

GELD&BELEGGEN



INTERVIEW ■ PIETER LESAGE, OPRICHTER VAN ONTWERPBUREAU CONCRETE

‘Dit bureau is mijn kindje. Maar alles is te koop, zeker?’

Met zijn ontwerpbureau Concrete won Pieter Lesage de Core77 Design Award voor het project Museum in Onze Straat (Mios). Concrete nam tijdens de afgelopen crisisjaren een hoge vlucht. Met dank aan kleine ondernemingen op zoek naar een tweede adem.

VAN ONZE MEDEWERKER

MICHEL LEEN

BERCHEM | Lesage richtte Concrete in 2000 op tijdens zijn studie productontwikkeling. De laatste jaren groeide het bureau uit tot een organisatie met tien werknemers en heeft Concrete een plaats verworven tussen de vaste waarden van het Belgische ontwerp-landschap.

Wat had u voor ogen toen u met Concrete begon?

‘Mijn grootste motivatie was: niet voor een baas te moeten werken. Mijn vennoot Alexander Crolla en ik hebben lang getwijfeld over de

uitbreiding van het bureau. Initieel opereerden we als freelancers. Een jaar of vijf geleden hebben we resoluut voor groei gekozen. We wilden een van de grotere bureaus in Vlaanderen worden, en daar zijn we intussen ook in geslaagd.’

Eigenlijk bent u zelf een baas geworden?

‘Ja, maar de bedrijfsstructuur is vlak en transparant. We streven naar een volledige openheid qua communicatie, boekhouding en lonen. Mensen werken hier graag, ze weten van elkaar wat ze verdienen, wat ik verdien, wat de bonus- en er is energie. Onze com-

pacte structuur en lage overhead maakten het mogelijk dat we ook tijdens de afgelopen crisisjaren konden blijven groeien.’

Het prijswinnende Museum in Onze Straat (Mios) was eerder een dienst dan een product?

‘Mios was een onderzoeksproject naar hoe je als ontwerper kunt ingrijpen in sociale materie. We hebben het uitgevoerd samen met het bureau voor toekomstverkenning Pantopicon. Wij focusten op sociale cohesie op straatniveau, door een kit te ontwerpen waarmee buurtbewoners voor hun raam een klein museumje konden bouwen. Dat niet-commerciële project stelde ons in staat onze methodieken op punt te stellen én het genereerde veel media-aandacht; beide aspecten komen ons

later nog van pas. Het project was net kostendekkend, maar het was vooral leerzaam, en op die manier ook zinvol voor ons.’

Hoe vindt u funding voor nieuwe projecten?

‘We werken in opdracht van klanten, die nieuwe producten, interieurs of diensten nodig hebben of ons vragen een oplossing te ontwerpen rond een technologie die ze ontwikkeld hebben. De facto verkopen wij tijd. In het begin was het moeilijk om klanten te overtuigen. Een product ontwerpen, is werken met de essentie van een bedrijf. Als wij ons werk niet goed doen, zit de klant de volgende jaren opgezaagd met een groot probleem. Je moet dus echt het vertrouwen winnen om een project te mogen uitvoeren. Nu we een top 5-plaats verworven hebben binnen de Belgische ontwerpsector, speelt dat probleem niet meer.’

Stellen klanten andere eisen onder invloed van de economische crisis?

‘Vroeger haalden we een project binnen in enkele weken, nu kan dat gemakkelijk een half jaar zijn. Grote projecten worden steeds verder onderverdeeld in kleinere delen, kleinere budgetten. Op het

moelijkste moment van de crisis zijn familiebedrijven voor ons belangrijker klanten geworden. Kmo's hebben vaak geen raad van bestuur aan wie ze winstcijfers moeten voorleggen. Ze slikten hun verlies, en door de crisis vonden ze tijd om iets te doen met onuitgewerkte ideeën. Daardoor staan die kleine bedrijven er nu met nieuwe, innovatieve producten, terwijl enkele groten op achtervolgen zijn aangewezen.’

Zou u Concrete ooit van de hand doen?

‘Enerzijds: ‘t Is mijn kindje. Anderzijds: alles is te koop, zeker? Idealiter kom ik ooit in een positie waarin ik niet meer zo hard moet werken. Ik ben een workaholic, maar ooit wil ik het wel wat kalmer hebben. Weten dat het niet meer zo nodig moet, zou geruststellend zijn. Ooit hebben we overwogen om investeerders aan te trekken, of ons te laten opkopen door een groter bureau. Uiteindelijk hebben we dat bewust niet gedaan. Mijn doel is niet de funding binnen te halen, of het bedrijf zo snel mogelijk in de etalage te kunnen zetten, maar in een positie te zijn van waaruit we interessante projecten kunnen uitvoeren.’

