

HANDELNS HÅLLBARA HÅLLBARHET

KLIMATPOSITIVISM FÖR BÄTTRE AFFÄRER



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY



VERKLIGHETEN KOMMER NÄRMARE



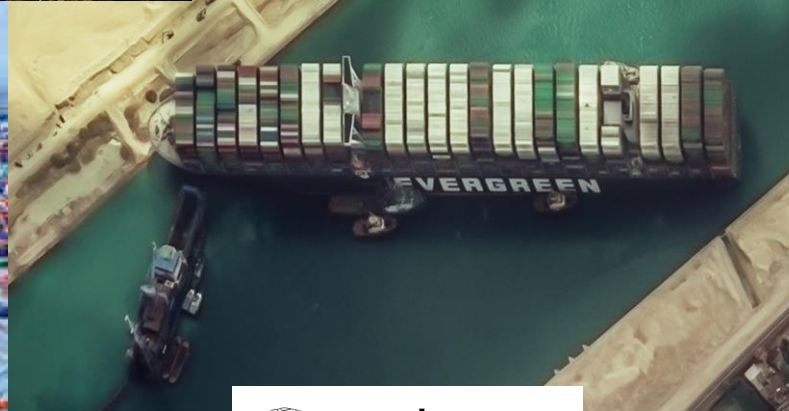
Vattenbrist

Torkan kan stoppa viktiga flodtransporterna



Av: Christina Nordh

PUBLICERAD: 13 AUGUSTI | UPPDATERAD: 13 AUGUSTI



Se bilder på de tyska hungerstenarna i klipet. Foto: Reuters

Torkan i Europa avslöjar meddelanden från förr

UPPDATERAD 18 AUGUSTI 2022 PUBLICERAD 18 AUGUSTI 2022

Så kallade "hungerstenar" har återigen dykt upp i tyska floder. Stenarna bär inristade omen om hungersnöd och torka, som nu kommer fram när vattennivåerna sjunker.



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY

"Greenpeace" i Tyskland har köpt och testat 47 produkter från Shein. Det visade sig att 15 procent av varorna innehöll kemikalier på en nivå som gör de olagliga i EU. 32 procent innehöll farliga kemikalier på en nivå som väcker oro hos experter."

Larmet: Sheins kläder innehåller gifter



Av: Nora Fernstedt ✉

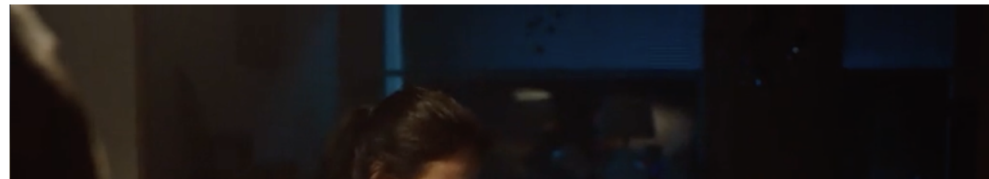
PUBLICERAD: 7 JANUARI

NYHETER

Shein har med sina låga priser snabbt blivit världens största fast fashion-företag.

Men de billiga kläderna kommer med ett annat pris.

Enligt en studie från Greenpeace innehåller de både farliga och olagliga kemikalier.



Försäljningen av ekologisk mat minskar: "Sämre nu än när vi började"

