d'Azur) om te genieten van het strand of de nabijgelegen bergen in het achterland.

Op culinair vlak ben ik een liefhebber van een goede keuken, of ze nu Frans, Belgisch, Italiaans of Aziatisch geïnspireerd is... Ik geniet er evenzeer van om de wereld op een bord te zien. •



Foto: Cédric Antoine, CEO Medi-Market Group



STEVENS &
DE MUNTER

LUXEMBURG
120, Boulevard de la Pétrusse
L-2330 Luxembourg
Tel (+352) 453929-1
Fax (+352) 26440143

BELGIË
Franklin Rooseveltlaan 142
B-1050 Brussel
Tel (+32) 2 230 32 27
Fax (+32) 2 646 69 31

BTW LU18162363 - BE0861.975.652
R.C. Luxembourg B 56002
info@sdm.lu www.sdm.lu

DESIGN & PRODUCTION vinix.agency

LE POINT FINANCIER
Copyright © 2022 Stevens & De Munter.
Alle rechten voorbehouden.

Disclaimer. Dit magazine is een publicatie van Stevens & De Munter, gereguleerd door het CSSF (Commission de Surveillance du Secteur Financier) in het Groothertogdom Luxemburg. Deze uitgave mag niet worden gezien als een beleggingsvoorstel. Dit is een informatief document dat de vennootschap in geen geval bindt. De vennootschap Stevens & De Munter garandeert niet dat de financiële instrumenten die in dit document gebruikt worden geschikt zijn voor u. Alle financiële transacties die u verricht, rekening houdend met de financiële informatie in deze brochure, worden uitgevoerd met uw volle verantwoordelijkheid. Beleggen in bepaalde financiële instrumenten (zoals aandelen) kan een aantal grote risico's met zich meebrengen. Vóór de uitvoering van alle transacties moet de belegger over een kennis- en ervaringsniveau beschikken dat nodig is om de risico's verbonden aan het gebruik van bepaalde financiële instrumenten te begrijpen. In sommige gevallen kunnen deze risico's leiden tot een tijdelijke vermindering of zelfs verlies van een deel of het geheel van het belegde kapitaal. Medewerkers van Stevens & De Munter kunnen vóór de verspreiding van deze aanbevelingen handelen in het financieel instrument. Eventuele rendementen die in deze publicatie vermeld werden, zijn gereïseerd in het verleden. Er is geen garantie dat zij ook in de toekomst behaald zullen worden. Men kan evenmin zeker zijn dat de beschreven scenario's, verwachtingen en risico's zullen uitkomen in de realiteit. Zij dienen als indicatief beschouwd te worden. De gegevens die in de publicatie vermeld worden, zijn louter informatief en kunnen aan veranderingen onderhevig zijn. Wisselkoersschommelingen kunnen vooropgestelde resultaten en rendementen beïnvloeden. De publicatie geeft de analyse weer van de auteur op de vermelde datum. Hoewel de analyse gebaseerd is op volgens de auteur betrouwbare bronnen, kan de correctheid, volledigheid en actualiteit van de gebruikte informatie niet gegarandeerd worden. Stevens & De Munter kan nooit aansprakelijk gesteld worden voor de eventuele onjuistheid of onvolledigheid van bepaalde gegevens in deze publicaties. Niets in deze publicatie mag gereproduceerd worden zonder de voorafgaande uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van Stevens & De Munter. Deze publicatie is onderworpen aan het Luxemburgs recht en aan de uitsluitende rechtsmacht van de Luxemburgse rechtbanken.