

“Voor Edialux is Nederland onontgonnen, maar kansrijk terrein”

17-06-2022 07:00



Binnen Pelsis Group wordt nauwkeurig bepaald welke merken via welke verkoopkanalen aangeboden worden. “Daarbij kijken we naar de kansen van de kanalen voor ieder merk. Waar doet de doelgroep inkopen en hoe kunnen wij daar het beste op inspelen”, aldus Cees.

Zo zijn in ons land de producten van het merk Luxan verkrijgbaar bij groene formules. “Die producten hebben een duidelijke link met de specifiek op de tuin gerichte particuliere gebruiker, die het liefst bij een gespecialiseerde winkel koopt. Daarom verkopen we Luxan al vele jaren via Welkoop, Uw Groene Vakwinkel en BoerenBond.”

Doe-het-zelf

Vanuit die merkpositionering heeft Pelsis Group met Edialux een merk in handen dat naadloos aansluit op de behoeften van doe-het-zelvers. “Een merk dat in Nederland nog relatief onbekend is, maar dat gaan we veranderen”, zegt Wilhelm van Veldhuizen, die als Key-Accountmanager medeverantwoordelijk is voor de gang naar de Nederlandse bouwmarkten.

Een stap die Pelsis Group met vertrouwen zet. “Met meer dan 1.500 verkooppunten in doe-het-zelf- en tuincentra in België zien we dat we daar onze doelgroepen goed bereiken. Het zijn de plekken waar consumenten op zoek gaan naar producten voor onkruid- en ongediertebestrijding”, zegt Evi Schoovaerts, Brand Manager Edialux Retail.

Herbiciden en insecticiden

Zo zijn de producten van Edialux bij onze zuiderburen te koop bij onder meer Brico, Hubo, Aveve, Gamma en tal van zelfstandige tuincentra. “Daar hebben onze assortimenten inmiddels een mooie plek in de schappen. Dat geldt zowel voor de herbiciden (onkruidbestrijding) als de insecticiden en ratten- en muizenmiddelen”, zegt Evi.

Marktonderzoek in België wijst uit dat het vooral mannen zijn, die de overlast door ongedierte aanpakken. “Bovendien toont hetzelfde onderzoek aan dat in de meeste gevallen mannen verantwoordelijk zijn voor het onderhoud van de tuin. Deze doelgroep komt graag in de bouwmarkt en wil daar de producten vinden die ze nodig hebben voor de ongediertebestrijding en het werk in de tuin.”

Jaarrond goed bezocht

Belangrijk voordeel van de bouwmarkten ten opzichte van de tuincentra ziet Pelsis Group in de seizoensafhankelijkheid. Cees: “De bouwmarkt wordt jaarrond goed bezocht, terwijl tuincentra het echt van de seizoenen moet hebben. Problemen met ongedierte in huis doen zich het hele jaar voor, dat maakt de bouwmarkt een zeer interessant verkoopkanaal.”

De eerste formule waar Edialux-producten verkocht worden is Praxis. “Daar beginnen we met een bescheiden assortiment in tien tot vijftien winkels”, aldus Cees, die zegt dat deze start een spin-off is van de samenwerking met Brico in België. Wilhelm vult aan dat het om vestigingen met een tuincentrum gaat. “Een groot deel van het publiek heeft wel eens problemen met ongedierte dus onze producten zijn daar zeker op hun plek.”

Rustige groei

Hoewel Pelsis Group uiteindelijk gaat voor landelijke dekking, zal van een ‘bestorming van de Nederlandse markt’ zeker geen sprake zijn. “We gaan bewust voor een rustige groei zodat we voorraden en omloopsnelheden goed in de gaten kunnen houden. Ons doel is om partners in de keten te vinden waarmee we samen aan landelijke dekking opbouwen met, in een straal van twintig kilometer, altijd een winkel waar onze producten verkocht worden”, zegt Cees.

Daarbij worden ook de city-concepten en kleine ijzerwarenspecialisten als kansrijke verkooppunten gezien. “In stedelijke gebieden zorgt ongedierte vaak voor overlast. Ratten, muizen, maar ook insecten. Gezien ons brede assortiment hebben we ook voor die winkels interessant aanbod”, zegt Evi.