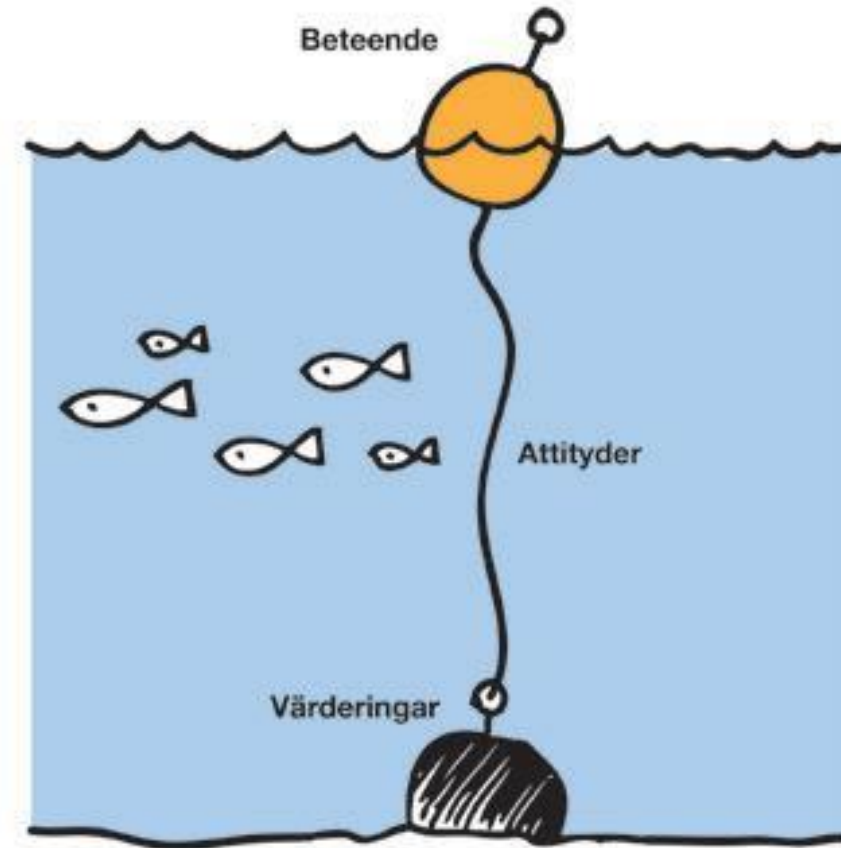
Publicerad 2022-02-25



KONSUMENTERNAS DRIVKRAFTER

ATT VILJA OCH VÄLJA RÄTT
ATT FÖRSTÅ KOPPLINGEN TILL EGET BETEENDE
ATT HÅLLA TANKEN I SINNET
ATT HA RÅD

HÅLLBARHET ÄR KOMPLEXT – DET ÄR INTE ALLTID LÄTT ATT INSE KONSEKVENSERNA AV SITT EGET BETEENDE



HISTORIEN VISAR ATT DET FINNS EN PRISPUNKT DÄR ALLA ÄR BEREDDA ATT KOMPROMISSA MED SINA VÄRDERINGAR

wish

12 timmars arbetsdagar hos SHEIN

Näthandelsföretaget SHEIN har blivit stort bland svenska ungdomar genom att satsa på trendiga och riktigt billiga kläder. Fair Action intervjuas i Lilla Aktuellt om villkoren för de som syr åt modejätten i Kina.

Maria Sjödin / 2 februari, 2022 / Fair Action i media, Nyheter



HÅLLBARHET KOMMER LÅNGT NER NÄR KONSUMENTERNA PRIORITERAR

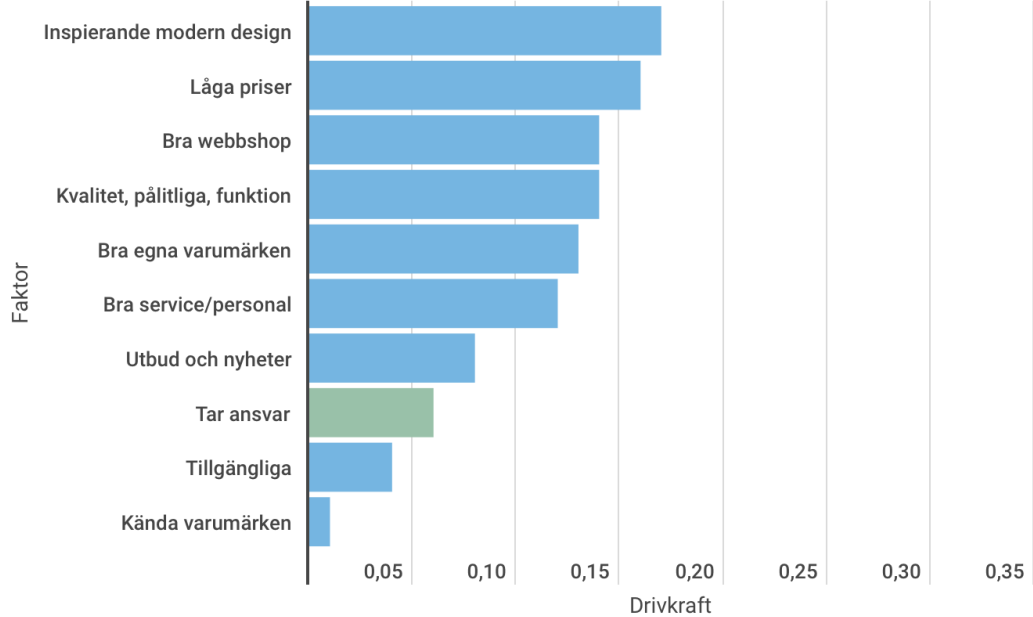
Faktorerna som styr kundens val

Lista bransch för bransch – så stor påverkan har följande faktorer på kundens val*:

