

Leonidas ziet groeikansen in Nederland

14-05-2014 07:39

Het Belgische bonbonmerk Leonidas zet met nieuwe winkelconcepten in op flinke groei in ons land. "De Nederlandse markt heeft veel te bieden. Daar gaan we met verschillende concepten op inspelen", zegt salesmanager Benelux David Leskens in RetailTrends 5, dat eind deze week verschijnt.

De komende jaren komt bijvoorbeeld het nieuwe concept Leonidas & Café op de markt. Daarmee wordt een combinatie gemaakt tussen een kop koffie drinken en bonbons eten. Leonidas hoopt met dit concept meer consumenten tussen de twintig en 35 jaar te trekken.

Daarnaast wil Leonidas in elke belangrijke stad een flagshipstore openen. "In de grootste steden zelfs meer dan één", aldus Leskens. Momenteel beschikt het bonbonmerk in ons land over tweehonderd verkooppunten en een flagshipstore in Amstelveen.

Waar de Belgische markt verzadigd is, ziet Olivier Ghenne commercieel directeur home markets in Nederland nog volop ruimte voor groei. Ondanks de economische crisis stijgt het volume volgens hem elk jaar. "We merken dat de Nederlandse eetcultuur is veranderd. Ons product is een 'affordable luxury', een pleziertje dat iedereen zich kan permitteren."

Leskens en Ghenne gaan in het meinummer van RetailTrends verder in op Leonidas' visie en strategie voor de Nederlandse markt. Het bonbonmerk dacht bijvoorbeeld dat een specifieke marktbewerking voor ons land niet nodig was. "Maar daar sloegen we de plank mis." Daarnaast vertelt zij over de standaardisering van het winkelconcept, dat voor een uniforme uitstraling van de winkels moet zorgen. RetailTrends 5 verschijnt eind deze week met EtailTrends 3. [Klik hier voor een jaarabonnement voor elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.](#)

-