

# RetailTrends 7/8: Casa, Unilever, Van Gogh en de Retail & Brands Festivalguide

13-07-2018 09:00



Unilever wordt mondiaal geprezen als changemaker. Winst voor het bedrijf gaat hand in hand met winst voor mens en planeet, is de boodschap van het Brits-Nederlandse concern. Donovan van Heuven spreekt met directeur duurzaamheid Anniek Mauser van **Unilever** Benelux over argwaan richting multinationals, een purpose voor de individuele Unilever-merken en de uitdaging om de consument mee te krijgen in haar missie. “Twee derde van onze milieu-impact zit in het gebruik van onze producten door consumenten.”

De tijd dat Chinese bedrijven het moesten hebben van het klonen van westerse tegenhangers is voorbij. China is een **technologische supermacht**. De Volksrepubliek herschrijft de regels van innovatie en geeft ons een kijkje in de toekomst. China-correspondent Sjoerd den Daas zoekt uit wat de gevolgen zijn voor de retailsector.

Wie Van Gogh zegt, denk niet meteen aan retail. Maar met vier winkels, een samenwerking met Alibaba en een café annex conceptstore in Hongkong heeft het **Van Gogh Museum** in Amsterdam verrassend veel weg van

een serieuze speler. Nick Möller sprak onder toeziend oog van de aardappeleters met directeur Ricardo van Dam: "Qua omzet per vierkante meter zitten we in de hoogste regionen van de Nederlandse retail."

In ons land verdwijnt jaarlijks voor enkele miljarden euro's aan bruikbaar voedsel in de vuilnisbak. Een groot deel van de oplossing ligt in technologische innovatie. Van artificial intelligence tot 3D-printers en van big data tot levensmiddelentechnologie: **de oorlog tegen voedselverspilling** wordt gevoerd met technologische wapens.

Steeds meer merken schrappen hun **naam en logo** om meer authenticiteit uit te stralen. Niet altijd een goed idee, stelt marketingexpert Katie Ewers. Want maak maar eens de juiste keuze bij het shampooschap als je alleen kunt vergelijken op ingrediënten. "Zomaar het logo verwijderen slaat nergens op. Een merk is meer dan alleen wat visuele aanknopingspunten."

'Het leven iets aangenamer maken', dat is wat **Casa** volgens ceo Giane Van Landuyt doet. De interieurketen opende onlangs in Utrecht de eerste winkel in ons land, als opvolger van de uitgerangeerde Blokker-dochter Xenos. De Belgische formule weet zelf ook het een en ander van zakelijke uitdagingen. "Met het nieuwe plan willen we Casa opnieuw op de kaart zetten."

Een bar annex nagelstudio annex naaiatelier en oh ja, ook nog een winkel. De Amerikaanse warenhuisketen Nordstrom noemt zijn Local-concept in Los Angeles een '**buurthub**'. Amerika-correspondent Hans Klis vraagt zich af of dit type local hero het warenhuisconcept nieuw leven in kan blazen. En wat kunnen Nederlandse tegenhangers hiervan leren?

We scrollen en swipen de hele dag op onze smartphone, maar shoppen? Ho maar. Dat ligt vooral aan de beperkte mogelijkheden, stelt conversie-expert Jurjen Jongejan. "**Mobiel converteert niet**, omdat we slechte websites maken." Hoog tijd om in actie te komen, want de consument wil steeds vaker vanuit zijn broekzak kopen.

In zijn boek The Choice Factory combineert Richard Shotton gedragswetenschap en hapklare marketingideeën, met als doel: meer verkopen. In deze artikelreeks zoomen we telkens in op een bepaald type gedrag. De **fundamental attribution error** staat centraal in dit zesde en afsluitende deel. Denk jij dat je karakter je gedrag bepaalt? Fout. Je context doet dat. Wat betekent dat voor jouw marketingstrategie?

En omdat er niets leuker is dan voorpret blikken we in het zomernummer van RetailTrends ook vooruit op de derde editie van het [Retail & Brands Festival](#) met dé festivalguide. Daarin aandacht voor onder meer Rituals, Google, Ace & Tate, Casa, Lush, Auping, De Vegetarische Slager, FNG, Spar University, Skins Cosmetics, de NANO Supermarket, de Retail & Brands Cinema en meer. Jij bent er donderdag 6 september toch ook bij?

Het nieuwste nummer van RetailTrends verschijnt op 6 juli. Ben jij ook member van RetailTrends? Je ontvangt dan iedere maand het printmagazine van RetailTrends, plus:

- Toegang tot de digitale editie van het magazine
- 10 extra gebruikersaccounts voor je collega's
- Korting op een aantal RetailTrends-events
- Onbeperkt toegang tot RetailTrends.nl

- Iedere dag het laatste nieuws in je mailbox
- Toegang tot het volledige archief
- De mogelijkheid je persoonlijke nieuwspagina samen te stellen

Nog geen member? [Klik hier voor meer informatie.](#)