<

Klädbutiker

>



* Värdena i grafen visar hur stor påverkan varje faktor har vid köp i respektive delbransch (standardiserade regressionskoefficienter för faktorerna).
Källa: Xtreme Insight konsumentpanel

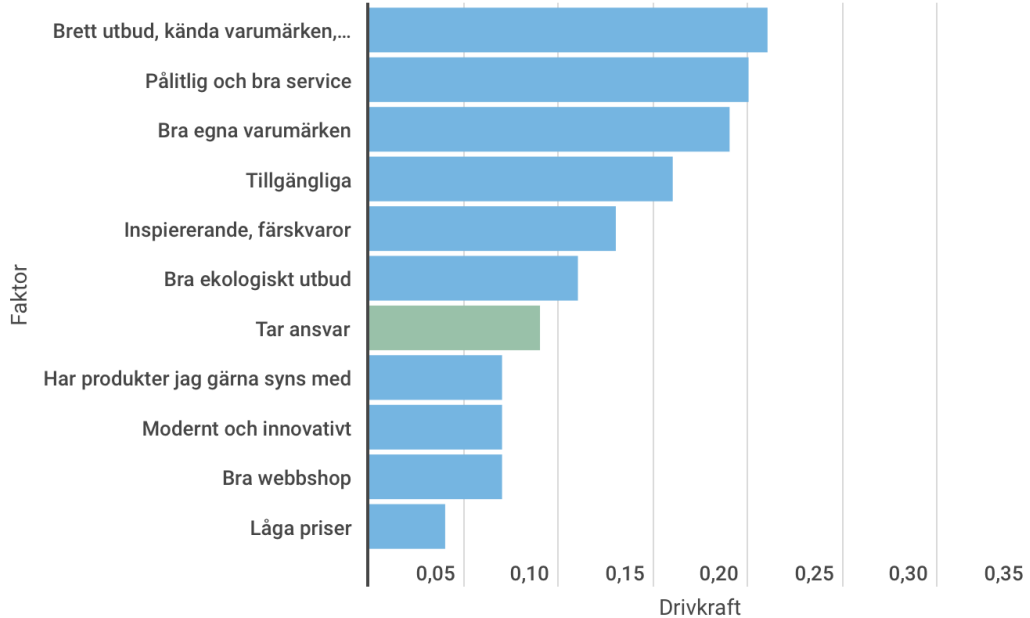
Faktorerna som styr kundens val

Lista bransch för bransch – så stor påverkan har följande faktorer på kundens val*:

<

Dagligvaror

>



* Värdena i grafen visar hur stor påverkan varje faktor har vid köp i respektive delbransch (standardiserade regressionskoefficienter för faktorerna).
Källa: Xtreme Insight konsumentpanel



PRESSADE KONSUMENTER AGERAR HÄR & NU



FÖRETAGENS DRIVKRAFTER



RIKTNING KONTRA HÄR & NU

SJUNKANDE INTÄKTER
VARUFÖRSÖRJNINGEN UNDER PRESS
ÖKADE HYROR
ÖKADE LÖNEOMKOSTNADER
STRESSADE KONSUMENTER

ATT LÅTSAS ATT
MAN GÖR RÄTT

ATT TRO ATT
MAN GÖR RÄTT

ATT GÖRA
RÄTT

ATT FINNAS FÖR
ATT GÖRA RÄTT



GREENWASHING
MARKNADSAKTIVITET

AVSAKNAD AV
KOMPETENS /KONTROLL

TYDLIGA AMBITIONER
EN DEL AV VERKSAM-
HETEN MOT
UPPSATTA MÅL

HÅLLBARHET I
FÖRETAGETS DNA



För att bygga prispremie krävs inspiration, hållbarhet och social tillhörighet.

Bekvämlighet och sortiment räcker inte för att ta mer betalt. Däremot är det viktigt för att locka fler kunder, dvs. driver volym.

