

In de reeks impressies van Belgische formules, met beelden van Erik Hemmes: deze maand Delhaize.

Door: **Gé Lommen** Foto's: **Erik Hemmes**

FOOD RETAIL IN BELGIË: Delhaize

In december zijn we gestart met een reeks Belgische formules. We startten met een bijzondere discounter: Red Market, de discountformule waar Delhaize in 2009 mee begon en waarvan meteen in die maand bekend werd dat Ahold Delhaize ermee zou stoppen. Vorige maand deden we uitgebreid verslag van de Carrefour-hypermarkt in Bergen, nabij de Belgisch-Franse grens. Deze maand: Delhaize, inmiddels onderdeel van het fusiebedrijf Ahold Delhaize. Over die fusie hoeven we niets meer te melden, de kar is in gang gezet, de eerste kwartaal- en jaarresultaten van de uit Belgische en Nederlandse supermarktbedrijven gevormde onderneming werden afgelopen maand voor het eerst gemeld.

Lange tijd was Delhaize in België 'king of food'. Omdat Delhaize veruit de meest tot de verbeelding sprekende serviceformule was. En verder: grootste aantal winkels, per formule gerekend. Grootste assortiment. Veel vers. Veel A-merken. In de jaren negentig was GB, de grote concurrent, aan het wegglijden. Het kwam in nood, de Franse reus Carrefour België nam GB over. Net in die periode was Colruyt Delhaize al voorbijgestreefd als marktleider. De keten Colruyt, de keten Okay, de keten Spar etc. van 'Colruyt Group' zorgden dat het marktaandeel van het bedrijf groter werd dan Delhaize.

Jarenlang ging het voorspoedig voor zowel Delhaize als Colruyt. De een als echte fullserviceformule, de ander als prijsvechter met een minder chique en meer industriële winkeluitstraling, beide konden Carrefour met gemak



Deze Delhaize ligt in Denderleeuw (tussen Brussel en Gent), omvat ruim 2.000 m² vvo, 19.000 sku's, 186 parkeerplaatsen, 60 medewerkers en 14 kassa's (waarvan 8 zelfscan-afrekenkassa's en 6 met caissières). Hij is in het najaar van vorig jaar heropend, en is representatief voor Delhaize vandaag, dat sinds voorjaar 2014 een soort nieuwe generatie heeft ontwikkeld. De pilotwinkel van toen was in Wezembeek-Oppeem (onder de rook van Brussel). Hemmes: "19.000 items op 2.000 m² vvo, dat komt wel overeen met wat wij tegenwoordig in Nederland hebben."

van zich afhouden. De laatste jaren is Carrefour sterker geworden. Maar daar kwam ook bij dat de Belgische consument vanaf de tijd van de kredietcrisis en recessie wat vaker richting Aldi en met name Lidl keek, waardoor Delhaize onder druk kwam te staan. Toen Frans Muller Pierre-Olivier Beckers enkele jaren terug als ceo van Delhaize Group (actief in België, de VS, Zuidoost-Europese landen en Indonesië) opvolgde, kon hij in België meteen bezuinigingen doorvoeren in de dc's, in personeelsaantallen en in winkelaantallen. Maar goed, daarna kwam al snel Ahold voorbij,



'Bedankt dat u met de fiets bent gekomen', dat is in België, wielerland of niet, toch niet zo gebruikelijk als bij ons. Hemmes: "Delhaize voorziet hier ook in voldoende fietsrekken."



Dit zien we in de Nederlandse supermarkt niet: uitleg over de verschillende soorten sinaasappels. Hemmes: "Ik zie het in buitenlandse supermarkten steeds meer."



