

Treedt La Redoute in voetsporen Wehkamp?

04-11-2014 10:02

Na jaren van verlies is eigenaar Kering (voorheen PPR) zijn fashionformules nu aan het verzelfstandigen via een management buy-out. De formule ondergaat een restart als internationale webshop voor vrouwen van 30-plus, ook actief in Nederland. Is La Redoute een Wehkampkiller?

Soms gaan krimp en expansie hand in hand. Menig winkelformule die op zijn thuismarkt met terugvallende vraag te kampen heeft, compenseert dat met expansie naar het buitenland. Een enkele keer is daar reëel potentieel, maar de 'move abroad' lijkt ook gebruikt te worden als schijnbeweging om nieuwe investeringen te rechtvaardigen. Anno 2014 is voorwaartse verdediging door buitenlandse expansie bovendien een stuk makkelijker dan voorheen, want nu volstaat een webshop. Voor een webwinkel is lokale aanwezigheid niet eens vereist; logistiek, administratie en klantenservice laten zich prima uitbesteden.

Een recente nieuwkomer op de Nederlandse markt is La Redoute. Dit postorderbedrijf in 'french fashion for the family' (omzet circa een miljard euro) was tot voor kort onderdeel van het Franse concern PPR dat zijn retailactiviteiten aan het afstoten is om zich te richten op luxemerken onder de nieuwe holding Kering. FNAC is vorig jaar verzelfstandigd met een eigen beursnotering en de modeformules zijn samengebracht onder het label Redcats dat al sinds januari doelwit is van een management buy-out. Omdat die overgang gepaard gaat met een sanering waardoor bij La Redoute een slordige dertienhonderd banen verdwijnen, is het een proces dat veel tijd vergt.

De sanering is tegelijkertijd een herpositionering. La Redoute beseft dat het bedrijf concurreert met wereldmerken als Zara en H&M en wil daarom zijn eigen niche op de wereldmarkt uitkerven mikkend op vrouwen van 30-plus; niet per se de positie van marktleider in Frankrijk verdedigen. Onderdeel van de nieuwe koers is uitbreiding in Noord-Amerika, Oost-Europa en noordwaarts in West-Europa. Twee jaar geleden is de dotcom gelanceerd waarmee het merk zijn markt vergroot heeft tot meer dan honderd landen wereldwijd. Bij die expansie worden nieuwe partnerships niet geschuwd. Sinds een klein jaar is La Redoute bijvoorbeeld actief op Amazon.com en Ebay.

Het hoofdkantoor van La Redoute in de Benelux is gevestigd in Estaimpuis, oftewel Steenput. Het bedrijf was al meer dan dertig jaar actief in België, maar ook daar is de omzet al lang dalende. Het lokale distributiecentrum is daarom opgeheven; bezorging vindt nu plaats vanuit La Martinoire bij Lille. Er is nu echter een Nederlandse versie van de webwinkel en klanten kunnen afrekenen met iDEAL. Er is bovendien een nieuwsbrief voor Nederlandse klanten en het bedrijf werft affiliates via Daisycon en lokale fashionbloggers die bijzondere faciliteiten krijgen. Bloggers zijn de vijfde colonne voor dit merk, als kosteneffectief marketingkanaal. Op Pinterest plaatst La Redoute afbeeldingen van bloggers die zichzelf fotograferen in hun favoriete kleding van het merk.

Toch is La Redoute op de Nederlandse markt een nieuwkomer om in de gaten te houden. Al was het alleen maar omdat het bedrijf inventief is. Twee jaar geleden had La Redoute een kleine pr-crisis toen opletende klanten een nudist ontdekten op een foto die kinderbadkleding moest aanprijzen. De postorderaar verwijderde prompt de foto van zijn website en nodigde in een video op Youtube alle klanten uit om op zoek te gaan naar meer discutabele foto's. Als voorbeeld van een andere afbeelding die inmiddels verwijderd was, toonde het bedrijf een plaatje van een familie in een opblaasbadje in gezelschap van een krokodil. Erg grappig. Crisis afgewend.

Toine van der Heijden

