

Wat te doen met Pour Vous?



*“Voor één keer ligt nu de macht
ook bij zelfstandigen”*

René Salimans neemt regelmatig diverse bedrijven onder de loep en vertelt aan de hand van grafieken zijn verhaal. Dit keer een bijzondere editie van ‘Onder de loep’, over de onrust rondom de eventuele overname van Pour Vous.

“Er is extreme onrust rond alles wat zich de laatste maanden afspeelt bij Pour Vous, de kwestie gijzelt de branche al een halfjaar. Een van de gevolgen is dat iedereen beslissingen uitstelt in afwachting van duidelijkheid. Dat is niet goed en zeker niet nodig. Het gezamenlijke persbericht van Douglas en Pour Vous van 9 oktober verraste iedereen. Men maakte bekend dat Douglas in 2013 begint met franchise en dat dit in 2013 alleen open stond voor Pour Vous leden. Een citaat: ‘Mevrouw Paulien Ruiter zal Douglas als adviseur ondersteunen en begeleiden en zich focussen op een optimale integratie.’

Rond de jaarwisseling kwam opeens het spectaculaire gerucht dat AS Watson een bod deed op Pour Vous. Hoewel nauwelijks te geloven gezien het hierboven genoemde officiële persbericht, blijkt dit realiteit te zijn. De beweging van Pour Vous is niet geboren uit luxe, maar bittere noodzaak. Voor de millenniumwisseling hadden ze meer dan honderd leden. Ik memoreer dat Kruidvat pas in 1997 begon met ICI Paris XL, toen lag de parfumeriemarkt nog open! Pour Vous wist niet te profiteren hiervan, in 2005 had men nog slechts 72 deuren (bron: drogisterijformuleposter Nieuwe Drogist). Er kwam een opleving in 2009 door de komst van vijftien combizaken van Van der Doelen. Maar toen deze afgelopen herfst terugkeerde naar DA/MOOI en Pour Vous ook nog een paar andere za-

ken verloor, kwam men uit op nog slechts ongeveer zestig deuren. Conclusie is dat ze niet meer de kritische massa hadden die nodig is.

In mijn brancheschetsen heb ik afgelopen jaren vaker kritisch gesproken over het gebrek aan krachtige initiatieven van Pour Vous richting de consument. Ook heb ik mij erover verbaasd dat deze formule niet voldoende in staat was voor haar leden dingen gedaan te krijgen bij topmerken. Ik noem als voorbeeld de prachtige combizaak van 400 m² die Marjo Vis in maart 2010 opende in Steenwijk op een steenworp afstand van het centrum, naast C1000. Ze werd lid van Pour Vous en spaarde kosten noch moeite er een heel bijzondere zaak van te maken, maar de topmerken kwamen niet. Lancôme durfde het aan, maar haakte weer af. Iedereen kijkt naar iedereen en vindt daarin het argument niet te komen. De nieuwe, prachtige combizaak van Marc en Jos van der Linden in Loosdrecht voldoet aan alle spelregels die topmerken opleggen, maar Chanel en Dior ontbreken.

Hoe anders is dit bij combizaken van DA/MOOI. Na de opening van hun eerste zaak in Hoogeveen kregen zij het wel voor elkaar de topmerken + Rituals te krijgen in de winkelcentra Schiedam en Rhoon. En inmiddels ook in Elst en Rosmalen.

Terug naar de deal met AS Watson. ICI Paris XL heeft in 2012 131 deuren, Douglas 89, maar Douglas heeft gemiddeld grotere (mooiere) zaken. Ze zijn qua marktaandeel aan elkaar gewaagd. Realiseert u zich dat het claimen van marktleiderschap van ontzettend groot belang is in onderhandelingen met topmerken. Zo krijgt Kruidvat inmiddels soms voorrang boven Etos bij introducties. Meer volume betekent een lagere prijs. Zou Pour Vous naar Douglas zijn gegaan, dan waren er snel enkele tientallen zaken bij gekomen en sloeg de balans door naar hen.

Nu is AS Watson aan zet. Zal men de Pour Vous formule handhaven en zelfs nieuw leven inblazen? Ik voorspel van niet. Een formule in de lucht houden kost heel veel menskracht en geld. Welk belang heeft men, daar waar ICI Paris XL staat als een huis? Ik memoreer dat nog maar zeven jaar geleden AS Watson Trekpleister ten grave wilde dragen. De 239 vestigingen zouden deels Kruidvat worden waar deze nog niet gevestigd was. Verder zou men 'Savers' in de markt zetten, waar men vanuit Engeland ervaring mee had. Men kwam tot 38 Savers, maar na één jaar was het avontuur voorbij, het werd één grote mislukking! Nu zitten ze – naast 810 Kruidvaten – in hun maag met nog maar 133 Trekpleisters waarin ze niet investeren, want het zijn er nu acht minder dan in 2007, terwijl ze in deze periode honderd nieuwe Kruidvaten openden. Naast ICI Paris XL, Kruidvat en Trekpleister hebben ze ook Prijsmep- per en nu dan Pour Vous?

DA (Stip, Beauté en DA) en Faco (ABC en D.I.O.) hebben afgelopen jaren hun formules in elkaar gescho-

ken uit kostenoverwegingen en dat gebeurt al decennia overal in retail. Geloof niet in sprookjes, over een paar jaar stopt AS Watson met Pour Vous! Dan hebben ze door deze briljante move Douglas afgetroefd en zijn megamarktleider!