De agf-afdeling. Hemmes: "Een schuine presentatie, kleine blauwe kratten of een getrapte achtergrond. De stellingen zijn van hout, dat hoort tegenwoordig bij agf. De stellingen staan dwars op de looproute, bij AH in het verlengde. Dwars op de looproute, dat doet Delhaize ook bij brood, de volgende categorie in de winkelroute. De lampen boven deze agf lijken op die van de nieuwste AH XL's. En bij het fruit zie ik op de voorgrond verpakt fruit en op de achtergrond los fruit. Met papieren of plastic zakken; de klant mag kiezen."

de Zaankanters en Brusselaars praatten weer eens voor de zoveelste keer en ditmaal ging die al vaker gekoesterde vorming van één concern door. Bovendien, de vraag is in hoeverre de komst van Albert Heijn in België de vorming van Ahold Delhaize heeft versneld. In 2011 stapte AH de grens over en ontpopte zich in dat land meteen als een soort... tja, 'quality discounter'? Nonsensformule? Prijsvechter? Hoe dan ook, de AH's werden beleverd van het dc in Tilburg, met Nederlandse inkooprijzen. Zo kon AH de Belgische klant lage prijzen bieden, zónder de wet te overtreden dat het met minmarges verkocht. Want ja, je hebt in België niet alleen meer personeelskosten vanwege 'meer bescherming van de werknemer', er is ook nog een serietje wetten dat de zogeheten 'lokvogelpraktijk' moet voorkomen. Wij noemen dat 'traffic builders', de Belgen zijn wat taalpuristischer en hebben daar een Nederlands woord voor, en het verbiedt dat



Hemmes: "Ik noem het maar even de wijnafdeling, maar er staat ook sterke drank bij. Dat mag een supermarkt in dit land verkopen. Verder is dit wijnaanbod twee, drie keer zo groot als in Nederland. Maar ook de prijzen van de flessen zijn hoger dan bij ons. Wellicht ook de kwaliteit, ik zag bijvoorbeeld flessen van wijnhuis Margaux standaard in het schap staan."



Delhaize presenteert brood altijd op deze manier: met een tang of handschoenen kan de klant zelf zijn brood pakken, terwijl het onverpakt in deze vitrinekast ligt. De snijmachine staat ertegenover, voor dikker en voor dunner gesneden. Bij de verschillende broodformaten horen verschillende formaten zakken (de nummers van de soorten brood en zak corresponderen met elkaar). Dat zou bij ons meteen voor verwarring zorgen, denk je dan, maar de Belgische consument is het kennelijk allang gewend.



Deze uitdrukking is wellicht nog gewoon 'te geef'. In onze supermarkten zou je iets zien als 'brood zoals vroeger', Delhaize noemt dat 'van weleer'. Kenmerken: luchtig kruim, met de hand gevormd, gebakken op steen. Die uitdrukking 'van weleer' versterkt de nostalgie, vinden wij. Kunt u zo overnemen.



In de Nederlandse supermarkt zie je geregeld foto's van telers. Maar Delhaize laat een andersoortige leverancier zien: Jean Kircher, 'partner van Delhaize' als het om biologisch brood gaat.



De visafdeling heeft zowel een bedienings- als een zbonderdeel. Hemmes: "Zowel in een hoge als in een lage koeling. En achter die lage koeling zien klanten achter glas de visverwerkingsafdeling. Delhaize laat hier niet vanachter de toonbank werken, bijzonder." Bij deze forel staat op de verpakking (bij het 'leeuwlogo'): 'Taste of Inspirations'. Dat is het premiumhuiskmerk van Delhaize. Maar niet alleen dat hoog-in-de-markthuismerk verleidt: de 'visschelp met kreeftensaus' is 'gewoon van Delhaize' en maakt net zo nieuwsgierig.

'Onze burens weten wat lekker smaakt.' Een actiedemo met een Zaans huisje... nee, geen Zaans, want dan zou het groen moeten zijn. Het is eerder een grachtenhuisje, maar dan in een oranje kleur. Bij een groen Zaans huisje zou de Belgische klant wellicht niet weten waar het om gaat, nu zeker wel. Wat lag er, Erik? Hemmes: "Onder andere: hagelstag, pindakoeken, vruchtenhagel, koekrepen, kroepoek, pandanrijst, ketjap, nasi- en bamimix." U weet het vast nog wel, afgelopen najaar promoveerde AH Delhaize-huiskmerkartikelen.



