

Retail Services Kennisupdate | week 46

RETAIL NIEUWSUPDATE

Elkaar op de hoogte houden!

Elk kwartaal een korte samenvatting van ontwikkelingen in Retail land. Ontwikkelingen die direct of indirect invloed kunnen hebben op onze bloemen- en plantencategorie. Ik benoem een aantal highlights van de afgelopen periode. Ontwikkelingen genoemd bij bepaalde retailers zouden zomaar een spin-off kunnen zijn bij andere partijen. Volg daarom ook ontwikkelingen bij andere productgroepen. Wat vandaag nog ver van je bed lijkt is morgen realiteit voor bloemen en planten.

Picnic

De meeste lezers zullen Picnic inmiddels wel kennen en wellicht ook gebruiken. De opvallende elektrische karretjes rijden op steeds meer plekken in het land. Deze online supermarkt deed het voor de coronacrisis al goed en heeft door de coronacrisis de wind extra in de zeilen. Picnic is niet alleen een Nederlands feestje. Afgelopen jaar is er in Duitsland geëxperimenteerd en er zijn ook plannen voor Frankrijk en de UK. Picnic expansie in Duitsland gaat verder worden uitgebreid. EDEKA heeft een behoorlijk aandeel in de Duitse tak en wil verder doorgroeien. Interessante ontwikkeling in het online segment. Wat betekent dit voor de verkoop van bloemen en planten in de fysieke supermarkten? Als de online supermarkt echt groot wordt zal het aantal keren dat de consument in de fysieke winkel komt dalen. Dat heeft directe impact op de verkoop van impulsproducten. Bloemen en planten behoren hiertoe.



Hoe gaan wij als sector hiermee om en zijn er kansen om mee te liften op de vele online supermarktinitiatieven. AH & JUMBO zitten ook niet stil en investeren fors in hun online supermarkten.

HEMA

Het lijkt er nu toch van te gaan komen. Jumbo wordt de nieuwe eigenaar van HEMA. Als de boekencontrole de komende weken positief verloopt is de overname een feit. HEMA zal dan voor 50% eigendom worden van Jumbo en 50% van het investeringsfonds PARCOM. Voor de Retail-volgers een resultaat dat past in de lijn der verwachting. De afgelopen jaren heeft Jumbo in eerdere publicaties aangegeven dat HEMA de interesse heeft. Sinds een jaar lopen er al diverse onderlinge projecten op het gebied van assortiment-uitwisseling. Een behoorlijk aantal Jumbo-winkels verkoopt op dit moment al HEMA-artikelen. Het samengaan zou op termijn wellicht ook nieuwe kansen bieden voor onze categorie bloemen en planten. Bij HEMA liggen kansen die in combinatie met Jumbo kunnen worden ontwikkeld. Jumbo heeft de expertise in huis die vandaag bij HEMA ontbreekt om bloemen en planten groot te maken.

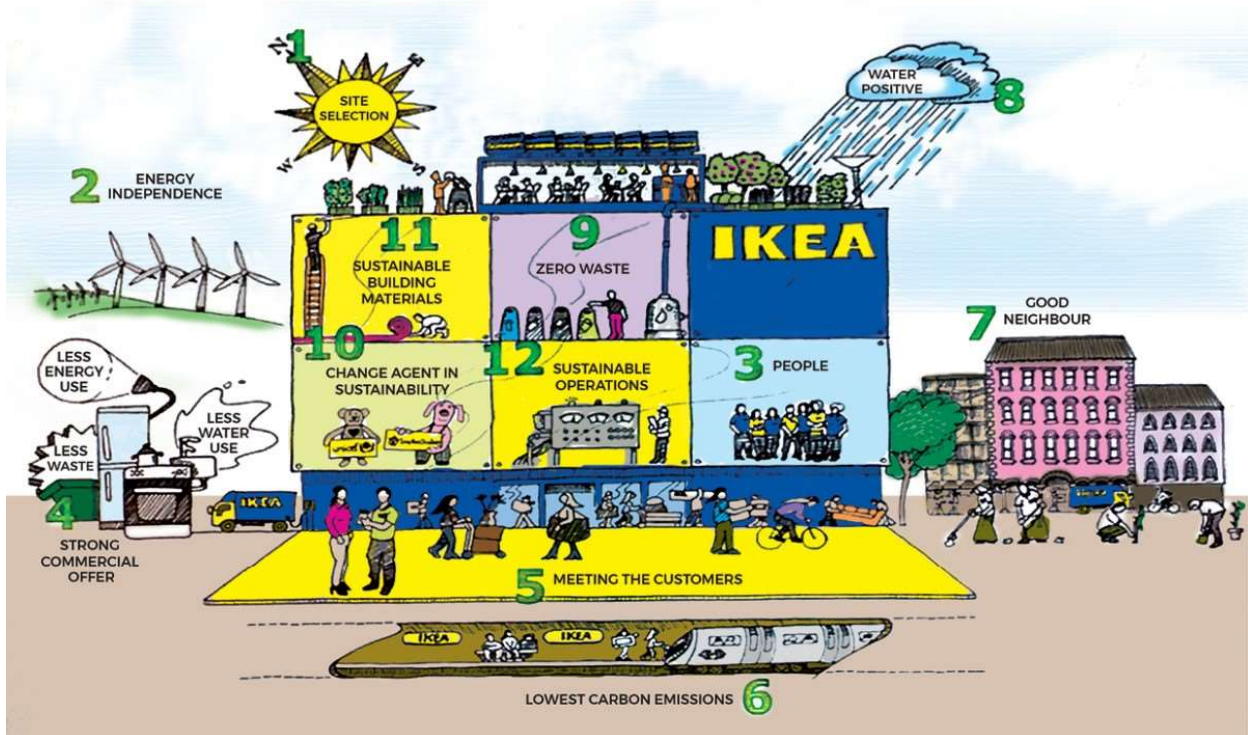


Nieuwste HEMA op 29 oktober 2020 geopend in Westfield Mall of the Netherlands.