‘Op het moeilijkste moment van de crisis zijn familiebedrijven voor ons belangrijker klanten geworden’

BELEGGINGSFONDSEN

‘We geloven in ThromboGenics’

Een klein Nederlands hedgebeleggingsfonds gaat zowel long (kopen) als short (verkopende) op kleinere aandelen uit België, Nederland en Duitsland.

VAN ONZE REDACTEUR

JAN REYNS

BRUSSEL | We stelden Evaluation Capital Management vorig jaar al voor in deze rubriek (*DS 2 april 2012*). Het Nederlandse hedgefonds (90 miljoen euro onder beheer), opgericht door drie oud-medewerkers van beurshuis Kempens & Co, blijft regelmatig presteren en heeft nu een gemiddeld jaarrendement van 7,9% (sinds start februari 2006). Voorlopig is het alleen in België te koop en vanaf 100.000 euro, maar het is altijd interessant te horen in welke aandelen goede investeerders belegd zijn. En omdat ze ook short gaan, zijn er ook tips te halen: welke aandelen kun je mis-

schien maar best mijden?

Dat geldt des te meer omdat de heren van Evaluation Capital actief zijn in kleinere aandelen (beurskapitalisatie < 2,5 miljard euro) in onze regio (België, Nederland en Duitsland).

De bedoeling van tegelijk long- en shortposities aan te houden, is het marktrisico te verlagen. Als de beurs zwaar naar beneden duikt, zullen de shortposities (meestal) winst boeken en de daling beperken. Nadeel is dat de shortposities de klim in goede tijden (meestal) beperken. De kunst is natuurlijk om – door zorgvuldig de shortposities te selecteren – net die aandelen eruit te pikken die het zwaarste zakken in slechte tijden en het relatief het slechtst doen in goede beurstijden. En uiteraard is de selectie van de ‘long’-aandelen altijd cruciaal.

Afhankelijk van hoe de beheerders de beursrichting inschatten, heeft de portefeuille een ‘netto long positie’ van 20% tot 70% (= respectievelijk 10 long/2 short en 10 long/3 short).



Patrick de Pont, Charles Estourgie en Willem de Vlucht, samen Evaluation Capital Management. © rr

Vandaag is de nettoblootstelling 60% (10 long/4 short, red.), zegt Charles Estourgie. ‘Dat wil zeggen dat we behoorlijk optimistisch zijn. De waardering van de Europese aandelen is tegen ongeveer één keer de boekwaarde nog altijd heel goedkoop.’

Maar toch vindt u nog aandelen waarvan u denkt dat ze zullen dalen? En is het niet moeilijker om kleine aandelen te ontdekken? Iemand die wil shorten, moet namelijk eerst iemand bereid vinden om die aandelen uit te lenen, want anders kan de shorter niet verkopen...

Charles Estourgie: ‘Neen, in de praktijk is dat niet zo moeilijk. We vinden altijd wel de aandelen die we willen shorten.’ Dat is eenvoudig te verklaren, zegt hij. Want

wie aandelen uitleent, krijgt daar een kleine vergoeding voor (*pakweg tussen 0,5% tot 10% per jaar, red.*).

‘Vaak zijn de ontleeners verzekeringsmaatschappijen, die met hun portefeuille – door hun hoge vaste kosten – vaak al een procent verliezen tegenover de beursindex. Dankzij het uitleen van aandelen, compenseren ze dat.’

Vandaag is meer dan 10% van de aandelen van ThromboGenics geshort. Ook door u?

‘Neen, wij zijn niet short op Thrombo. Aan de huidige koers overwegen we zelfs opnieuw in te stappen. We geloven in het aandeel, maar vonden het boven de 40 euro wel wat duur worden en hebben toen verkocht.’

Kunt u een paar voorbeelden

geven van aandelen die u nu wel short?

‘Ja, het Nederlandse overslagbedrijf Vopak. Dat is een bedrijf dat goed gepresteerd heeft, maar waar analisten altijd maar hogere koersdoelen voorstellen. Het is een beetje een hype, terwijl er niet nu meer concurrentie aan het komen is. Een ander voorbeeld is BinckBank. De online broker kampt met hardnekkige prijsconcurrentie en we geloven niet in een overname. De verwachtingen zullen omlaag moeten. Ook Solvay is een shortpositie. Oké, het is een goed bedrijf en de overname van Rhodia heeft nog potentieel, maar ook hier vonden we dat de koers wat te ver vooruitgelopen was. Ondertussen is de correctie al grotendeels gebeurd.’

Van welke aandelen verwacht u een positieve klim?

‘We geloven sterk in bijvoorbeeld Arseus. De activiteiten zijn weinig gevoelig voor de conjunctuur. De waardering is niet heel laag, maar de divisie Fagron (stoffen voor apothekers) heeft internationaal nog heel veel potentieel.’

‘Een andere longpositie is het Luikse EVS. We geloofden al in het bedrijf voor de komst van de nieuwe ceo. Het bedrijf is een absolute leider in zijn technologie en wint marktaandeel in grote marktsegmenten waar het voordien niet of minder actief was.’