

# Idriss Kandil, accountmanager bij ABC-Plan ID Loont duurzame winkelbouw de moeite?

**Valt in de markt van de winkelbouw een impact waar te nemen van de aan de gang zijnde financieel-economische crisis? Wenst de retail nadrukkelijk kostenbesparende oplossingen of duurzame, 'groene' winkels? Welke antwoorden kunnen winkelbouwers op dat soort vragen bieden? We legden ons oor te luisteren bij iemand met een meer dan gemiddeld zicht op de materie: Idriss Kandil, accountmanager bij ABC-Plan ID, vindt dat in kostenbesparende oplossingen zowel investerings- als exploitatiekosten een rol spelen.**

## 1 Hoe evolueert de winkelbouwmarkt?

**Kandil:** Algemeen gezien, merken we de laatste tijd een duidelijk toegenomen voorzichtigheid bij retailers, als het gaat om de opening van nieuwe winkelpunten. Bepaalde investeringen worden uitgesteld, in andere projecten wordt geopteerd voor een beperkte opfrissing in plaats van een volledige verbouwing... Verwacht wordt dat ook de gemiddelde levensduur van een winkelinterieur geleidelijk aan weer zal toenemen. Toch lijken ook een aantal nieuwkomers net van de huidige economische omstandigheden te 'profiteren' om (meer) greep te krijgen op de markt door volop nieuwe winkelpanden aan te huren.

## 2 Ervaart u enige impact van de crisis?

**Kandil:** In die zin vertaalt de crisis zich niet per se in een verminderde bouwactiviteit, integendeel. Al merken we ze wel in de geografische spreiding van onze projecten. Waar ons werkgebied zich tot voor kort hoofdzakelijk in de Benelux situeerde, zijn we nu wat sneller geneigd om de expansieve ketens, die net nu sterk willen groeien, over de grenzen heen te volgen in hun internationale uitrol. Zo hebben we bijvoorbeeld recent enkele winkels gebouwd in de omgeving van Parijs.

## 3 Vraagt de retail om kostenbesparing?

**Kandil:** Uiteraard staan kostenbesparende alternatieven vandaag hoger op de agenda dan voorheen. Al vertaalt die toegenomen belangstelling zich niet altijd in

concrete verbouwingsprojecten. Interessant in dat verband is het principe van Total Cost of Ownership (TCO). TCO is een benaderwijze waarbij niet alleen naar de investeringskosten gekeken wordt, maar ook naar de financiële gevolgen van andere gemaakte keuzes in de ontwerpfase van gebouwen. Niet alleen de huur- en kostprijs van een gebouw dus, maar ook de verwachte kosten voor energie, schoonmaak, onderhoud, beveiliging enzovoort. Bij het zoeken naar kostenbesparende oplossingen moet dus rekening gehouden worden met zowel investerings- als exploitatiekosten. Veel retailers brengen die laatste kosten echter niet of nauwelijks in rekening bij het bepalen en toekennen van een verbouwingsbudget, terwijl je net daar het verschil kunt maken.

## 4 Wil men 'duurzame winkels bouwen?

**Kandil:** Duurzaam bouwen is zo bouwen, dat je optimaal gebruikmaakt van ruimte, energie, water en materialen. Retailers, ontwikkelaars en eigenaars/investeerders kunnen zich daaromtrent dus maar best vragen stellen. De overheid ziet er overigens steeds nauwlettender op toe dat die principes ook daadwerkelijk worden toegepast. Denk in dat verband maar aan de recent ingevoerde EPB-regelgeving. Een leuk voorbeeld van een duurzame winkel is de recent gebouwde Timberland-winkel in Amsterdam, die voor negentig percent uit recycleerbare materialen bestaat. Een duurzaam gebouwde winkel kan echter nooit een doel op zich worden. Een winkel is en blijft immers in de eerste plaats een verkoopsinstrument, ontworpen om consumenten te verleiden en producten te verkopen. Als die ruimte

op een duurzame wijze tot stand komt en uitgebaat wordt, levert dat natuurlijk een mooie meerwaarde op.

## 5 Welke antwoorden biedt u daarop?

**Kandil:** Wij trachten onze klanten uiteraard zo goed mogelijk te begeleiden en te adviseren op het vlak van energie-efficiëntie en duurzaamheid. Belangrijk is wel dat die aspecten zo vroeg mogelijk in de voorbereiding aan bod komen. Bepaalde ontwerpbeslissingen kunnen immers vergaande gevolgen hebben voor de uitvoering en de exploitatie, en vice versa.

## 6 Hoe staat de shopper er tegenover?

**Kandil:** Een cruciale vraag voor de retailer natuurlijk. Het lijkt logisch dat een winkelketen als AS Adventure bijvoorbeeld, die sterk op natuur en sportieve, gezonde vrijetijdsbeleving gericht is, dat imagogewijs laat doorklinken in het winkelconcept en de gebruikte materialen. Recent onderzoek geeft aan dat consumenten het aspect duurzaamheid van winkels bewust(er) laten meewegen in hun aankoopgedrag: een meerderheid is bereid in een duurzame winkel meer te betalen. Dat een milieuvriendelijk assortiment het verschil kan maken, was al langer bekend, maar nu blijkt een duurzaam gebouwde winkel het koopgedrag dus positief te kunnen beïnvloeden. Duurzame winkelbouw biedt de retailsector alleszins duidelijk kansen. (jhw)

**Info:** [www.abc-planid.be](http://www.abc-planid.be)

Een uitgave van EMG NV • Gravendreef 9 bus 8  
B 9120 Beveren • Tel 03 750 90 20 • Fax 03 750 90 29  
E-mail [info@emg-edit.be](mailto:info@emg-edit.be)

**Hoofredacteur:** Stefan Van Rompaey ([stefan@retailupdate.be](mailto:stefan@retailupdate.be))  
**Redactiemedewerkers:** An De Maere, Jan Verbanck

**Verantwoordelijke uitgever:** Piet Salens,  
Gravendreef 9 bus 8 B-9120 Beveren  
**Abonnement 45 nummers**

206 euro per e-mail (BTW incl.); 256 euro (BTW incl.) voor gedrukte versie. Buitenland enkel per e-mail. Indien u uw abonnement wenst op te zeggen, dient dit 3 maanden vooraf te gebeuren.

**Abonnementendienst:** Nadine Pharasyn  
03 750 90 20 • [info@emgedit.be](mailto:info@emgedit.be)  
**Opmaak en productie:** Nadine Bogaert  
**Database manager:** Véronique Verwilligen  
© Editing Media Group • EMG N.V.