

Natuurlijke gezondheid met minder afval



DEEL ONLINE

Als je als retailer binnen het thema duurzaamheid zelfs Ahold in de MT500 ranglijst voorbijstreeft, kun je trots zijn. “Wat we doen spreekt blijkbaar aan. Dat zien we ook terug in de substantiële groei van onze winkels en de webshop,” start Marc Estourgie, managing director Benelux bij Holland & Barrett. “Dagelijks adviseren we onze klanten over natuurlijke gezondheid en verzorging. Dat willen we iedere dag verbeteren en duurzaamheid staat hierbij hoog op onze agenda. Waar we nu zijn is het resultaat van een traject dat sinds 2012 loopt.”

Vooruitstrevend is deze retailer zeker. Holland & Barrett nam als eerste keten in 2012 afscheid van plastic tassen. Sinds 2015 is de hele beauty range vrij van microplastic, SLS, parabenen en andere niet natuurlijke toevoegingen. De wegwerpdoekjes en wattenschijfjes verdwenen in 2019 uit de schappen in ruil

voor herwasbare doeken. In het afgelopen jaar is met een verzorgingsrange in blokform, de stap gezet richting Zero Waste beauty. “Ook achter de schermen scherpen we verder aan. Onze vrachtwagens rijden dankzij slimmere schema’s minder kilometers. Ons nieuwe winkelconcept bevat meer natuurlijke materialen en we hergebruiken onze twintig jaar oude stalen meubels door ze te voorzien van een nieuwe zwarte poedercoating. Alle verpakkingen, die gedeeltelijk al van gerecycled materiaal zijn, gaan we nog verder verduurzamen.”

Hoewel de toegenomen belangstelling voor gezondheid bij Holland & Barrett zeker te merken is, ziet Estourgie dat de campagne ‘Uit de tuinen van Holland & Barrett’ z’n werk deed. De naamsbekendheid verdubbelde in 2020. “We gaan zeker door op de ingeslagen weg. Gezondheid en verduurzamen zijn een perfecte combinatie.” ■