

Holland & Barrett denkt aan wholesale

14-09-2020 09:41



Holland & Barrett verwacht zijn eigen merken in de toekomst ook bij andere retailers neer te leggen. "Daar zijn onze producten heel geschikt voor", zegt managing director Marc Estourgie in het septembernummer van [RetailTrends](#).

Met name vitaminen, mineralen en supplementen, beautyartikelen en het eigen merk De Tuinen kunnen volgens Estourgie prima bij derden worden verkocht. De directeur wil dat zowel on- als offline doen en bij een breed scala aan retailers. "Supermarkten en drogisterijen, maar ook branchevreemde partijen als kioskachtige winkels kunnen prima een basisassortiment vitaminen en mineralen hebben."

Wholesale zou een alternatieve groeistrategie kunnen zijn nu het eigen winkelnetwerk zijn grenzen nadert. Het aantal vestigingen in Nederland ligt rond de tweehonderd en Estourgie ziet niet al te veel rek meer. "Met tweehonderd hebben we een mooi portfolio." De e-commercegroei leidt tot minder noodzaak aan nieuwe filialen. Vijftien à twintig procent van de omzet kwam begin dit jaar al uit e-commerce en toen moest het corona-effect nog komen.

In België, waar Estourgie ook de leiding heeft, heeft Holland & Barrett nog wel veel fysieke groeimogelijkheden. Daar heeft de gezondheidsketen nu dertig winkels in Vlaanderen. Daar kunnen er nog tien à twaalf bij, denkt Estourgie. "En achter de schermen zijn we ook de start in Wallonië aan het voorbereiden, zodat er er zowel taalkundig als cultureel echt klaar voor zijn om daar nog eens dertig tot 35 winkels te openen."

In het septembernummer van RetailTrends spreken we uitgebreid met Estourgie over werken in een groeimarkt, de lessen uit zijn modeverleden bij C&A en de perceptie van Holland & Barrett als discounter. [Klik hier om het artikel digitaal te lezen](#). Nog geen member, klik dan [hier](#).