

## RetailRookie Fairf: Onlineplatform voor duurzame verf

20-08-2019 13:10



**Het avontuur begon drieënhalp jaar geleden in de favela's van Rio de Janeiro. Laurens van Dort was student industrieel ontwerpen aan de TU Delft en was in de Braziliaanse stad voor een studentenproject: favela's kleurrijker maken, letterlijk. Niet te vergeten: bewoners leren te ondernemen. "Ik zag toen de impact van kleuren op mensen."**

Via die ervaring ontstond zijn plan voor fairf, uit te spreken als verf (mag een beetje bekakt). Dat moet duurzame verf zijn, gemaakt op waterbasis met een plantaardig bindmiddel. Dat soort verf bestond al, maar niet op de consumentenmarkt. En sowieso kenden maar heel weinig mensen dat soort verf. Drie jaar geleden begon hij zijn fairf-reis, intussen met een master op zak. "Toen ik begon had ik geen geld. Ik gaf mezelf geen salaris. Stap voor stap ging ik een merk bouwen, een merk dat de belofte van eerlijke verf zou waarmaken."

Bijna de hele verfmarkt voor consumenten is in handen van bouwmarkten of verfspecialzaken. Van Dort ging

't anders aanpakken: fairf zou alleen online te verkrijgen zijn en in het kader van de duurzaamheid bij voorkeur per fiets thuisbezorgd worden. Dan was er wel een probleem: online kleuren verschillen vaak van werkelijke kleuren. De oplossing: potentiële klanten kunnen gratis samples thuisgestuurd krijgen, handgeschilderde samples. Wat je ziet is wat je krijgt.

Van Dort: "Je bezoekt een bouwmarkt, koopt verf, je komt thuis, je schildert, kleur bevalt toch niet. Een kleurstaal van bouwmarkten is vaak geprint en komt niet overeen met de echte kleur van de verf. Moet je weer terug. En zo heeft een bouwmarkt veel last van retouren, wat nou ook weer niet duurzaam is."

Een andere vorm van fairf-marketing is dat in heel het land samples te zien zijn. Ze hangen in onder meer restaurants en designwinkels onder de noemer fairfspots, zodat consumenten kennismaken met het merk en met honderd procent echte kleuren.

### **Ik wil een merk dat zijn belofte waarmaakt**

Al gedacht aan een fysieke winkel? "Zeker. Dan zou het een experiencewinkel zijn waar mensen kleuren kunnen ervaren. Maar dat is iets voor de langere termijn. Nu telt: uitbreiden van de fairfspots en het productportfolio met onder meer hoogglanslak en beits. Heel consistent een merk laten groeien. Ik ben ook steeds actiever in de b2b-markt. Zo leverde ik verf voor de Bijenkorf in Rotterdam. De directie wilde per se duurzame verf. Maar bij de consumentenmarkt ligt de grootste duurzaamheidsuitdaging. Er is nog heel veel te winnen. De Europese verfmarkt bestaat nog maar voor zo'n een procent uit duurzame verf."

De productie vindt plaats in het Brabantse Etten-Leur. De fairf-oprichter is nogal veeleisend wat betreft de ingrediënten en het productieproces, want duurzaam moet wel echt duurzaam zijn. "Duurzaam is zo'n breed, vaag begrip geworden. Een verffabriek die zonnepanelen op het dak aanbrengt om te bezuinigen op de energierekening noemt zich tegenwoordig ook al duurzaam."

Wat de prijs betreft zit fairf op ongeveer gelijke hoogte met merken als Little Greene, Farrow and Ball en Sikkens, kortom: het hogere verfsegment. Heeft de kleurenfanaat een favoriete kleur? "Nee. Dat kan ik me als kleurenbaas niet permitteren."

*Fairf en de andere RetailRookies pitchten hun concept op 12 september tijdens het Retail & Brands Festival. Een vakjury, onder voorzitterschap van hoofdsponsor ABN AMRO, kiest vervolgens wie van hen zich RetailRookie of the Year 2019-2020 mag noemen. Wil je erbij zijn? [Koop dan hier je tickets.](#)*

Hans Verstraaten