

Edgard & Cooper verovert Europa

Ondernemen is finaal een 'ja' krijgen na 24 keer 'neen'

Bart Vancauwenberghe, freelancejournalist

Disruptief zijn vergt doorzettingsvermogen. Dat weten **Louis (Nordin) Chalabi**, **Koen Bostoen** en **Jurgen Degrande**, initiatiefnemers van 4 Healthy Pets nv uit Kortrijk, het bedrijf achter het hondenvoedingsmerk **Edgard & Cooper**, beter dan wie ook. Ze doorkruisten twee jaar lang Europa, op zoek naar een producent voor hun vernieuwende product. Drie jaar nadat het merk op de Anido-beurs werd gelanceerd en bekroond, liggen de producten al in 6.000 Europese winkels.

Een zieke (Edgard) en een moeilijk etende hond (Cooper) liggen aan de basis van het gelijknamige merk, waarvoor Koen, Louis en Jurgen in 2014 de krachten bundelden.

Louis Chalabi: "Elk grondig marktonderzoek raadde ons af om ons precies in dit avontuur te storten, omwille van de hoge verzadiging van dit segment. Toch voelden we dat we het verschil konden maken. Twee jaar lang deden we intensieve research, bezochten we slachthuizen en leveranciers van machines, waardoor we perfect wisten hoe we het wilden aanpakken. In tegenstelling tot de andere merken, wordt in onze producten wél vers vlees verwerkt en geen gedroogde derivaten. Dat zorgt voor gezonde voeding met een aantrekkelijke geur en een hoge verteerbaarheid."

Groei financieren

Ook enkele Belgische wetenschappers werkten mee aan de voeding. Alleen botsten Louis en Koen op een immense uitdaging op het vlak van productie. "De grote producenten namen ons niet au sérieux, lieten ons maanden wachten op een antwoord, dat dan toch negatief was. Keer op keer kregen we een 'njet', tot we eindelijk een **Duitse fabrikant** vonden die in ons verhaal geloofde. We hebben die periode van twee jaar overbrugd door al onze eigen financiële middelen in de zaak te gooien. Gelukkig kregen we ook steun van PMV en Belfius."

Groeien doet Edgard & Cooper in

sneltempo. "De lancering in 2016 op **Anido**, de Belgische vakbeurs voor de petcaremarkt, lokte veel geïnteresseerde winkeliers, ook al omdat we er de innovatieprijs veroverden. Zo kwamen we vrij snel aan een degelijke afzetmarkt in België. Onze producten liggen inmiddels in alle winkels van **Aveve en Tom & Co**. Ook internationaal draaien we intussen op volle toeren: we zijn aanwezig in elf landen, waar we de eindconsument bereiken via 6.000 winkels. De voorbije jaren hebben we kantoren opgestart in Parijs, Londen en Rotterdam."

De draaischijf van dat commerciële verhaal is **Jurgen Degrande**, die zijn saleservaring injecteerde. Investeren in guerrillamarketing is dan weer een stokpaardje van **Louis Chalabi:** "We hebben de verkoop in België op gang gekregen door elke zaterdag in winkels te gaan staan en ons product uit te leggen aan de eindklant. Vooral baasjes die al van alles hadden geprobeerd om voor hun viervoeter de juiste voeding te vinden, hadden wel oren naar dat verhaal. Zij bleken de motor van onze mond-tot-mondmachine." Verder dan Europa kijkt het drietal achter het merk voorlopig niet, ondanks interesse uit onder meer China en Japan. "We willen elk van onze geografische markten in de diepte bewerken. Daarvoor is fysieke lokale aanwezigheid (met ook kantoren in Parijs, Londen en Rotterdam) essentieel, zeker omdat we onze merken er op dezelfde manier als in België

willen promoten. Momenteel tellen we al veertig medewerkers, die voor ons hebben gekozen omdat ze in alle vrijheid projecten mogen uitwerken. Ook de ruime aandacht voor teambuilding en ons engagement op duurzaamheidsvlak trekt hen over de streep. Zo zijn onze verpakkingen gemaakt van gerecycleerd papier en maïsafval, waardoor ze volledig biologisch afbreekbaar zijn. Daarnaast besteden we jaarlijks tien procent van onze winst aan goede honden doelen. In totaal schonken we al 35.000 euro aan een straathondenproject in Sri Lanka."

Intussen doet Edgard & Cooper ook katten spinnen. Op uitdrukkelijke vraag van de markt.

Louis Chalabi: "We kregen regelmatig berichten over katten die onze voeding uit het etensbakje van de hond stalen. Omdat katten andere nutritionele behoeften hebben, lanceerden we begin dit jaar een apart aanbod voor die dieren. Ook hiermee mikken we op het hoogste segment van de markt, al waken we erover dat ons aanbod voor ieder huisdierbaasje betaalbaar blijft."

4 Healthy Pets is wellicht de snelst groeiende start-up in West-Vlaanderen van de jongste vier jaar, met een omzet die nu al opklimt in de richting van 10 miljoen euro retailwaarde.

De kapitaalintensieve Europese expansie wordt onderbouwd met een soliede kapitaalverhoging vanwege een financiële partner.

www.edgardcooper.com



Koen Bostoën, Jurgen Degrande en Louis Chalabi maken met Edgard & Cooper in recordtempo een opmars in de Europese markt voor kwalitatieve hondenvoeding. (foto HOL)