

Opmars naar wereldsteden

Dit is de momenteel dichtstbijzijnde Eataly: in München. Als branchegeïnteresseerde kun je inmiddels al met de auto naar deze culiformule-slowfoodtempel-levens-middelentheatershow. Als je het tenminste ervoor overhebt om op en neer naar Beieren te rijden.

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

Een aankondiging, gevonden in de regionale versie voor Turijn en omgeving van de Italiaanse krant La Stampa: binnenkort koken tien chef-koks met allemaal één of meer Michelin-sterren in de grote Eataly-vestiging in die stad. Het zijn koks die voor Italiaanse foodies bekend zijn. De een maakt een gerecht met een bepaald soort Italiaanse rijst, met snijbiet, room, kamille, bloemen, bietenchips, de andere een lunchgerecht met kikkererwten, mosselen en pecorino, een derde maakt soep van pens.

Deze beelden zijn van Erik Hemmes (voor zijn reguliere bijdrage aan dit blad, zie ook blz. 42 van deze FoodPersonality), die op weg naar de sneeuw München aanded en bij de nieuwste Eataly-vestiging ging kijken. En daarmee deze impressie beschikbaar maakte.

Hemmes is overigens niet de enige Nederlandse foodretailvolger die Eataly in München bezocht, aldus hemzelf: "Ik weet dat er inmiddels bussen met Nederlandse groepjes hierheen gaan of zijn gegaan, mensen uit de sector, welteverstaan." Nou ja, 't is vanuit Utrecht nog altijd zo'n 800 km. Deze Eataly is sinds eind november open, en dan is het achteraf nog snel gegaan, want toen we enkele maanden terug deze Eataly aankondigden, leek het dat-ie nog niet klaar zou zijn voor de kerst.



Hij telt 4.600 m² vvo en er werken 225 medewerkers. Versafdelingen, verschillende eethoekjes en proeverijpunten – voor wie Eataly kent, u weet het inmiddels wel. We hoeven verder niet uit te leggen wat de kazen zijn, de broden, de olijfoliesoorten etc., hoe het personeel gekleed is, met welke materialen de afdeling gemaakt en gedecoreerd zijn, hoe de formule instore communiceert; allemaal even stijlvol, elegant en aanstekelijk. En:

alsof zelfbediening niet bestaat.

De locatie zelf is al bijzonder: een 'Schrannenhalle', een oude markthal waar de stad München een tijd planologisch mee in z'n maag zat, pal aan de 'Viktualienmarkt'. Dat is een marktplein met een markt voor levensmiddelen. En dat komt dan ook mooi uit, want het niet meer gangbare woord 'Viktualien' betekent 'levensmiddelen'. De Schrannenhalle is lang, lang





geleden een graanhal geweest. Gentrificatie dus; het verhipt opnieuw gebruiken van oude stadsbebouwing.

Op de site Dutch Cowboys werd onlangs geopperd dat voor de V&D's in ons land een goede oplossing voorhanden is. Er hoeft geen Roland Kahn aan te pas te komen, de La Placejes kunnen er ook uit, je laat Coolblue elektronica daar verkopen want dat wil toch wel eens van online naar offline. En voor het eten laat je Eataly de V&D's in. Klinkt mooi, maar dan moet je eerst een groot parkeerprobleem oplossen, lijkt ons, en dat is maar het begin. Ten tweede heb je dan alleen maar een oplossing in het hoofd voor de V&D's in grote steden en niet voor Den Helder of Zeist. En dan hebben we het niet over de barrière 'prijsniveau', een tientje voor een pak verse pasta, best lekker, maar daar applausseert natuurlijk niet elke Hollandse klant voor. Maar het illustreert wel hoe er over Eataly ge-

dacht wordt en hoe bekend deze formule inmiddels is onder retailvolgers, terwijl die niet eens in ons land bestaat.

Even nog maar snel wat geschiedenis: Eataly is een idee van elektronicaverkoper (nee, dat is toeval, heeft niks meer Coolblue te maken) Oscar Farinetti die zo'n vijftien jaar terug zijn Italiaanse keten aan Dixon's verkocht en daarmee middelen vrij kon maken voor zijn nieuwe droom; superieur Italiaans eten. Hij was kind aan huis bij Slow Food-voorman Carlo Petrini, creëerde een collectief van een stuk of tien, vijftien ambachtelijke en kleinschalige levensmiddelenproducenten, kocht een oude, lege vermoudfabriek in Turijn op en liet daarin in 2007 Eataly van start gaan. Een statement van jewelste in levensmiddelenland, met binnen een jaar bezoekers van heinde en verre.

Inmiddels zijn we negen jaar verder en telt de keten bijna dertig vestigingen wereldwijd. En dat

is bijzonder, als je bedenkt dat er geen andere keten is met dat aantal vestigingen, maar dan zo verspreid over de wereld.