IKEA

Coronacrisis of niet, IKEA blijft veel investeren in het verduurzamen van het bedrijf. Nog een extra 600 miljoen euro om in 2030 volledig circulair te zijn. In totaal investeert het bedrijf de komende jaren 3.8 miljard euro in het verduurzamen van het bedrijf. De winkels worden waar mogelijk volledig energie neutraal door middel van bijvoorbeeld zonnepanelen. Tegelijkertijd moet het assortiment steeds meer bijdrage aan de duurzaamheid doelstellingen van IKEA. Elke assortimentsgroep moet een bijdrage leveren aan de doelstellingen. Goed om als tuinbouwsector proactief zelf stappen te gaan zetten. Minder verpakkingsmateriaal en keuzes maken voor duurzame materialen. Het verduurzamen van de teeltwijze zal een nog belangrijke thema worden de komende jaren.

12 sustainability principles



Aldi

Marketing revolutie bij Aldi. Voor het eerst in haar bestaan in Nederland maakt Aldi TV-commercials. Aldi treedt naar buiten met een nieuwe aanpak. Een aanpak die tot heden vanuit de discount filosofie niet mogelijk was. De nieuwe slogan in de advertentie luidt: 'Natuurlijk wel.'



Afgelopen jaren zagen we ook dat de winkels meer kleur en gezelligheid hebben gekregen. Discounters zijn de afgelopen jaren volop in ontwikkeling. De discounter begint meer en meer toegevoegde waarde te bieden. Hoewel Aldi nog redelijk strak is in de discount-leer, zien we deze trend van meer toegevoegde waarde bieden meer in de discount-hoek. Lidl is hier een goed voorbeeld van. Over service bieden

gesproken. Aldi UK gaat nog een stuk verder. Bij steeds meer filialen kunnen klanten online de boodschappen bestellen en een tijdslot voor ophalen uitkiezen. Orders worden ingepakt door het personeel van de Aldi-winkels. Sinds mei 2020 werkt Aldi UK daarnaast samen met Deliveroo voor het bezorgen van boodschappen. Inmiddels zijn 42 winkels aangesloten bij deze service.

ASDA

In Leeds (Middleton) heeft Asda een duurzame testwinkel geopend en een strategie gepresenteerd om minder plastic te gebruiken. Samen met verschillende (A-merk) leveranciers. Het doel van Middleton is om shoppers te helpen recycleren en hergebruiken van verpakkingen. ASDA schat dat met deze pilot het plasticverbruik met een miljoen stuks plastic per jaar vermindert. De ambitie is om een paar andere duurzaamheid winkels in het Verenigd Koninkrijk te openen in 2021. Opvallende elementen in deze winkel:

- 15 enorme navulstations die klanten een selectie van meer dan 30 huishoudelijke producten aanbieden die in navulbaar formaat worden verkocht. Producten omvatten een selectie van verschillende Kellogg's granen, Procter & Gamble, Quaker Oats, Lavazza en Taylors van Harrogate koffiebonen en Asda's eigen merk rijst en pasta. De navulzone omvat populaire merken shampoo, conditioner, Persil wasmiddel, handwas- en douchegel van Unilever-merken die in navulbaar formaat worden verkocht. Een retailprimeur.
- 53 versproducten merklijnen verkocht in los en onverpakt formaat. Deze omvatten 29 nieuwe merklijnen zoals bloemkool, champignons, appels, kool en baby pruim tomaten.
- **Alle bloemen en planten worden onverpakt of met een papieren verpakking verkocht.**
- Verwijdering van de buitenste plastic verpakking op verschillende populaire Heinz en Asda huismerken ingeblikte multi-packs waaronder bonen en soepen

Asda ondersteunt de winkelopening met de lancering van een nieuwe duurzaamheidsstrategie. Belangrijke elementen hiervan zijn: een nationale prijsbelofte dat losse en onverpakte producten niet meer mogen kosten dan verpakte equivalenten. Een doelstelling van nul koolstofemissies in 2040. Een ambitie om afval met 50% te verminderen en om tegen 2021 3 miljard stuk plastic uit eigen merklijnen te verminderen. Deze ontwikkelingen zien we bij steeds meer grote supermarktorganisaties. De tendens is minder verpakking, minimaal recyclebaar en bij voorkeur geen plastic. Asda trekt de lijn door naar de bloemen- en plantencategorie. Goed om dit te volgen en na te denken over onze manieren van verpakken.



Heb je vragen over ontwikkelingen? Neem dan gerust contact met me op. Stuur een email naar danielpinkse@royalfloraholland.com of neem contact op met Daniël Pinkse via +31 (0)6 53 71 73 91. Ik denk graag met je mee!

Daniël Pinkse
Category Developer Retail Services
Royal FloraHolland