

## 'Volop kruisbestuiving tussen Jumbo en La Place'

03-06-2016 13:53



Jumbo was aanvankelijk alleen geïnteresseerd in de mensen achter La Place met kennis van zaken. “Toen La Place helemaal te koop kwam, was het een niet te missen kans”, aldus cco Colette Cloosterman van Jumbo op het jaarcongres Trends & Transitie in Retail.

Jumbo nam La Place begin dit jaar voor 48 miljoen euro over uit de failliete boedel van V&D. Er was volgens Cloosterman direct sprake van een goede klik. Bovendien is ze te spreken over de kruisbestuiving tussen de twee formules. “Er is meer toepasbaar bij Jumbo dan van tevoren gedacht. Ik zie veel potentie voor synergie.”

Wat de consument ervaart van de kruisbestuiving, kan Cloosterman nog niet zeggen. “Daar gaan we dit jaar meer van zien.”

Consumenten zien al wel de gevolgen van de uitrol van Jumbo Foodmarkt, de formule die drie jaar terug in Breda werd geïntroduceerd. Reguliere supermarkten van Jumbo worden volgens Cloosterman voorzien van verschillende elementen van Jumbo Foodmarkt, zoals een sushibar en een module met zelfgemaakte pizza's.

Verder maakt Jumbo ook werk van het uitbreiden van zijn online activiteiten, onder meer door supermarkten van pick-up points te voorzien. Cloosterman denkt echter dat er nog meer mogelijk is. “Ik ga me meer met Jumbo.com bemoeien, ik zie nog veel kansen in omnichannel.”