Dan het dilemma van de combizaken waar Pour Vous er veel van heeft. Hoe moet het met leveranties buiten depositair? Toen Kruidvat Trekpleister overnam had deze franchisers, dat werd afgebouwd. Nu weer beginnen? Men wikt en weegt of en hoe men de artikelen gaat leveren buiten depositair. Een ding is zeker, vele tientallen procenten van dit assortiment dat de combi-Pour Vous nu voert heeft AS Watson niet op DC en zal ze nooit opnemen!

Denk erg goed na wat uw microbeslissingen macro voor gevolgen hebben. Faco heeft forse verwevenheid met Pour Vous, een behoorlijk aantal combizaken krijgen nu hun leveringen via hen. Niet alleen D.I.O., maar ook CREST-leden, en Faco heeft Pour Vous eigendomswinkels. Mag Faco de kruimels leveren die AS Watson overlaat? DA/DU heeft behalve een verdwaalde winkel geen verwevenheid met Pour Vous, maar uiteraard wordt ook door hun leden nagedacht. Iedereen verwacht dat de condities van AS Watson erg interessant zijn. Houdt men rekening dat ook daar sprake zal zijn van een 'fee' berekend over alle omzet? Het grootwinkelbedrijf in de drogisterijbranche had in 1997 ruim € 1,1 miljard omzet, in 2002 (hoogtepunt zelfstandigen!) € 1,9 miljard en in 2012 al € 2,6 miljard! Zelfstandigen hadden in 1997 € 0,8 miljard, 2002 € 1,1 miljard en 2012 minder dan € 0,7 miljard.

Als maar weinig zelfstandigen overstappen naar AS Watson blijft de schade niet beperkt tot Douglas. Minder dan € 700 miljoen omzet voor zelfstandigen (met nog steeds krimp) wordt beleverd door vijf DC's: DA/DU, Faco, Unipharma, Vriesia en Holland Pharma. Sanering ligt om de hoek, dat begrijpt een kind met deze omzettend! Maar met deze ontwikkeling kan het in een stroomversnelling komen!

Ik behandel globaal de belangrijkste groothandels. DA heeft rond 430 deuren die hen hebben als primaire groothandel, met Uw Eigen Drogist 500 en met MOOI 550. Faco zit rond 220 met D.I.O + CREST. Globaal zijn er 1.200 zelfstandigen, reken maar uit hoeveel over is voor de rest.

Een decennium omzetzijding bij zelfstandigen zorgt voor veel onvrede. Men 'fokt elkaar op' en praat elkaar het graf in. Naast Douglas, die toch doorgaat met franchise, is MOOI of DA/MOOI een alternatief, maar daarover zijn ook geruchten dat het niet alle leden voor de wind gaat. Als dat al zo is kan ik u garanderen dat tientallen Etossen en Kruidvaten ook in zwaar weer zitten, zo werkt de markt! Slechts één aspect is belangrijk, de lokale situatie. Als u iets overweegt op een kansrijke plek met voldoende traffic, dan lukt dat prima met

“

Zal men de Pour Vous formule handhaven en zelfs nieuw leven inblazen?

“

MOOI, of Douglas, of DA/MOOI! Houd daarbij wel in het oog dat Douglas een grootwinkelbedrijf is met heel andere belangen dan een franchiseorganisatie voor zelfstandigen!

Dat geldt nog sterker voor 'veelvraat' AS Watson. Wanneer u met een grootwinkelbedrijf in zee gaat, krijgen ze perfect zicht op uw omzet. Wie garandeert u dat hen dat niet zal 'triggeren' te zijner tijd iets naast u te beginnen? En dan? Met Faco kiest u voor een formule met meer vrijheid en zit u bij een organisatie met veel dynamiek zoals onder andere veel accent op scherpe (inkoop)prijzen (Tom de Wit), verkoop via internet, Madelief en Natuurdrogist. Met DA/DU/MOOI kiest u voor een strakkere formule met meer slagkracht. Zij investeerden naast DA in de overname van Brocacef. Ze namen een 50% belang in MOOI en u krijgt bij DA toegang tot brillen van Eyelove en bij MOOI tot Rituals. Ik kan u garanderen dat dit twee erg sterke en unieke troeven zijn. Er is nog jaren ruimte voor groei in het parfumeriesegment.

Voor één keer ligt nu de macht ook bij zelfstandigen: kiest u voor versterking van grootwinkelbedrijf ICI Paris XL zodat ze – net als Kruidvat in drogisterijen – de markt volledig gaan domineren? Dat zal Faco op korte termijn het ergste voelen. Kiest u in geval van een speciaalzaak voor grootwinkelbedrijf Douglas die daarmee marktleiderschap kan claimen? Of kiest u voor een derde machtsblok in zelfstandigen: franchiser DA/MOOI of MOOI? Sinds zomer vorig jaar zijn die in elkaar geschoven en vormen samen met de luxe DA's inmiddels ook een machtsblok van rond 110 deuren met erg veel kansen op forse groei.

Ga uit van uw eigen kracht, ik wens u wijsheid! •

Reageren? rene@salimansconsultancy.nl