

'Wij zijn blij dat er een einde komt aan geruchten'

Desso neemt Enia Nederland over

Hét vloerennieuws van 2010 is waarschijnlijk al in de eerste maand van het jaar tot stand gekomen. Want het feit dat Desso Group de activiteiten van Enia Nederland overneemt, mag toch een verrassende wending genoemd worden. Door de overname - die nog moet worden goedgekeurd door de bevoegde instanties - ontstaat een merkenconglomeratie in de tapijtmarkt voor consumenten. Zowel 'Desso Home' als 'Parade' en 'Bonaparte' zullen blijven bestaan, bezweren woordvoerders. Desso krijgt zo veertig procent van de markt in Nederland in handen.

Het is geen nieuws dat de Enia Group in zwaar weer verkeerde. Desso heeft dan ook op het juiste moment toegeslagen en louter de goeddraaiende onderdelen uit de Enia-portefeuille overgenomen. Naast de merken 'Parade' en 'Bonaparte' zijn dat de tapijtfabriek in Goirle, het gareneredelingsbedrijf in Heerlen en het logistieke centrum in Soest. 'Wij zijn ontzettend blij dat er nu eindelijk een einde komt aan de geruchten die over Enia de ronde deden',



Albert Telgenkamp van Desso Home: 'Desso neemt een bijzonder gezond bedrijf over'

vertelt een opgeluchte Michel Lammens van Enia daags na het bekend maken van de overname. 'Desso neemt een bijzonder gezond bedrijf over', is ook Albert Telgenkamp van Desso Home tevreden met de deal. En Stef Kranendijk, de grote baas van Desso: 'We verwelkomen de professionals van Enia van harte om onze gezamenlijke business te versterken.'

Parade en Bonaparte

Voor de lezers van *Ons Huis Vloeren* is vanzelfsprekend de grootste vraag wat er met de merken 'Parade' en 'Bonaparte' gaat gebeuren, nu deze in de Desso-organisatie worden geïntegreerd. Albert Telgenkamp daarover: 'We hebben al eerder merken laten vervallen en dat is ons bijzonder slecht bevalen. Bovendien zijn 'Parade' en 'Bonaparte' hele sterke merken.' 'Gelukkig bestaat de top van Desso uit echte merkenmensen', vertelt Marketing Manager Michel Lammens van Enia. 'De merken 'Parade' en 'Bonaparte' zullen dan ook niet verdwijnen. We gaan ons met deze merken vooraleerst focussen op de Nederlandse markt en dan met name op de consument.' Met de overname van de twee Enia-merken heeft Desso - traditioneel groot in de projectenmarkt - nu een marktaandeel in de consumentensfeer van 40 procent. Dit was 10 procent.

Toekomst

Hoe ziet Desso na deze overname de toekomst in van de toch wat in het slop geraakte tapijtmarkt? Zonnig, aldus Albert Telgenkamp. Hij blijft verantwoordelijk voor Desso Home, terwijl Hans van den Berg - die bij Enia verantwoordelijk was voor 'Parade' en 'Bonaparte' - in de nieuwe situatie eindverantwoordelijk zal zijn voor de totale consumentendivisie met de drie merken voor heel Europa. Telgenkamp zal samen met hem de Desso-kar trekken, net als Dennis Booman -Sales Manager 'Parade'



De presentatie van Bonaparte op de vakbeurs Intirio. 'Bonaparte' en 'Parade' waren de eerste beursdag nog officieel van Enia Carpets, terwijl op de beursmaandag de overgang naar Desso bekend werd

en 'Bonaparte'- dat van Enia zijde zal doen. Natuurlijk is nog lang niet alles uitgekristalliseerd. Telgenkamp: 'We moeten eerst de plannen nog effectueren en verder ontwikkelen.' Feit is in ieder geval dat het nieuwe Desso vol in de aanval gaat. 'We willen zowel binnen de tapijtsector in het bijzonder als de vloerenmarkt in het algemeen marktaandeel winnen', zeggen zowel Telgenkamp als Lammens. Desso sloot 2009 sowieso al positief af en realiseerde, aldus het bedrijf zelf, voor het derde opeenvolgende jaar een significante groei in marktaandeel en winstgevendheid. 'Zowel met tapijt als met kunstgras, ondanks de moeilijke marktomstandigheden'.

Campagnes

Om een betere positie voor tapijt in de gehele vloerenmarkt te verwerven, zal het bedrijf met een hoofdzetel in Waalwijk niet schromen om alle mogelijke middelen in te zetten. 'We gaan de functionele feiten over tapijt nóg duidelijker aan de consument communiceren', vertelt Michel Lammens. 'Vooral de voordelen van zachte vloerbedekking ten opzichte van harde vloeren moeten gewoon nog bekender worden bij het grote publiek. Dan denken we bijvoorbeeld aan de verbetering van de akoes-

Enia Group valt langzaam om

Nu de gezonde onderdelen uit de Enia Group zijn verdwenen, verdwijnt Enia langzaam van de radar. Enia Frankrijk verkeert al een tijd in zwaar weer. Vlak na het bekendmaken van de coup door Desso werd vanuit Duitsland melding gemaakt van het naderende faillissement van zowel de verkooporganisatie daar (Enia Carpet Vertriebs GmbH) als het productiebedrijf Enia Carpet Deutschland GmbH. Daarnaast is er nog de Zwitserse holding en heeft Enia nog belangen in Oost-Europa. 'Daar is mij nog niets over bekend', aldus Michel Lammens in de eerste week van februari. Bij het ter perse gaan van dit nummer van *Ons Huis Vloeren* bleef die situatie zo, maar op het moment dat u dit leest kan dat natuurlijk veranderd zijn.



