

FaiRSupport opent nieuwe formule

17-09-2008 00:00

FaiRSupport opent morgen de eerste vestiging van de nieuwe formule WAAR in Nijmegen. Dat meldt FaiRSupport-directeur Lieke Vogels exclusief aan RetailNews. FaiRSupport, de retailorganisatie achter de Fair Trade Shops en Wereldwinkels, zal eerst drie weken worden getest en geoptimaliseerd, waarna de winkel op donderdag 9 oktober officieel open gaat.

Waar draait de nieuwe formule volgens Vogels om? "WAAR gelooft dat de wereld een betere plek wordt door te geven", aldus FaiRSupport-directeur Lieke Vogels. "Wereldwijd vind je authentieke cadeau-ideeën met een inspirerend verhaal om te delen. Over schoonheid, kracht, ontroering en liefde. WAAR brengt deze pure producten, waarmee je écht iets zegt, dichtbij. Voor anderen of gewoon voor jezelf. Maar altijd speciaal dankzij hun herkomst en omdat je iets teruggeeft aan de wereld."

WAAR bouwt volgens Vogels verder op de vertrouwde fundamenten van de Fairtrade Shop. "Fairtrade is nog steeds het belangrijkste uitgangspunt van de nieuwe formule. Het assortiment is verder uitgebreid en we zijn erin geslaagd een aantal zeer bijzondere producten en productgroepen toe te voegen."

Duurzaam ondernemen is eveneens een belangrijke pijler van de formule. "Bijvoorbeeld door de communicatie zoveel mogelijk digitaal te laten verlopen." Zo zullen in de winkel meer schermen te zien zijn. "Hierdoor hoeven minder milieubelastende posters en kaartjes gedrukt te worden." Bij de bouw en inrichting van de winkel is met zoveel mogelijk duurzame materialen gewerkt, zoals ecologische verf en FSC hout. "Ook wordt in de winkel gebruikt gemaakt van duurzame energie. Daarnaast is vrijwel de gehele winkel voorzien van energiezuinig lampen."

De nieuwe formule benadert klanten actief met de vraag om WAAR te promoten. "Het scheelt WAAR veel reclamekosten zodat men het rendement daar kan laten vallen waar het 't hardst nodig is: bij de producenten uit ontwikkelingslanden", vertelt Vogels. "Bovendien worden producten van WAAR voorzien van een verhaal dat er om vraagt te worden doorverteld. Dit houdt in dat zowel de gever als de ontvanger idealiter actief over WAAR zullen spreken. Deze manier van 'storytelling' gaat niet alleen in de winkel, maar ook daarbuiten een belangrijke rol spelen in de communicatie."

WAAR is ontwikkeld in samenwerking met BLOEI, Jos de Vries, Van Keulen Interieurbouw en VVO2 Retailcommunicatie.