Geen discounter

Belangrijke voorwaarde die aan partners gesteld wordt, is dat ze actief zijn in een kanaal dat bij Edialux past. “Daarom zul je producten van Edialux ook niet bij discounters vinden. Wij zoeken onze partners in de branches die passen bij onze A-merken.”

Een andere reden voor deze bewuste keuze is de onvoorspelbare vraag naar de producten voor ongediertebestrijding. Cees: “Bij de uitbraak van een grootschalige mieren- of andere plaag is niet alleen productbeschikbaarheid belangrijk, het gaat er dan om dat je op het juiste moment en op de juiste plek voldoende voorraad hebt. Voorwaarden die we in het dhz-kanaal goed kunnen waarmaken.”

Eigen productielocaties

Daarbij kan Edialux terugvallen op de eigen magazijnen met 10.000 palletplaatsen en productielocaties van Pelsis Group in Nederland en België. “Zo hebben we in België een afdeling Eindproductie, waar we bijvoorbeeld flessen afvullen. Dat maakt ons erg flexibel in de productie omdat we de planning kunnen aanpassen aan de onvoorspelbare vraag. Daarvan profiteren onze partners”, zegt Evi.

Ook in Barneveld heeft Pelsis Group een productielocatie. “Bij Denka International worden onder meer de spuitbussen geproduceerd en verschillende andere formuleringen, zoals poeders en concentraten, worden daar eveneens ontwikkeld en geproduceerd”, zegt Cees.

Brede ondersteuning

Hoewel Edialux nieuw is op de Nederlandse markt kunnen partners in het doe-het-zelfkanaal rekenen op de logistieke prestaties en brede ondersteuning die horen bij een ervaren A-merk. “Van onze ervaringen en organisatie in België kunnen partners in Nederland profiteren. Zo hebben we al uitgewerkte schappenplannen en winkelpresentaties en bieden we uitgebreide service en marketingondersteuning tot op winkelniveau. Wij weten wat het is om een A-merk te zijn en die status invulling te geven.”

Cees benadrukt dat Edialux bovendien kan meeliften op het bestaande distributienetwerk van Luxan. “We zijn niet zomaar een clubje, maar een in België succesvol dhz-concept voor ongediertebestrijding. Dat concept komt nu ook beschikbaar voor de Nederlandse doe-het-zelfmarkt en ondernemers met interesse sturen we graag een kennismakingspakket toe. Mail ons op info@edialux.nl.”

Duurzaam oplossen

Om de assortimenten van Edialux en andere merken compleet te krijgen en houden, werkt een team van ongeveer tien R&D-medewerkers van Pelsis Group continu aan de ontwikkeling van nieuwe formuleringen en producten. “Belangrijke voorwaarde van onze producten is dat ze voldoen aan alle strenge regelgeving. Daarbij verschillen de producten voor particulieren van die voor professionele gebruikers. Die mogen vaak met zwaardere producten werken omdat ze beter beschermd zijn. Voor materialen als muizen- of mollenklemmen zijn de regels te overzien, maar alles met een stofje erin is echt superzwaar gereguleerd”, zegt Cees. “Voor de ontwikkelingen in de particuliere sector kijken we natuurlijk wel graag naar onze klanten in de professionele sector. Welke producten zijn daar populair en zijn die ook toe te passen voor de consument?”

Volgens Wilhelm is Edialux ook continu op zoek naar duurzame alternatieven voor het traditionele gif. “Verjagen, weren en beheersen in plaats van bestrijden. Dat is vaak met natuurlijke materialen op te lossen.”

Houdbare aaltjes

Voorbeeld daarvan zijn houdbare aaltjes die ingezet kunnen worden tegen bodeminsecten als emelten en engerlingen. “Die aaltjes zijn via cryptobiose, een speciaal procédé, in een soort slaaptoestand gebracht en zijn een half jaar houdbaar. Door ze in water te zetten, komen ze weer tot leven en kunnen ze over het gazon verdeeld worden. Vervolgens bestrijden zij de emelten en engerlingen op natuurlijke wijze. Een effectieve manier om het probleem op te lossen zonder andere dieren of planten te bedreigen.”

Edialux B.V., Barneveld, 0342.42.04.35, info@edialux.com, www.edialux.nl-B2B.edialux.nl