Hier, bij een schap met lokale leveranciers, komen we de familie Claes tegen, eigenaren van koffiemark Java. Java, waar kennen we dat ook alweer van... nee, het heeft niks te maken met het softwareprogramma van Oracle. Deze familie Claes heeft met familie Slippens gepraat, preciezer gezegd: Koen Slippens. Sligro Food Group heeft begint dit jaar de groothandelsactiviteiten van Java overgenomen. Maar de koffie blijft in handen van de familie Claes.

je klanten naar binnen trekt door één of meer producten met verlies te verkopen en aldoende het mandje van die binnengestroomde klandizie voller te maken. Wat deed AH? Dat kocht een groot deel van het Belgische AH-assortiment in Nederland in, sleepte het van de Tilburg naar de eerste Belgische AH's en was van meet af aan in de GfK-onderzoeken in dat land een soort tweede Colruyt. Nee, we zeggen niet dat de Belgen op Nederlandse formules zaten te wachten, waarom zouden zij hun noorderburen, die ze doorgaans arrogant, zelfingenomen, eendimensionaal en opscheperig vinden opeens omarmen? Bovendien zijn ze met meer, nee, die Ollanders... Maar als hun winkels lagere prijzen bieden, vallen alle bezwaren weg. Dat foefje was ook omstreden. De Vlaamse minister Kris Peeters riep een jaar of twee later Dick Boer op het matje, zo'n maas in de wet is natuurlijk een punt van zorg. Boer moest beloven dat AH gebruik bleef maken van Belgische leveranciers. Beetje symboolpolitiek van Peeters,

want daar bleef het bij. En een jaar later begonnen de fusie-en-overnamegesprekken al. AH of geen AH in dat land, Delhaize is en blijft voorlopig 'king of food' daar. Maar wacht. Ten eerste: Colruyt heeft bepaald geen sfeervol aan-doende winkels, maar kom op, dat wijnaanbod mag er wel wezen. Ten tweede: de verleidelijkste winkel van België (onder de grote dan) is die Carrefour in Bergen, die we vorige maand lieten zien. Ten derde: Colruyt-dochter Cru is ongeëvenaard in z'n assortimentsopzet (maar dat aanbod is beperkt en het winkelaantal nog meer). Gaan we aan deze mitsen en maren voorbij, dan is Delhaize koning voeding. Want: veel A-merken, veel vers en ook vaak de eerste met een innoverend versartikel, veel maaltijden en maaltijdoplossingen en veel artikelen die aan gerechten of ideetjes in de horeca doen denken. Zoals AH bij ons. En dat dan gepaard met de ambitie om moderne, eigentijdse, sfeervolle filialen te hebben. Deze Delhaize, zie de foto's op deze pagina's, ligt

in Denderleeuw en is een afgeleide van het paradepaardje in Wezembeek-Oppem, pilotwinkel van twee jaar terug. Deze in Denderleeuw werd afgelopen september heropend; ruim 2.000 m² vvo en maar liefst 19.000 sku's. Kijk je naar de geschiedenis van de grote drie (Colruyt, Delhaize en Carrefour), dan mag Delhaize zeker koning voeding worden genoemd. Jules Delhaize, broer Edouard Delhaize en zwager Jules Vieujant startten in 1867 een levensmiddelenhandel, eerst een winkel in Charleroi, nadien een netwerkje van winkels en afnemers, met Brussel als stad van het kantoor en de groothandel. Er zijn wel wat meer broers en familieleden in het spel, zoals Louis. Die begint met een eigen Delhaize-bedrijf, in Henegouwen. En er is Adolphe, die iets vergelijkbaars begint. Maar de Delhaize-tak van Jules-Edouard-Jules wordt het grote Delhaize De Leeuw/Le Lion, dat binnen enkele decennia een groot netwerk aan filialen door bijna heel het land heeft. Delhaize blijft in al die jaren ook voorloplopen in winkelontwikkeling. De eerste supermarkt van België bijvoorbeeld?



Hier een aanprijzing van wild. Met een geruststelling: bereiden is niet zo moeilijk. Erbij staat ook de pay-off die Delhaize sinds twee jaar gebruikt: 'goed kopen, goed eten'. Hemmes: "Er staat ook 'nooit bevroren' bij, als kwaliteitsstempel. Dat heb ik in Nederland nog niet eerder gezien."



