

DE HELE WERELD ONDER EEN DAK VAN ICOPAL



'Iedereen heeft een dak nodig, ongeacht of het crisis is'

Matthijs van Walsum

Foto Pepijn van den Broeke

Matthijs van Walsum loopt anders door woonwijken sinds hij voor Icopal werkt. Het hoofd Marketing, Communicatie en Product Management Benelux van Braas Monier Icopal (BMI) kijkt vooral naar daken. Dat is wat zijn bedrijf met onder andere een vestiging in Groningen een wereldspeler maakte: dakbedekking.

Wat doet jullie bedrijf precies?

„Wij maken gebouwen waterdicht. Daarin zoeken we naar groene oplossingen door middel van recycling en maken we gebruik van biobased materialen. Zo maken we extra groene functies op een plat dak. Daarnaast is Icopal onderdeel van BMI Group, bestaand uit Braas, Monier en Icopal. Wij zijn de grootste producent van dakbedekkingssystemen in Europa. Zowel platte als hellende daken. Tenminste, sinds we met Monier fuseerden: een grote speler op het gebied van dakpannen. Voor die tijd deden we bijna alleen platte daken. Onder andere het Louvre in Parijs en het stadion van Bayern München. Daarnaast hebben we een Nederlandse tak van ons bedrijf Eshra Infra Solutions, dat zich richt op infrastructuur. We maken onder andere materiaal om wegen te repareren.”

Weet je dat jullie een wereldspeler zijn?

„Zeker. Ons moederbedrijf, een familiebedrijf, staat in Amerika. We zijn bezig om onder andere Azië te veroveren. Daar zijn we nog niet supergroot. Dat zien we echt als een groeimarkt, want er wordt heel veel gebouwd. We zitten bijvoorbeeld al in China, India en Indonesië. Maar landen als Japan en Zuid-Korea zitten nog niet in onze portefeuille. Daar liggen zeker kansen. De ontwikkelingen gaan snel, dus die markten kunnen nog komen.”

Hoe ziet jullie markt eruit?

„Wij richten ons in eerste instantie op dakdekkers en op bouwmaterialenhandelaars. Het is niet zo dat we bij een flinke storm in de handen wrijven en betere zaken doen. Dat zijn vooral de dakdekkers, want zij moeten dan een dak repareren. Wel merken we dat de vraag naar dakpannen dan iets stijgt.”

Wat maakt jullie tot wereldspeler?

„Wij hebben een product dat gebruikersgoed is. Iedereen heeft een dak nodig, ongeacht of het crisis is. Daarnaast heeft het bedrijf altijd eigenaren gehad die zich op groei richten. De locatie in Groningen deed het dermate goed dat deze werd overgenomen en zo wereldspeler werd. Daarnaast hebben we ook een prijs gewonnen met de duurzaamste dakrol van Nederland. Die ontwikkelden we zelf. Daarmee onderscheiden we ons op de markt. Die rol is volledig recyclebaar en heeft een lange levensduur. Geen enkele andere concurrent heeft dit.”

Hoe zie je de toekomst van het bedrijf?

„Uiteraard groter. We adviseren nu vooral onze directe klanten over welke daksystemen het beste passen bij hun vraag. We zouden graag een grotere rol willen spelen. Een potentiële klant die we graag aan tafel willen is Aedes, de overkoepelende organisatie van woningcorporaties. Een hele grote speler in de markt. Maar bijvoorbeeld ook grote vastgoedbezitters, zoals gemeenten, willen we aan onze klantenkring toevoegen.”

Een wereldspeler is een bedrijf dat in eigen regio redelijk onbekend is, maar een internationale markt bedient. Dit bedrijf is opgespoord door Innovatiespotter, de bigdata-analysist voor innovatief Noord-Nederland.