

RetailTrends 6: Ecoalf, Intertoys en de impact van d2c

17-06-2019 08:30



Slippers van afgedankte autobanden, een jas van petflessen opgevist uit de Middellandse zee. Het Spaanse **Ecoalf** pioniert sinds 2009 met fashionitems die volledig van gerecycled vuilnis gemaakt zijn. Complex? Zeker. Maar het moeilijkst is misschien nog wel het veranderen van de klantperceptie, merkt oprichter Javier Goyeneche. "Veel mensen denken bij recycling nog altijd dat je een rugtas maakt uit de oude handdoek van je oma."

Ecoalf werkt vanuit drie principes: innovatie en technologie, duurzaamheid en design. Dat laatste is cruciaal, zegt Goyeneche. "Er zijn maar weinig consumenten die een lelijke jas kopen die beroerd zit, maar wel van gerecycled materiaal is. We zijn een modemerken, het product staat op de eerste plek."

Roland Armbruster zit vol optimisme. De Duitse topman van **Intertoys** weet zeker dat de geplaagde speelgoedketen erbovenop komt. Spelen leuk maken is de kern van de strategie onder de nieuwe eigenaar Green Swan. Minder winkels, een scherper assortiment met een privatelabel en – natuurlijk – beleving zijn het medicijn. "Aanraken is gewenst, niet verboden."

Flexibiliteit, daar draait **HeyShop** om. Het aanbod van dit concept bestaat uit verschillende categorieën en indiemerken en kan per dag verschillen. Als uit de

data-analyse blijkt dat consumenten niet warm lopen voor een merk, ligt er in een handomdraai een ander in het schap. Net als een webshop, die zijn assortiment razendsnel aanpast.

Transparante prijzen, een eenvoudige customerjourney en beter één product heel goed verkopen dan tientallen een klein beetje. **Direct-to-consumer-platforms** veroveren met de steun van investeerders de portemonnee en het hart van de consument. René Repkop laat zien hoe zij de spelregels van het merkbouwen opnieuw definiëren.

Deskundig, dat zijn we in het digitale tijdperk allemaal. Consumenten laten zich niets meer wijsmaken door retailmerken, alleen nog door elkaar. Dat heeft onvermijdelijk gevolgen voor hun winkelgedrag.

Pin- en kassaloos shoppen leek ooit sciencefiction. Inmiddels duikt de technologie steeds vaker op. Na een intensief testtraject claimde AH to go vorig najaar de Europese primeur. Mesut Yildirim, vicepresident information technology, geeft een inkijkje in het proces om de technologie van de tekentafel in de winkel te krijgen én blikt vooruit op een wereld waarin kassaloos een steeds grotere plek verovert.

Parijs is niet alleen de stad van de romantiek, maar ook van prachtige retail. Van luxe en gevestigde merken en warenhuizen tot *edgy* concepten en verborgen parels. Een inspiratierondje door de lichtstad.

De nieuwste editie van RetailTrends verschijnt op **7 juni**. 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.](#)