Viktigast för att attrahera fler kunder
(driver volympremie)

Bekvämlighet

Sortiment

Pris

Trygghet

Inspiration

Hållbarhet

Social tillhörighet

Viktigast för att få kunder att betala mer
(driver prispremie)

Inspiration

Hållbarhet

Social tillhörighet

Sortiment

Bekvämlighet

Trygghet

Pris



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY

Inspiration, hållbarhet och social tillhörighet är totalt sett de 3 viktigaste mervärdena för att kunna ta mer betalt.

Inspiration

Inspiration handlar till hög grad om känslomässiga komponenter. En butik som inspirerar får konsumenter att känna förväntan och se fram emot nästa besök. Det finns alltid något nytt och spännande att upptäcka. Att surfa runt i butiken känns kul och avkopplande, även om inget köp blir av. Det är helt enkelt roligt att spendera tid i butiken.

Hållbarhet

Hållbarhet handlar i grunden om att företaget bakom online-butiken uppfattas agera hållbart i alla delar av verksamheten. Därutöver att det finns ett bra utbud av hållbara och klimatvänliga produkter. Allra viktigast är dock att butiken gör det så enkelt som möjligt för konsumenter att göra hållbara val genom att fokusera på fördelen för konsumenten med att välja hållbart.

Social tillhörighet

Social tillhörighet handlar om vem man är som handlar i en viss online-butik, snarare än vad man handlar. Dels vilken social grupp konsumenten identifierar sig med och vill tillhöra och dels hur konsumenten tror att den egna sociala statusen kommer påverkas av att handla på ett visst ställe. "Vill jag vara en sån som handlar här?" är frågan som konsumenten ställer sig.



