

Caldic, een multinational in wording

Het Rotterdamse Caldic is een echte 'groeimachine'. De fijnchemiedistributeur groeide dit jaar in twee grote stappen naar een omzet van rond de 3 miljard euro. Voor volgend jaar, ondanks de gure economische tijd, verwacht Caldic zich verder te ontwikkelen tot een multinational door overnames en autonome groei.

Alexander Wessels:
'Met kleine aankopen versterken we ons portfolio of krijgen we een betere positie'

De ondernemersgeest van de founding father van Caldic, Joop van Caldenborgh en zijn zoon Olav, is nog steeds belangrijk in het bedrijf, waarvan het hoofdkantoor op een steenworp afstand van de Rotterdamse Nieuwe Waterweg ligt. "Hier bouwen we op de unieke en sterke fundamenten voort en mede daardoor hebben we de hoge groei in de afgelopen jaren kunnen realiseren", vertelt Alexander Wessels, de CEO van Caldic. "Naast de autonome groei van zo'n 9% per jaar zijn we ook gegroeid door acquisities. Aanvankelijk met Goldman Sachs als financiële sponsor en in het bijzonder vanaf maart, nadat deze Amerikaanse investeerder Caldic eind 2021 verkocht aan branchegeenoot Advent. Dit investeringsbedrijf heeft een enorme groeiambitie met ons."

Wessels en zijn team laten zich graag uitdagen om de business te doen groeien. Wessels zelf heeft al zo'n twintig overnames en fusies achter de rug. Met een staat van dienst in het internationale bedrijfsleven moet hij Caldic in de top zien te krijgen van de fijnchemiedistributie. Met een private-equityeigenaar die sterk gericht is op groei en in de (fijn)chemie is gespecialiseerd, moet dat lukken. Wessels zegt blij te zijn met de huidige eigenaar: "Advent heeft, behalve ons te kopen, dit jaar GTM en recent Connell helpen toevoegen aan Caldic en dan hebben we nog steeds veel ruimte over voor verdere investeringen."

Op veel continenten

Langs de A27 heeft Caldic een hypermodern, energieneutraal logistiek centrum dat is gecertificeerd voor de BREEAM-duurzaamheidsstandaard, met onder andere een zonnecentrale op het dak. Hier liggen voedingsingrediënten waarmee klanten weer producten kunnen maken. "Wij zijn de schakel tussen fabrikant, ook wel principaal genaamd, en de klant", vertelt Wessels over de mondiale activiteiten van het bedrijf. Met principalen hebben wij een exclusieve relatie, waarin de toegevoegde waarde die we leveren aan klanten uit de hoek van voeding, farmacie, persoonlijke verzorging en industrie maximaal tot zijn recht komt. Voor bijvoorbeeld ingrediëntenblends, kleinere verpakkingen, in cleanrooms afgevulde farmaproducten of R&D-ondersteuning kunnen zo'n 25.000 klanten een beroep doen op deze maatwerkoplossingen, naast de 20.000 producten in onze magazijnen."

Om die waaier aan klanten optimaal te bedienen wil Caldic op elk continent aanwezig zijn en, daar waar witte plekken zijn, zich versterken. "Met het inbrengen van GTM op ons platform zijn we sterker geworden in Zuid-Amerika en Connell zorgt voor aanwezigheid in Azië en de Pacific", legt Wessels de strategie uit. "Met kleine aankopen, die we het gehele jaar door doen, versterken we ons portfolio of krijgen we een betere positie in een land. De grote spelers in deze industrie doen, net als wij, elk kwartaal wel een of meer kleine overnames: bedrijven tot een omzet van 50 miljoen euro. Het zijn vaak familiebedrijven die standalone niet mee kunnen in de globalisering van deze sector. Onze wens is om behalve in de huidige regio's ook nog stappen te zetten in Oost-Europa en Noord-Amerika. Het continent waar we nog niet zitten, is Afrika. Er komt binnen vijf jaar een vestiging in Noord-Afrika."

Op termijn beursgang

Het economische klimaat voor 2023 ziet er weinig hoopgevend uit. Wessels heeft op dat vlak veel meegemaakt, maar blijft onder het sombere vooruitzicht redelijk koel. Hij weet dat veel van zijn producten, die in de Caldic magazijnen liggen opgeslagen, noodzakelijk zijn voor voeding en farmaceutica. "We zijn minder gevoelig voor het economische tij. Hoe dat komt? We hebben heel veel producten, werken in veel landen en hebben veel klanten. Die drie dimensies temperen zowel het economische tij naar boven als naar beneden. Daardoor is het een mooie sector voor mensen om hun geld in te beleggen. Er heerst een vrij grote zekerheid."

Caldic houdt ook in dit gure economische klimaat vast aan zijn vijfjarenplan, dat eindigt eind 2026. "Organisch plannen we in 2023 een continuering van de salesgroei en daar komen dan nog eens de overnames bij. Caldic heeft niet echt een vaste horizon. We blijven ons verder ontwikkelen tot een multinational. De ambitie van Caldic en eigenaar Advent is om leider te worden, niet alleen in grootte, maar ook in winstgevendheid, klanttevredenheid en duurzaamheid. En na 2026 een beursgang? Het is een mogelijk scenario, maar er zijn zoveel andere." <

Caldic



deel online

