

Kruidvat wil zich onderscheiden op duurzaamheid

05-01-2017 05:09



A.S. Watson Healty & Beauty is al jaren vooral achter de schermen bezig met het verduurzamen van de organisatie. Een van de grootste uitdagingen is dit beleid actiever uitdragen naar de consument, stelt mvo-manager Alberic Pater in het januarinumnummer van RetailTrends. "Pas dan draagt het bij aan een positievere positionering van de organisatie."

Dochterbedrijven Kruidvat en Trekpleister staan volgens Pater nu bekend om een breed assortiment en lage prijzen. Binnen de retail is het echter ook prettig om je te onderscheiden met een verantwoord assortiment, stelt hij. "Verrassend, voordelig én verantwoord. Daar zullen we nadrukkelijker mee naar buiten moeten treden."

De duurzaamheidsinspanningen zijn al zichtbaar in Heteren en Tilburg. In de eerste plaats werd vorig jaar een energieneutraal recyclecentrum geopend. In Tilburg is een blauwdruk van een zo milieuvriendelijk mogelijke winkel neergezet. Dankzij ledverlichting, een zuinige koeling, zonnepanelen op het dak en schuifdeuren verbruikt die vestiging vijftig procent minder energie dan vergelijkbare winkels. "We zien het als een duurzame winkel van de toekomst die commercieel ook nog goed werkt", aldus Pater.

Het is volgens hem niet altijd een vereiste dat de inspanningen worden terugverdiend. "Soms kost het iets meer, maar doen we dat gewoon omdat wij dat belangrijk vinden en onze klanten het waarderen." Pater gaat in RetailTrends 1 samen met manager mvo & kwaliteit Arnoud van Vliet van Zeeman en chieft sustainability

officer Jeffrey Hogue van C&A in op hun rol binnen de organisatie. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)