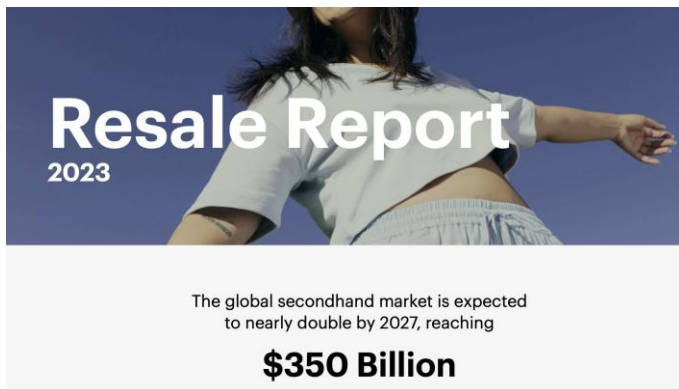
55% minskning av
växthusgaser till 2030

Klimatneutral
kontinent till 2050

EN TES OM VÄGEN FRAMÅT

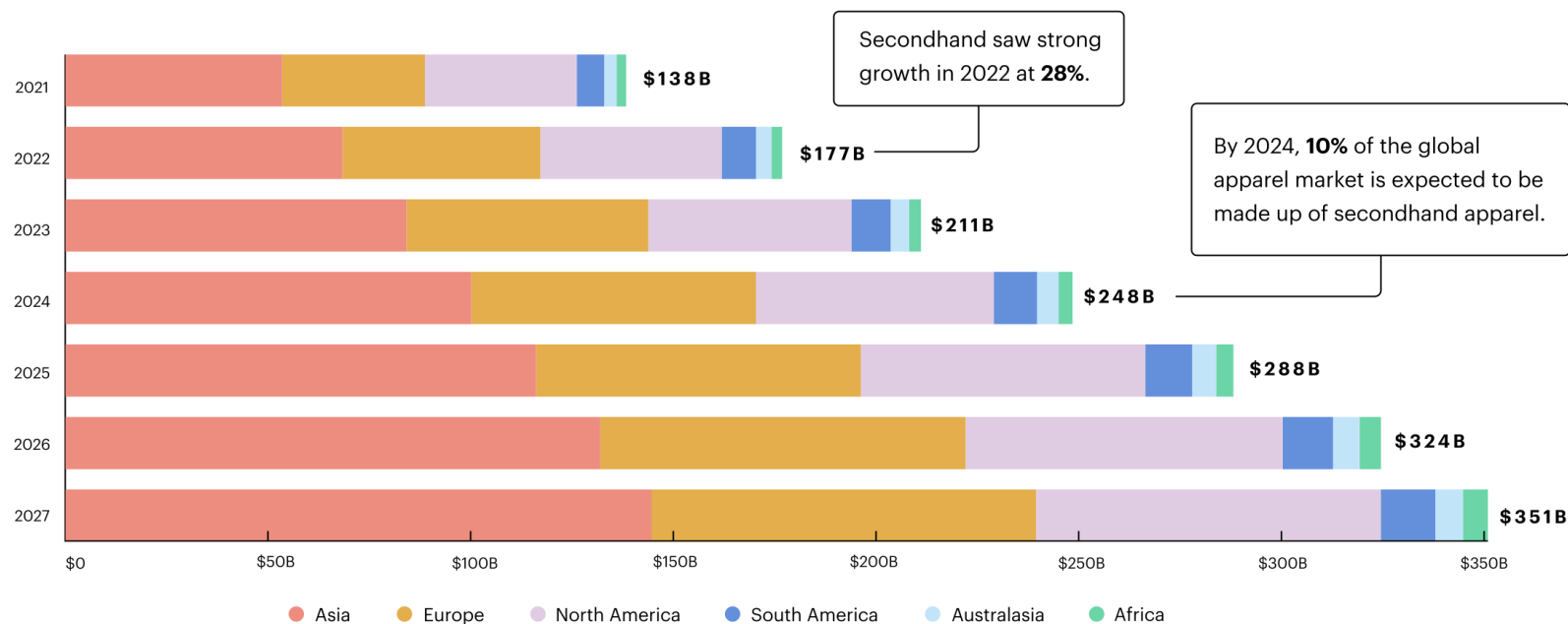
VINNA, VINNA, VINNA

HÖGRE LÖNSAMHET; NÖJDA KUNDER,
BÄTTRE MILJÖ – ÄR DET MÖJLIGT?



Global Secondhand Market Set To Nearly Double by 2027, Reaching \$350 Billion

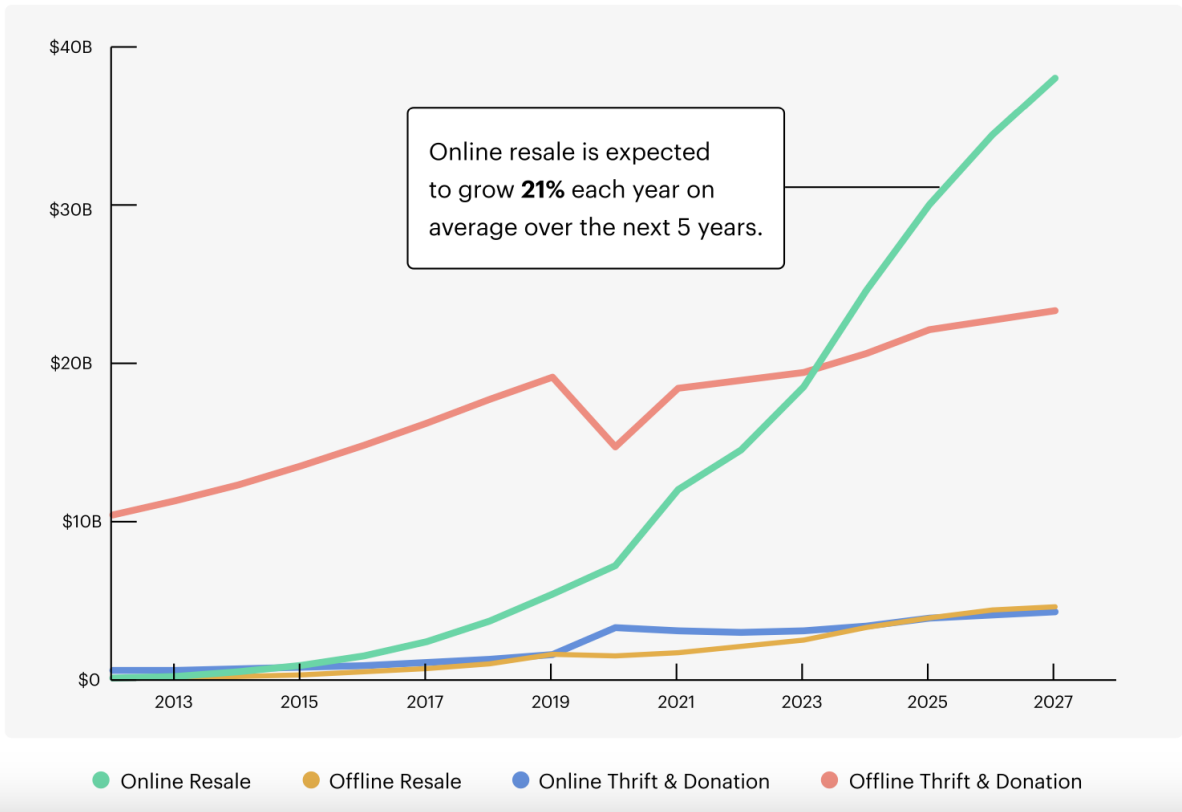
The global secondhand apparel market is expected to grow **3X faster** on average than the global apparel market overall.



