

PERTINEA IS EEN STERKE COMBINATIE VAN HOLLANDSE NUCHTERHEID EN VLAAMS BOERENVERSTAND

VAN DE MAKERS VAN **VG** VISIE



MENSENMAKENdeSTAD

Caroline Kievit, country manager Pertinea Nederland en Philip De Greve, managing partner Pertinea

Twee jaar geleden maakte het Belgische Pertinea zijn entree in Nederland. Deze kleine maar kapitaalcrachtige vastgoedvermogensbeheerder slaat sinds een tiental jaar met succes de brug tussen de werelden van vastgoed en kapitaal. Na de twee deals van afgelopen maand is er nu meer dan 20 miljoen aan vastgoed in portefeuille. Inmiddels is er ook meer dan 50 miljoen kapitaal opgehaald met hun meest recente fonds, waardoor Pertinea actief blijft speuren naar wijkwinkelcentra voor aankoop. Een mooie kans voor verkopers, stellen Philip De Greve en Caroline Kievit.

De flexibiliteit en wendbaarheid van een klein bedrijf gecombineerd met de ruggensteun van kapitaalcrachtige partijen met kennis van zaken. Dat is de kracht van Pertinea, en het resultaat van een duidelijke visie. Toen Philip De Greve 10 jaar geleden Pertinea oprichtte, had hij een duidelijk doel voor ogen: een brugfunctie vervullen tussen de markten van niet-beursgenoteerd vastgoed en kapitaal. De focus op deze beide markten garandeert een gezond, rendabel en duurzaam evenwicht, is zijn overtuiging. Hierbij is een belangrijke rol weggelegd voor het investeursplatform van Pertinea. Dit platform bestaat uit betrokken en kapitaalcrachtige partijen met gedegen ervaring op het vlak van retail en vastgoed. Het omvat Belgische, Nederlandse en Luxemburgse HNWI's, family offices, verzekeraars, pensioenfondsen en retailers. Deze exclusieve en bevolgen groep investeerders heeft via Pertinea intussen meer dan 200 miljoen aan vastgoed in portefeuille. De basis hiervan wordt gevormd door meer dan 150 winkels, gegroepeerd in een 20-tal Nederlandse en Belgische vastgoedobjecten. Het mag dus duidelijk zijn dat Pertinea snel grote bedragen kan leveren. Deze dealzekerheid wordt zeer op prijs gesteld door verkopers van vastgoed.



Winkelcentrum Op de Bronnwerij Enschede

'NIET HET VRETEN VAN VOLUME, MAAR HET MAKEN VAN MARGES, DÁÁR GAAN WE VOOR'



Winkelcentrum Oudland Zwijndrecht

Gezond kritisch

Die hoge dealzekerheid gaat samen met een gezond kritische blik. Hier geen ongezonde druk om te investeren. Integendeel. 'Tot vrij recent hebben we vier jaar lang in België geen aankooptransacties gedaan, omdat we de prijzen niet in verhouding vonden met het risico verbonden aan het onderliggend vastgoed. Niet het vreten van volume, maar het maken van marges, dáár gaan we voor. Een investeringsobject moet voldoen aan onze eisen, anders kopen we niet'. Pertinea is duidelijk een sterke combinatie van Hollandse nuchterheid en Vlaams boerenverstand.

Die gedisciplineerde aanpak heeft vanaf het begin vertrouwen gekweekt bij investeerders en banken. Daardoor slaagt Pertinea er ook in deze bewogen tijden in om aankopen te doen. Vorig jaar werd voor bijna 60 miljoen aan vastgoed gekocht. Zo sloot het bedrijf eind december twee deals in Dordrecht en Zwijndrecht en dit nauwelijks 3 maanden na het afsluiten van een andere mooie aankoop in België. Ook wist het in minder dan drie weken tijd meer dan 50 miljoen euro aan extra kapitaaltoezeggingen zeker te stellen. 'We zijn helemaal klaar om verder te blijven investeren in Nederland en België', zegt Caroline Kievit enthousiast.

Veel investeerders zijn huiverig om te investeren in retailvastgoed. Voor jullie is dat juist core business. Waar is dat vertrouwen op gebaseerd?

