Zo verloopt het herstel van La Place

03-01-2017 10:38



Door Nick MÃ¶ller
Redactie RetailWatching

Het huwelijk tussen Jumbo en La Place nadert zijn eerste jubileum. Op 26 januari 2016 maakte Jumbo bekend de restaurantketen uit de failliete boedel van V&D te hebben gekocht. 48 miljoen euro betaalde de Veghelse keten voor het beste paard van stal. De overname blijkt een schot in de roos: afgezien van de gesloten restaurants binnen warenhuizen van V&D, steeg de omzet van La Place in 2016 met twaalf procent tot 103 miljoen euro. En dat is nog maar de begin van de groei, als we alle berichten moeten geloven.

Jumbo was aanvankelijk alleen geÃ¨nteresseerd in de mensen achter La Place met kennis van zaken. â€œToen La Place helemaal te koop kwam, was het een niet te missen kansâ€, vertelde cco Colette Cloosterman van Jumbo vorig jaar op het jaarcongres Trends & Transities in Retail. Er was volgens Cloosterman direct sprake van een goede klik. Bovendien is ze te spreken over de kruisbestuiving tussen de twee formules. â€œEr is meer toepasbaar bij Jumbo dan van tevoren gedacht. Ik zie veel potentie voor synergie.â€

De onderlinge samenwerking met Jumbo is goed op stoom gekomen, stelt La Place nu. Beide formules delen intensief en veelvuldig elkaars kennis op het gebied van food- en klantbeleving. Zo biedt inmiddels enkele producten van La Place aan in zijn Foodmarkt in Veghel, waaronder het in het zuiden van het land geliefde worstenbroodje. De restaurantketen introduceerde verder naar eigen zeggen enkele aansprekende productinnovaties, zoals een nieuw brood- en saladebuffet en een vernieuwde Aziatische afdeling.

De komende maanden zetten Jumbo en La Place de volgende stap in hun relatie. Het Veghelse concern opent in de loop van dit jaar vijf kleinere gemakswinkels (â€˜het is niet de bedoeling dat het daarbij blijftâ€™) in binnenstedelijke gebieden, waarin zowel elementen van Jumbo als La Place naar voren komen. â€œZo zal er ter plekke meer vers voedsel worden bereid, maar je kunt er ook je gemaksboodschappen doenâ€, verklaart cfo Ton van Veen in Het Financieele Dagblad. Daarmee gaat Jumbo de concurrentie aan met de to go-winkels van Albert Heijn. Tot nu toe koos de gele supermarktketen vooral voor plekken waar grote winkels neergezet konden worden.

Nieuwe cafÃ©s
De vastgoedafdelingen van Jumbo en La Place hebben het druk, zoveel is duidelijk. La Place opende in het afgelopen jaar acht nieuwe restaurants. De keten keerde terug in de voormalige V&Dâ€™s in Arnhem (met Topshelf) en de Kalverstraat, waar nog altijd geen nieuwe huurder voor het warenhuis is gevonden. Bovendien gaan woensdag en donderdag de deuren open in respectievelijk Tilburg en Hoofddorp. In beide steden verdween La Place na het faillissement van zusterformule V&D.

Ruim vijftig vestigingen in Nederland telt de keten nu, maar daar komen er de komende maanden flink wat bij. Bovenop de twee nieuwe cafÃ©s in Tilburg en Hoofddorp komen de achttien restaurants van Albertâ€™s Corner. Deze AC Restaurants heeft Jumbo overgenomen van GR8 Investments, de investeringsmaatschappij van Drie Van der Valk-telgen, en worden gefaseerd omgebouwd naar La Place. Bovendien gaat de keten als onderdeel van de deal het ontbijt en diner verzorgen in de nieuwe driestellenhotels van de kleinkinderen van Gerrit en Toos van der Valk. De deal is volgens het Algemeen Dagblad een onderonsje binnen de familie, aangezien de zus van Jumbo-ceo Frits van Eerd met Ã©Ã©n van die telgen is getrouwd.