Bij AH zien we ze allang niet meer, maar bij Delhaize nog wel: de 'koksmaltijden'. Maaltijden die door bekende chef-koks zijn bedacht. En niet alleen Belgische, Sergio Herman staat er ook bij (maar die zit dan ook met z'n neus tegen de Zeeuws-Vlaamse grens aan). Trouwens, 'allang niet meer'? Inmiddels heeft AH sinds enkele jaren vegetarische maaltijden en producten van Moshik Roth en sinds vorig jaar ook weer iets van Ron Blaauw (speksaté, kipdijflet etc.).

Delhaize. Pas in de jaren negentig van de vorige eeuw wordt Colruyt pas echt de formule zoals het land die nu kent en pas na de overname van GIB Group wordt Carrefour die grote derde in België. Het is gewoon het AH van onze zuiderburen. De eerste beursgenoteerde grote supermarktketen in België. Het bedrijf gaat in de jaren tachtig op overnamepad in de VS. En zo kunnen we doorgaan, het waren gewoon altijd al tweelingbroers.

Nog wat cijfers en gegevens. Die meldden we in FoodPersonality december al, bij de impressie van Red Market (de discounter waar Ahold Delhaize die maand mee stopte). Met name de winkelgegevens zijn weer anders dan in het laatste jaarverslag van Delhaize Group (dat was 2015). De winkelgegevens van eind 2016:

- 765 Delhaize-vestigingen (waarvan 717 België en 48 Luxemburg).

En die zijn onder te verdelen in:



Een rondje Delhaize-artikelen, om eventjes via het oog de mond te prikkelen: soepen in pot, eendenlever in een stoffen doek, eenden- en ganzenlever, vissauzen, 'frambozenextase', wagyu en angus. En die weckpot met 'ambachtelijke mayonaise' heeft AH al zo'n twee jaar in het assortiment, maar dan onder 'Excellent'.

Dit is nog maar een minieme selectie, hoor. AH-directeur Wouter Kolk zei het begin deze maand in de Telegraaf niet voor niets: op het gebied van vers kunnen we van de Belgen nog wat leren.



- 135 Delhaize-supermarkten (eind 2015: 141): 128 België, 7 Luxemburg; dit zijn de reguliere filialen
 - 232 AD Delhaize-supermarkten (eind 2015: 219): 228 België, 4 Luxemburg; dit zijn de buurtwinkels, met aangesloten ondernemers
 - 250 Proxy Delhaize-supermarkten (eind 2015: 237): 235 België, 15 Luxemburg; buurtwinkels, stadssupers, ook merendeels aangesloten ondernemers
 - 148 Shop & Go-vestigingen (eind 2015: 137): 126 België, 22 Luxemburg; convenience/pomphop
- Vorig jaar meldden we ook nog 13 Red Market-vestigingen, maar die zijn inmiddels omgebouwd tot AD en/of Proxy Delhaize-vestigingen.

De omzet van Delhaize in België (en Luxemburg) over 2015 was: € 5,0 miljard. Dat meldden we in december nog. Inmiddels heeft Ahold Delhaize vorige maand de eerste omzetgegevens bekendgemaakt: € 4,9 miljard in België en Luxemburg. Dat is de omzet van Delhaize en die is dus gedaald. Het enige dat we eraan kunnen koppelen, is de daling

van het aantal Delhaizes. De AH's in België zitten niet in dit bedrag.

Niet uit het jaarverslag, maar gewoon uit de markt: Colruyt is in België marktleider, met ongeveer 27%. Dan Delhaize, met 24%, en dan Carrefour, met 22%.

Gerekend in formulemarktaandeel is Delhaize overigens wél marktleider. De formule Colruyt heeft een kleiner marktaandeel, maar de supermarktomzet van Colruyt Group is groter door de formules Okay en Spar.

Zo, nou hebben we ook weer in ons hoofd waar Ahold mee gefuseerd was.

Niet verwarren met Louis Delhaize. Dat was die Delhaize-broer die ooit, helemaal aan het begin, zijn eigen weg ging. Het bedrijf van die andere broer, Adolphe Delhaize, is inmiddels opgesnoept in de markt. We weten niet eens meer door wie, hoor. Maar Louis Delhaize, het bedrijf althans, is er nog steeds, met formules als Match en Délitraiteur. ■

Meer foto's zien? Mail Erik Hemmes: info@erikhemmes.nl