'Het retaillandschap bestaat uit verschillende segmenten. De winkelstraten in steden hebben het al een tijd moeilijk. Shoppingcentra met een hoog aanbod aan modewinkels zijn hetzelfde lot beschoren. Dit zijn echter niet onze niches. Met dominante wijkwinkelcentra in Nederland en retailparken in België focussen we op convenience vastgoed: winkels die ideaal beantwoorden aan de sterke en stabiele behoefte aan dagelijkse boodschappen. Die centra hebben zich in de vorige crisis al bewezen en staan ook in coronatijd recht overeind, zowel op het vlak van consumentenbesteding als op de investeringsmarkt. Tijdens de eerste lockdown hebben deze centra in Nederland een mooie omzet gedraaid, veelal zelfs meer dan voordien. Bovendien is deze deelmarkt ook minder gevoelig voor internetverkoop.'



Winkelcentrum Buystengh Zoetermeer

'WIJ BIEDEN MARKTCONFORME PRIJZEN ÉN GROTE DEALZEKERHEID'



Winkelcentrum Wicwijk Dordrecht

Naar wat voor soort objecten gaat jullie belangstelling uit?

'In Nederland zoeken we naar vastgoedobjecten met bij voorkeur twee complementaire supermarkten als ankers, waarbij een groot deel van de huur verbonden is aan dagelijkse boodschappen. Dat betekent dat een centrum niet te groot mag zijn. Anders zitten er al snel te veel modewinkels of formules die meer internetgevoelig zijn. De recente Nederlandse aankopen in Dordrecht en Zwijndrecht zijn mooie voorbeelden van wat voor ons interessant is: goed verhuurde centra middenin de wijk, niet al te groot en dominant in hun verzorgingsgebied.'

Waarom hebben jullie eigenlijk de stap naar Nederland gezet?

'Dit stelt ons in staat om verder te groeien en tevens het risico nog beter te spreiden. De stap naar Nederland was sowieso niet zo groot, omdat ons kapitaalplatform vier Nederlandse families telt. Daar komt nog bij dat Nederland een transparante en volwassen markt is. De Nederlandse economie en de Nederlandse investeringskaders zijn zeer robuust. Hoewel er uiteraard verschillen zijn, leunt de zakencultuur ook sterk aan tegen de Vlaamse; non-sensense.'

Is er verschil tussen de Belgische en Nederlandse retailmarkt?

'Absoluut. Als je kijkt naar de investeringsmarkt voor winkelvastgoed is het verschil in yields inmiddels echter niet meer zo groot als enkele jaren geleden. Zeker als je bedenkt dat de exploitatiekosten voor rekening van de eigenaar in Nederland hoger zijn dan in België en dat de fiscaliteit en schuldfinancieringsmarkt in België aantrekkelijker zijn. Maar verder zit de markt voor retail geheel anders in elkaar. Convenience retail is in België sterk buitenstedelijk georganiseerd: winkelcentra – die men gebruikelijk één maal per week met de auto bezoekt – liggen er namelijk veelal aan belangrijke invalswegen naar de stadskernen. In Nederland zijn vrijwel alle winkels die beantwoorden aan dagelijkse behoeften binnenstedelijk en komen veel mensen lopend of op de fiets, meermaals per week naar dergelijke wijkwinkel- en buurtcentra. Dat vraagt om een andere aanpak en de aanwezigheid van een lokaal team met lokale kennis. In dat kader wensen we trouwens momenteel ons Nederlandse kantoor te versterken met een commerciële collega. Wil je bouwen aan een sterk, gezond, internationaal bedrijf waar je echt impact kan hebben? Dan is dit zeker een mooie kans!'

Wat wordt de belangrijkste uitdaging voor 2021?

'Het managen van alle vraagstukken bij onze stakeholders rond Covid-19 in combinatie met het blijvend vastleggen van Pertinea's groeitraject.'

Extra vragen

Zakelijk

Wat is je favoriete retailmerk?

Caroline: Scotch & Soda, mooie winkels – inmiddels goed begrepen dat online en offline winkelen idealiter samen gaan. De gedwongen sluiting van de winkels ingevolge Covid-19 heeft de beperkingen en de limiet van het louter online model aangetoond, evenals de kracht en het bestaansrecht van de fysieke winkel. De forse inhaalbeweging op het vlak van omzet die vele ketens hebben gemaakt bij de heropening na de eerste lockdown in België en op andere locaties, getuigt hiervan. Veel hangt dus af van hoe Amazon fysiek verder voet aan de grond zal zetten en krijgen.

Welk retailmerk heeft volgens jou de beste strategie online en offline?

Caroline: Bijenkorf heeft in Nederland op beide vlakken de juiste keuzes gemaakt. Philip: In België zijn Medi-Market en Cassis/Paprika mooie en succesvolle voorbeelden.