De fabriek van Enia in Goirle valt straks ook onder Desso

tiel, het binnenklimaat en energiebesparing.' Middels advertentiecampagnes zullen deze gezondheidsvoordelen aan de consument duidelijk worden

gemaakt. 'En we zullen ook niet nalaten om in de vakpers onze dealers hierover te vertellen.'

Internationaal

Desso timmert de laatste tijd ook internationaal flink aan de weg. Onlangs werd zelfs een poot in Zuid-Amerika opgericht. Met name met het merk 'Parade' was ook Enia Carpets internationaal op de consumentenmarkt actief, zoals in Duitsland, Zwitserland en Oostenrijk. En er was recent vanuit de Nederlandse tak ook een Belgische Enia-vestiging geopend. 'Die blijft ook bestaan', weet Michel Lammens te melden. Momenteel is Desso al één van de leidende spelers op de Europese kantorenmarkt. Bovendien heeft het bedrijf 'een sterke wereldwijde positie op de markt voor hotels, cruiseschepen en luchtvaart-

maatschappijen. De overname van Enia maakt Desso eveneens een belangrijke speler op de consumentenmarkt, met een leidende positie in Nederland en een nummer twee-positie in Duitsland.'

Cradle-to-cradle

Mochten de Autoriteit Financiële Markt en de beide ondernemingsraden de samengang goedkeuren, dan ontstaat volgens alle partijen een sterk bedrijf. 'Wij zijn blij met Desso. We kunnen nu gebruik maken van elkaars expertise', aldus Michel Lammens. Dat zal in ieder geval inhouden dat ook de producten die tot het voormalige Enia-merken behoren, zich aan de cradle-to-cradleprincipes van Desso moeten gaan houden.

Reacties uit de markt

Vanuit de markt komen positieve reacties op de voorgenomen samengang van beide partijen. We zetten er hieronder een paar op een rijtje.

'Ik kan geen van de drie merken missen'

Erik Wissink (Super Wooncreaties Hengelo): 'Ik was op Intirio en hoorde het de beursmaandag uit de eerste hand. Gezien de marktomstandigheden verbaast het me niet. Het zijn alledrie sterke merken, waarvan ik er als detaillist geen kan missen.' Wel maakt Wissink nog een voorbehoud: 'De deal moet natuurlijk nog wel worden goedgekeurd door de Nederlandse Mededingingsautoriteit. En aangezien Desso nu een groot deel van de markt in bezit krijgt, kan dat nog een probleem opleveren. Maar als dat allemaal akkoord is, dan ontstaat een bedrijf dat de laatste jaren al veel inspanningen geleverd heeft om zachte vloerbedekking weer aantrekkelijk te maken, ook voor jonge mensen. Ik ga ervan uit dat dat straks alleen maar versterkt gaat worden. Voor de detailhandel en de consument is dit een goede zaak.'



Het pand van Super Wooncreaties in Hengelo



Arie Rikkink

'Een geweldige move'

Arie Rikkink van tété Groothandelsbedrijven en Peter Kuipers van groothandel Gebros. Willard laten apart van elkaar vrijwel identieke geluiden horen. Rikkink: 'Ik denk dat dit een geweldige move is. De merken kunnen van elkaars knowhow profiteren en de bedrijven kunnen elkaar versterken.' Kuipers: 'Ik ben vooral blij dat er duidelijkheid is gekomen naar de hele markt toe. Er was natuurlijk onzekerheid. Verder is het geweldig nieuws, omdat dit continuïteit betekent en dat is ook naar onze klanten toe een goed gegeven. Vooral in deze moeilijke economische omstandigheden wil je natuurlijk het liefst zaken doen met een partner die er over tien jaar ook nog is. De Nederlandse tak was natuurlijk de parel op de kroon van Enia en die blijft nu gelukkig bestaan.' Rikkink: 'Het is natuurlijk een ideale combinatie. Desso is de grootste speler op de contractmarkt en Enia heeft de grootste vinger in de pap in de consumentenmarkt. Als ze het op de juiste manier aanpakken, dan biedt dit heel veel voordelen. Voor alle partijen.'

'Ik heb mijn twijfels'

Jacco Bleeker (Bleeker de Groot wonen & slapen Beverwijk): 'Ik heb mijn twijfels of het allemaal wel zo positief is als de bedrijven het zelf schetsen. Als er voor ons als klanten niets verandert, dan zie ik het positief in. Maar bij het samengaan van 'Parade' en 'Bonaparte' werd ons ook verteld dat er niets zou veranderen. En Desso heeft 'Bergoss' toch ook laten verdwijnen? Er komen twee compleet verschillende bedrijven bij elkaar, ook qua cultuur. Hoe gaat dat aflopen? Zeker in de tapijtmarkt, die toch al onder zware druk staat. Ze moeten de zaken goed gescheiden houden, dan is het zeker niet gedoemd te mislukken.'

(Bleeker de Groot won op Holland House Intirio overigens de retailaward in de categorie 'Interieur')



Jacco & Sylvia Bleeker