

Een *prachtig* *avontuur*

RITUALS BEGON IN 2000 IN EEN KELDER AAN DE AMSTERDAMSE HERENGRACHT. NU IS HET COSMETICABEDRIJF EEN MULTINATIONAL MET BIJNA DUIZEND WINKELS, VERSPREID OVER MEER DAN DERTIG LANDEN. OPRICHTER EN CEO RAYMOND CLOOSTERMAN VERTELT OVER INNOVATIE, DUURZAAMHEID EN DE DROOM OM RITUALS UIT TE LATEN GROEIEN TOT WERELDWIJD WELLBEINGMERK.

“Rituals is ontstaan vanuit de filosofie om mensen weer te leren genieten van de kleine dingen in het leven”, vertelt Cloosterman. “Dit heeft geleid tot een destijds nieuwe combinatie van luxe home- en bodycare-producten die voor een toegankelijke prijs te koop zijn. De eerste acht jaar verlieten de producten de winkel: het was een periode van vallen en opstaan. Daarna kregen we tractie en zijn we gaan groeien, mede omdat onze producten zichtbaar waren in warenhuizen, op vliegvelden en in hotels. Vooral de afgelopen vijf jaar is het hard gegaan. Binnen de EU zijn we momenteel het snelst groeiende beautymerk; daarnaast hebben we in Engeland voet aan de grond gekregen. Vorig jaar behaalden we voor het eerst een omzet van meer dan 1 miljard euro: een prachtige mijlpaal.”

Cloosterman vervolgt: “Ons succes is vooral te danken aan de sterke combinatie van een eigen herkenbare winkelformaat en

‘We doen het goed in offline én online verkoop: een unieke combinatie’

een goed georganiseerde e-commerce. Voor de komende jaren is onze strategie sterk op deze kanalen gericht. Ook blijven we innoveren. We brengen bijvoorbeeld tweehonderd nieuwe producten per jaar op de markt. In de internationale beautyarena is dat buitengewoon veel. De komende vijf jaar kunnen we nog volop groeien in de EU. Inmiddels hebben we ook winkels in het Midden-Oosten en bereiden we een uitbreiding naar Azië voor. Aan het eind van het jaar openen we tien winkels in Hongkong. Daarmee komt mijn ultieme droom weer een stuk dichterbij: een wereldwijd wellbeingmerk bouwen.”

Duurzaamheid

“Onze groei en prestaties zijn terug te zien in de MT500”, gaat Cloosterman verder. “Onze algemene ranking is flink verbeterd, onder andere vanwege onze scores op het gebied van klantgerichtheid en goed werkgeverschap. Ook op duurzaamheid doen we het uitstekend. Drie jaar geleden hebben we een programma opgezet om

bedrijfsbreed een extra inspanning te leveren, waarmee we onze ecologische footprint zouden minimaliseren. We zijn bijvoorbeeld milieuvriendelijkere verpakkingsmaterialen en ingrediënten gaan gebruiken. Ook zetten we voor het transport minder vrachtwagens in en gebruiken we groene energie in al onze winkels.”

Zero waste

Cloosterman: “Op een speelse manier hebben we het gebruik van *refills* gestimuleerd. Met succes, want in de Europese beautybranche zijn we procentueel gezien de grootste refill-verkoper. Begin 2022 hebben we het B Corp-certificaat ontvangen. Dit duurzaamheidskeurmerk wordt uitgegeven door een onafhankelijk Amerikaans bureau en geldt als een van de strengste ter wereld. We zijn er ontzettend trots op dat we dit certificaat hebben behaald, temeer omdat we hiermee een van de eerste merken in de beautywereld zijn. In de toekomst willen we nog duurzamer werken. Over één jaar moet minimaal 90% van onze ingrediënten van natuurlijke oorsprong zijn. Twee jaar later hopen we *zero waste* te zijn.”

House of Rituals

Cloosterman geniet nog iedere dag van het avontuur dat hij met Rituals beleeft. Tijd om op zijn lauweren te rusten, neemt hij echter niet. “Ja, we zijn groot geworden, maar voor je het weet, ben je langzaam en overbodig. Dit betekent dat we uit onze comfortzone moesten stappen en onszelf opnieuw uitvinden. Een van de resultaten van dit proces is House of Rituals: de flagshipstore die we in 2021 in Amsterdam hebben geopend. Een ruimte van 1800 vierkante meter waar we producten verkopen, maar gasten ook de kans bieden om zelf cosmetica te maken. Tevens hebben we een restaurant in het pand gevestigd: Rouhi. Hier voed je lichaam en geest met een combinatie van oosterse en westerse gerechten. Op de derde verdieping kunnen onze gasten ontspannen in de Body Spa, bijvoorbeeld door een massage. Op de bovenste verdieping bieden we iets unieks: de eerste Mind Spa ter wereld. In samenwerking met neurowetenschappers hebben we een aantal behandelingen ontwikkeld, zoals een breinmassage. Na een bezoekje aan de Mind Spa zijn mensen geestelijk helemaal ontspannen: een absolute voorwaarde om bewust te kunnen leven en genieten. Inmiddels staat House of Rituals in de top tien van meest bijzondere winkels ter wereld. Dat is mooi, maar wat ik belangrijker vind, is dat mensen onze store met veel plezier bezoeken.” ◀



DEEL ONLINE