THREDUP

Online Resale Is the Fastest-Growing Sector of U.S. Secondhand Market

Online resale is expected to reach **\$38 billion** by 2027, growing **2X** faster than secondhand overall.



Gen Z is driving online resale's growth

58%

of Gen Z who bought secondhand apparel in the last 12 months made at least one purchase online—more than any other generation.²

Buying Secondhand Reduces the Environmental Impact of Fashion

Buying and wearing secondhand clothing instead of new reduces carbon emissions by an average of **25%**.

Lifetime impact of a buying a secondhand clothing item over new

	 CO2e emissions	 kWh of energy	 Gallons of water
New	35.96	76.59	282.70
Secondhand	27.55	60.11	193.81
Secondhand savings	8.41 lbs of CO2e	16.48 kWh of energy	88.89 gallons of water



If everyone bought one secondhand clothing item instead of new this year, it would save the equivalent of:

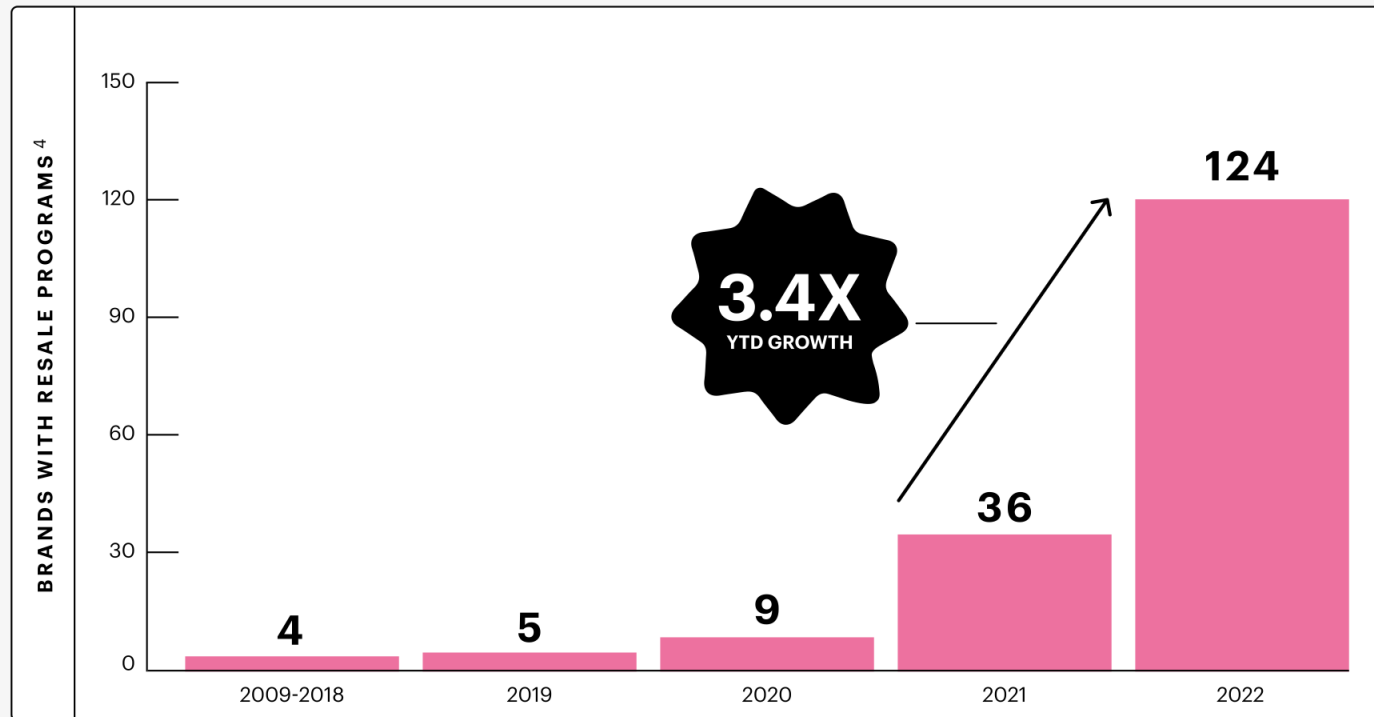
2B+ lbs of CO2e → **76M cars**
taken off the road for a day