Wat zijn jouw top 3 winkelsteden?

Beiden: Parijs, Utrecht en Antwerpen.

Wat zijn jouw top 3 winkelcentra?

Caroline: Gelderlandplein, het nieuwe Hoog Catharijne en in Engeland Westfield London.

Wat is je top 3 favoriete F&B-concepten in een winkelgebied?

Caroline: Le Pain Quotidien, Comptoir Libanais en verder vooral just lokale horeca ondernemers.

Wie of welke partij is de retailbelofte van het jaar?

Philip: Covid-19 is een uitdaging voor menig retailer. Vele spelers dienen zich nu verder én versneld opnieuw uit te vinden. Van deze nood zullen vele ketens een deugd maken. Verscheidene (nieuwe) beloftes zijn dan ook te verwachten.

Wat zijn de drie beste lokale helden?

Caroline: De slager bij mij in de straat, de Turkse supermarkt en mijn favoriete kaaswinkel. Allemaal heel hard werkende ondernemers die trots zijn op hun producten en hun zaak.

Welk nieuw Retail concept willen we zien landen in Europa?

Caroline: Piano spelen (hoevel talent?) Philip: Geduld – en ik moet er

gelukkig niet altijd op wachten :-).

Wat wil ik nog bijleren

Philip: Bijkomend inzicht verwerven in de verschillende drijfveren achter het winkelen en de verdere ontwikkelingen op dit vlak.

Missie voor 2021

Caroline: Weer meer netwerken én dit ook bewuster doen.

Dit raakt mij persoonlijk

Caroline: Dat veel mensen zo klagen van hun eigen miserie enkel bij anderen leggen.

Wat heeft indruk gemaakt in je leven?

Caroline: Een werkbezoek aan Dubai, maar ook aan Moskou en Istanbul. Hele bijzondere plekken, waar men momenteel niet meer zo gemakkelijk naar toe kan.

Hoe ben je veranderd/gegroeid de afgelopen jaren?

Caroline: Ik ben overgestapt van de (quasi-)zekerheid van een groot concern naar zelfstandig ondernemerschap in een

kleine ondernemende structuur. Ik heb ervaren dat dat allemaal leuk is en ik overal mijn draai weer in vind.

Welke tegenslag heeft je het meeste gevormd?

Philip: Als 12-jarige ben ik omwille van wat deugnietierij naar de strengste kostschool van Vlaanderen gestuurd. Na een eerder moeilijke start heb ik er 6 mooie en leerrijke jaren beleefd. Mijn oudste dochter volgt sinds dit jaar ook dit traject, maar wel op eigen verzoek.

Hoe word jij beïnvloed door succes?

Philip: Dat geeft me de energie om elke dag met veel goesting samen met collega's, investeerders en huurders te blijven bouwen aan een mooi en zinvol Pertinea-verhaal en dit binnen een brede maatschappelijke context.

Wel succesmoment heeft jou het meeste beïnvloed?

Caroline: Toen ik ooit het vertrouwen van een leidinggevende kreeg om zijn rol over te nemen en zelf afdelingshoofd werd.

Wat typeert jouw stijl van leiding geven?

Philip: Aanmoedigen waar mogelijk. Raadgeven waar gevraagd. Opvolgen waar nodig.

Welke ondernemer bewonder je het meest?

Philip: Een ieder – hoe groot of klein ook – die elke dag met een gezonde portie

beroepstrats en door inzet waarde tracht te creëren die zijn eigen belang te boven gaat.

Wat is je levensfilosofie?

Philip: "Plus est en vous" – wat in het Nederlands mooi kan aansluiten bij "Waar een wil is, is een weg".

Hoe kom je tot jezelf?

Philip: Sporten – alleen of samen met vrienden. Dat betekent

duurzaamheid voor jou?

Philip: Authenticiteit tot in de kern van jezelf rekening houdend met je omgeving.

Wat doe je als het even tegenzit?

Caroline: Het komt altijd weer goed, daar geloof ik vast in.

Wanneer ben je succesvol?

Philip: Als je samen met anderen de vooropgestelde doelen behaalt met de gebudgetteerde middelen en dit op een maatschappelijk verantwoorde en duurzame manier.

In het weekeinde werk ik wel

Caroline: Omdat het soms gewoon even nodig is en ik mijn werk ook leuk vind.

Waar heb je ontzettend hard om moeten lachen?

Philip: Mensen die de gave hebben om hun omgeving én zichzelf héél sterk te kunnen relativeren.