Franchising
Ook internationaal zit La Place niet stil. Onder de vleugels van V&D werden al wat restaurants in Duitsland geopend en gingen bovendien de eerste panden in New York en op Bali open. De laatste opening was een truc om het personeel te laten zien dat franchising ook op afstand kan werken, vertelde managing director Bart van den Nieuwenhof al eens. Hij was net aangesteld als ceo van de foodformule toen de investeerders de geldkraan voor expansie wilden terugdraaien. Van den Nieuwenhof zag echter mogelijkheden om uit te breiden en wilde dat daarom via franchising bewerkstelligen. Dat plan kon echter op de nodige weerstand rekenen, vertelt hij. â€œDe werknemers hadden altijd gehoord dat franchising niet werkte voor La Place en dat ze alles in eigen handen moesten houden.â€



In Bali maakt La Place volgens hem duidelijk dat de keten â€˜zelfs op duizenden kilometers afstand de formule kan bewarenâ€™. Discussies over franchising zijn sindsdien verleden tijd, terwijl luchthavens en La Place een combinatie met potentie blijken. â€œLa Place is een gezond en sexy alternatief voor fastfood en daar zijn veel consumenten naar op zoek. We hebben alles in huis om een grote internationale luchthavenspeler te worden. Waarom niet? Ik heb geleerd dat ambities niet bescheiden moeten zijn, durf te zeggen dat je groot wilt worden.â€

Het faillissement van een jaar terug gooide even roet in het eten, maar de internationale expansieplannen zijn inmiddels weer uit de ijskast gehaald. Zo komen er nieuwe vestigingen in Parijs, ZÃ¼rich en Toronto, de thuisbasis van Hudsonâ€™s Bay. Al benadrukt Van Veen dat de prioriteit van La Place ligt bij het herstel in Nederland.

Hudsonâ€™s Bay
Veel zal in ons land afhangen van het nieuwe restaurantconcept, dat La Place nu samen met Hudsonâ€™s Bay ontwikkelt. De Canadese retailer wil de komende jaren tot twintig warenhuizen in ons land openen en ziet daarin een prominente rol weggelegd voor de voormalig partner van V&D. Hoe het nieuwe concept eruit komt te zien, houden de twee nog even geheim. â€œEind januari brengen we gezamenlijk naar buiten hoe dat eruit gaat zienâ€, aldus Van Veen.

Retailexpert Ton Bos noemt het op RetailNews goed nieuws dat Hudson's Bay en Jumbo gaan samenwerken. â€œDat biedt ook mooie perspectieven voor La Place bij Kaufhof, Inno en Saks. Kennelijk wil Hudson's het concept ook zelf ondervinden in Toronto.â€ Hij kan zich niet voorstellen dat de Canadese warenhuisketen het profijt van de traffic volledig bij La Place wil laten. â€œFranchising zou een mooie oplossing zijn. La Place kan de inkoopkracht dan volledig blijven benutten en via de formule-, distributie- en ontwikkelingsfee de schaaleffecten oogsten. Ook een joint venture Jumbo-Hudson's voor de warenhuisvestigingen lijkt een optieâ€, stelt hij.

Als gevolg van alle uitbreidingen is het personeelsbestand van La Place flink gegroeid. Inmiddels werken er alweer achttienhonderd mensen, zoâ€™n driehonderd meer dan tijdens de overname. Dit jaar verwacht de keten ruim duizend nieuwe arbeidsplaatsen te kunnen creÃ«ren. Dat duidt erop dat de tweehonderd miljoen euro omzet van weleer weer in het zicht komt. Van den Nieuwenhof is dan ook enthousiast: â€œMet deze deals en de groei van onze eigen restaurants kunnen we met La Place weer snel de positie innemen die we ooit hadden in Nederland.â€