23B gallons of water → **46B days**
of drinking water for one person

4B kWh of energy → **37B hours**
of watching Netflix

Retailers With Branded Resale Programs Skyrocketed in 2022

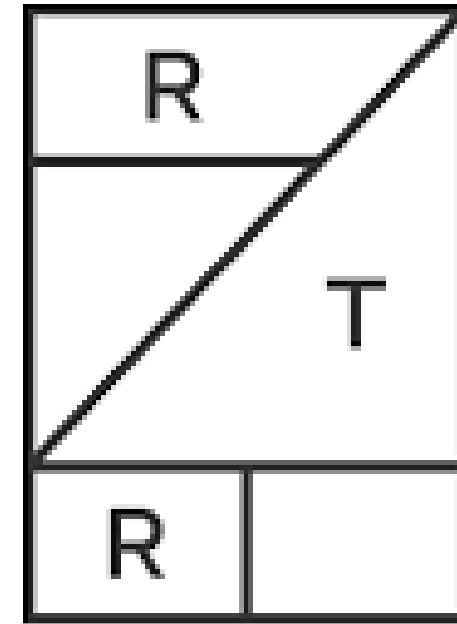
86% of retail execs say their customers are already participating in resale, **up 8 pts** from 2021.³



See which brands are having the biggest impact with scale in thredUP's **Recommerce 100**.

Rent The Runway Wants To Be The Netflix Of Fashion With New Tiered Subscription Model

🕒 October 16th, 2017 📁 Business 👤 Katie Perry





Fri frakt på din första order med koden FRIFRAKT. [Läs mer](#)

☰

Sellpy

Köp

Sälj

🔍

Vad vill du handla?

♡

👤

🛒



Elevated basics



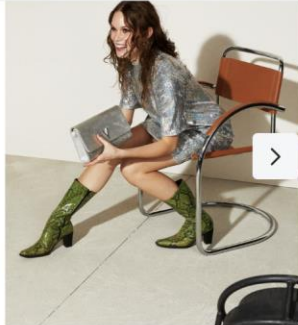
Sheer spring



Y2K Cargo



Maxed-out denim

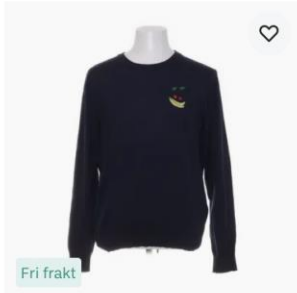


Metallic moments

Andras favoriter



[Shoppa nu >](#)



Fri frakt

A.M.I
Pullover, Strl: XL
580 SEK



Fri frakt

Monki
Kappa, Strl: M/L
370 SEK



Låt dina saker komma till bättre användning

Genom att sälja det du inte längre behöver, bidrar du till att minska utsläpp och spara vatten. Dessutom förlänger du livsspannet på dina saker och låter de komma till bättre användning av någon annan. Den övervägande majoriteten av alla kläder och saker som säljs på Sellpy kommer från privatpersoner, men eftersom vi är experter på att hantera unika varor ser vi det också som vårt ansvar att ge så många andra produkter som möjligt en chans att komma till användning. Därför hjälper vi även utvalda företag att sälja unika varor som de själva inte längre kan sälja. Allt som inte blir sålt på Sellpy doneras till välgörenhet eller skickas till återvinning – på så sätt kan vi se till att inga produkter går till spillo.

[Läs mer om säljtjänsten](#)

Sellpys förluster ökar – H&M fortsätter i det tysta trycka in miljoner i bolaget

SELLPY

H&M

E-HANDEL

30 juni 2022, kl 18:22



Michael Arnör, Philip Gunnstam och Oskar Nielsen, grundare av företaget Sellpy. Foto: TT

Bolaget, som grundades 2014, har lockat till sig H&M som största ägare med 78 procent. Enligt det färskaste bokslutet från 2021 växer Sellpy så det knakar. Från 232,2 miljoner kronor till 403,3 miljoner. Men förlusterna hänger kvar – inte en enda gång sedan starten har de visat svarta siffror. I fjol gick rörelseresultatet från -22 miljoner kronor till -32 miljoner.