Hoe verspreid? Bronnen spreken elkaar tegen. Ooit meenden wij bijvoorbeeld te kunnen publiceren dat Eataly een paar grote en een paar kleinere vestigingen in Japan had, maar de bronnen van vandaag de dag hebben het er over drie. Wellicht zijn er een paar dichtgegaan, Eataly is daarin op z'n eigen site niet duidelijk. Weer op een andere site lezen we iets van een sluiting van een Eataly-restaurant in Florence, of een overname ervan door een kok. Ook zijn er franchiseconstructies mogelijk, in New York was het enkele jaren terug een Italo-Amerikaanse familie die zich zogezegd aansloot. In Dubai is het marktpartij Azadea, enzovoort.

Wat vinden we momenteel?

* Italië, 13 vestigingen (Turijn twee, Milaan twee, Rome, Genua, Bologna, Florence, Piacenza,



Forli, Bari, Pinerolo, Monticello)

* Buitenland: (VS) New York, Chicago; (Japan) Tokio, Osaka, Yokohama; (Turkije) Istanbul; (VAE) Dubai; (Zuid-Korea) Seoul, Seongnam; (Brazilië) Sao Paulo; en sinds eind november deze in München.

Wat zit nog in de koker?

* Italië: verwachte openingen in Verona, Triëst en Catania
 * Buitenland:
 - een start in China, Rusland, Mexico, Australië en Canada: Hongkong, Mexico City, Moskou,

Sydney en Toronto – van die laatste staat de opening op de rol.

- verder nieuwe VS-winkels in Los Angeles, Moskou, Boston, Washington, Philadelphia en een tweede in New York – van deze reeks staat de opening in Los Angeles op de rol.

- Europese steden: Parijs, Londen.

Nederland wordt nog steeds niet genoemd, al heeft Farinetti wel ooit eens laten doorschemeren dat hij ons land op termijn niet uitsluit. Toen de opening van de Markthal in Rotterdam stilaan bekend werd, ging de naam Eataly al een beetje rond.

Kennelijk moeten we deze wereldomspannende vestigingspolitiek niet verwarren met logistieke ramspoed en met de manier waarop supermarktketens doorgaans uitbreiden met stappen naar aangrenzende marktgebieden. Een Eataly in Sydney hoeft zijn waren niet dagelijks te ontvangen vanuit een dc ergens in Turijn. Wat in Sydney verkocht wordt, wordt in Sydney gemaakt. Bij voorkeur in de vestiging zelf.

München is daar ook een soort bewijs van. In een artikel in het Duitse blad Handelsjournal wordt beweerd dat München een aantrekkelijke plaats is omdat je vanuit Italië ‘alleen maar van de zuidelijke Alpen naar de noordelijke Alpen’ hoeft te rijden. Maar de vele koks en keukenmedewerkers illustreren dat Eataly behalve winkel ook een fabriek is, brood wordt er gebakken, gebak met Nutella wordt er vervaardigd, agf



komt van alle kanten, mits de leverancier maar aan het kwaliteitsmanifest van Eataly voldoet. En een kijkje op de klantensite van Eataly in Sao Paulo laat gerechten zien die lang niet allemaal Italiaans ogen, eerder een mix van Italiaans en de Zuid-Amerikaanse keuken. En reken maar dat de Eataly in Dubai niet al te veel werft met bijzondere varkensrassen.

Opmerkelijk ook, als we denken aan V&D, markthallen en andere kansen en bedreigingen in het hart van grote steden, is dat Eataly voor deze vestiging in München samenwerkt met Signa Retail. Dat is het vastgoedbedrijf van de Oostenrijkse magnaat René Benko, die enkele jaren geleden in Duitsland naam maakte door Kaufhof en Karstadt over te nemen, en daarbij 'en passant' het Berlijnse prestigewarenhuis KaDeWe mee in de schoot geworpen kreeg. Signa Retail is daarmee steeds meer een marktpartij aan het worden die onderneemt op

plaatsen waar menig een liever ver vandaan blijft; grote locaties midden in grote steden, eventueel worstelende of failliete warenhuizen.

En wat zien we verder hier? Het is alsof Eataly in de uitbouw van zijn wereldomspannende imperium steeds minder principieel wordt en steeds commerciëler.

Er is een Nutella-verkooppunt, met gebak en banket met Nutella als ingrediënt, met zit- en eetgelegenheden. Een afdeling met keukengerei – maar dan wel 'design'. We zien een afdeling voor fietsenmerk Bianchi. Dat doet zelfs denken aan de warenhuizen en bijvoorbeeld aan het vroegere Miro in ons land. Fietsen hebben niks maar dan ook niks met de Eataly-boodschap te maken, van eten als culinair erfgoed. Maar de draai die dan gemaakt zal zijn, is dat fietsen ook goed is voor je. We noemen Eataly 'wereldomspannend', maar dat wil nog niet zeggen dat de formule daarmee een financiële grootheid aan het worden is. De jaaromzet over 2014 wordt volgens een internetbron geschat op € 400 miljoen. We weten niet of dat 'filialen en groothandelsomzet' is, los van de consumentenomzet van gelieerde bedrijven die bijvoorbeeld in Dubai een Eataly franchisen.

Toch maar even die 800 km doen voor de diehards onder ons? Denk aan uw ecologische voetafdruk, boodschappen doen wordt zo wel een zeer milieubelastende aangelegenheid. ■