

Jumbo had al langer oogje op La Place

27-01-2016 08:00

Jumbo denkt met de overname van La Place een enorme stap voorwaarts te maken op het gebied van 'eat it'. "Make it, het thuis eten bereiden, hebben we al en 'take it', de kant-en-klaarmaaltijden, ook", zegt cfo Ton van Veen in [Het Financieele Dagblad](#).

Jumbo had La Place volgens Van Veen al langere tijd 'als één van de mooie bedrijven op het oog'. De consument is volgens hem niet langer trouw aan één kanaal, maar kiest zowel voor instant food als de buurtsuper, pick-uppoints en thuisbezorging. "We volgen die consument in zijn consumptiepatroon."

De supermarktketen neemt in totaal 61 standalone vestigingen over, waaronder die in Duitsland, de Verenigde Staten en op Bali. Waar waarschijnlijk vijf tot tien winkels moeten sluiten, houdt Jumbo de vestigingen in het buitenland aan. "Want we zien in het buitenland met La Place groeikansen", aldus Van Veen.

Chief customer officer Colette Cloosterman vertelde vorig jaar in gesprek met RetailTrends al in de richting van een La Place-achtig concept te werken. In de Foodmarkt wordt bijvoorbeeld al gewerkt met koks die het eten klaarmaken. "Daarin kunnen wij doorgroeien. Dat je gerechten waarvoor je nu naar de pizzeria of Chinees gaat bij ons koopt", zei Cloosterman destijds.

Jumbo heeft er met La Place volgens Cloosterman 'in één keer veel concepten en bouwstenen bij gekregen'. "Die kunnen we vermengen", zegt ze in Het Financieele Dagblad. Recepturen uit La Place kunnen bijvoorbeeld gebruikt worden in de supermarkten en Foodmarkten. "En omgekeerd zien we ook mogelijkheden om elementen of producten uit de supermarkt bij La Place te gebruiken."