ARKIVET



ARKIVET
SECOND HAND



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY

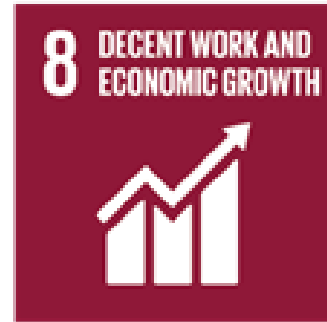
PO.P WEATHER PRO®



Tål att slitas på
tuffa underlag.



retailomania
INTELLIGENCE INSIGHT STRATEGY



FOKUSOMRÅDEN

Relevans för Interflora

- Var har vi stor påverkan?
- Vad kan vi påverka?

Relevans för kund

- Vad är viktigt för kunden?



Relevans för Interflora

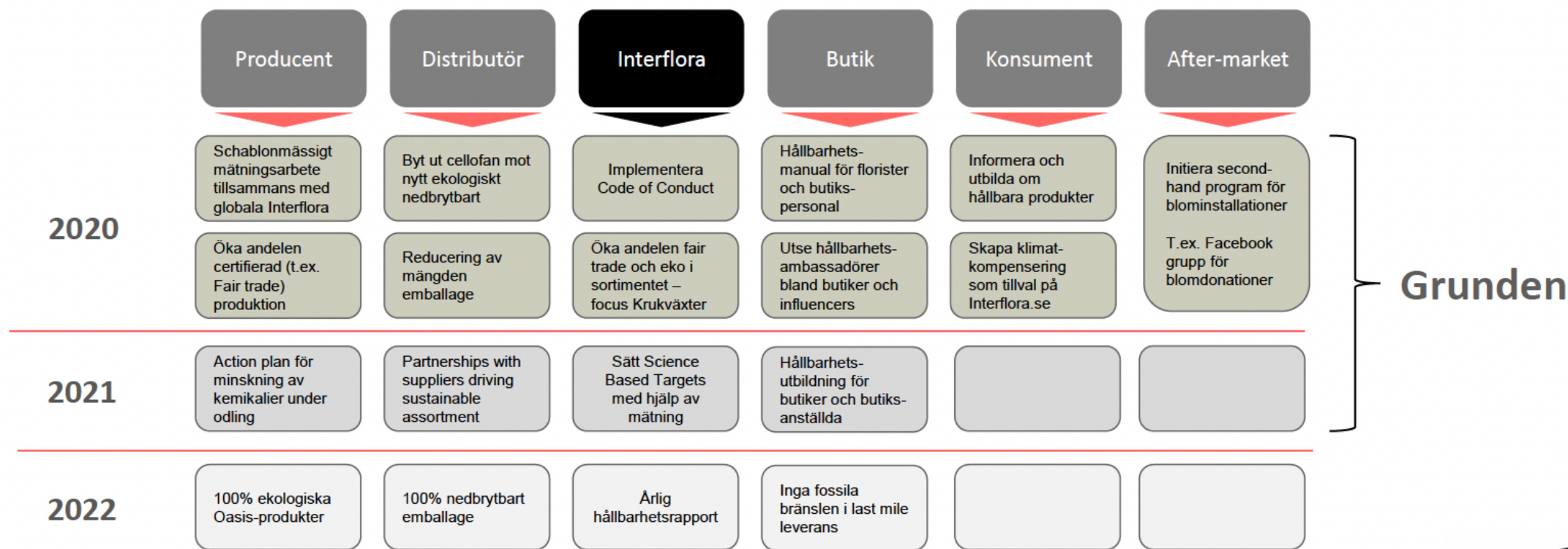


Prioritering fram tills 2030



Kundrelevans

BASEN PÅ PLATS & VÅR FÖRSTA ACTIONPLAN 2019



FÖLJA VARANS VÄG – PÅVERKA DÄR MAN KAN PÅVERKA



HANDELNS HÅLLBARA FRAMTID

- VÄRDE FÖR PENGARNA ÄR DEN STÖRSTA DRIVKRAFTEN
- REGLERINGAR ÄR ETT MÅSTE
- MORÖTTER ÄR EN MÖJLIGHET – MOMSFRIHET FÖR RESALE?
- INNOVATION I KUNDMÖTET GÖR RESALE KUL!
- HÅLLBARHET ÄR SVÅRT – OCH KRÄVER VILJA!
- HÅLLBARHET ÄR EN MÖJLIGHET FÖR BÄTTRE AFFÄRER