

In de reeks formules in Londen, met beelden van Erik Hemmes, deze maand: Planet Organic.

Door: Gé Lommen Foto's: Erik Hemmes



Dit is een blikvanger in de winkel; een wand van mos. Planet Organic noemt het z'n 'verticale tuin'. Nou is dat wel een tuin met alleen maar mos. Deze wand heeft geen onderhoud nodig, het mos kan zonder water en leeft van ja, van wat, eigenlijk? Van de dampen die uit de horecakeuken opstijgen misschien.

FOOD RETAIL IN LONDEN

Planet Organic

In de reeks impressies van winkelformules uit Londen, met beelden en commentaar van Erik Hemmes\Trade Marketing Services: Planet Organic. Hemmes was in een van de vestigingen, die alle in Londen liggen. Daarmee heeft hij dan al een zevende van de formule gezien, want Planet Organic mag dan wel bekend zijn in stad en land, het omvat maar zeven vestigingen. Planet Organic bestaat sinds 1995 en is opgericht door Renée Elliott. Wie dan meteen denkt 'o ja, die winkel ken ik!', moet eerst nagaan of hij niet

met iets anders in de war is, want de formule-naam stamt uit de tijd dat alles en iedereen het woord 'planet' wilde gebruiken in een merknaam. Zo dachten wij meteen aan Bio-planet, de biologische formule van Colruyt, die ooit zelfs in ons land een vestiging heeft gehad, in Eindhoven ('organic' is Engels voor 'biologisch'). Een rondje googelen leert dat ook in Canada een Planet Organic bestaat, met acht vestigingen. Dan heb je nog Planet Organic in Nederland zelf, maar dan als merknaam van artikelen. Op sites als 'unlimitedhealth.nl', 'superfoodmarkt.nl', 'super-

foodshuis.nl', 'foodie.nl' en 'raw-living.nl' kunnen consumenten biologische artikelen bestellen met de naam Planet Organic. En die zijn dan ook afkomstig van de biologische winkelformule in Londen. Zodoende heeft het assortiment van Planet Organic dus distributie in ons land, maar gezien de onbekendheid en het veelvoud van zulke sites in Nederland, kunnen we vermoeden dat het allemaal een vrij marginaal bestaan leidt. Er is ook nog een Australische site met de naam Planet Organic, ook een verkoopsite voor biologische artikelen, maar die verkoopt dan weer geen



Je zou bij deze winkel een mooi opgemaakte agf-afdeling verwachten, maar nee. De koeling laat echter wel zien dat de formule niet alleen maar dkw biedt, zeggen we dan maar. Hemmes: "De communicatie is wel goed: elk consumptiemoment is verticaal gepresenteerd, helder aangegeven met tekst erboven. Elke plank is verlicht, het is straks en overzichtelijk. Typisch Engels: de koeling niet doortrekken tot op de vloer, wat wij wél doen. De grondbakken met bijbehorende producten compenseren dat hier. Die twee meter agf is inderdaad niet veel, maar bij de horeca-afdeling kun je ook kant-en-klare groenten en salades krijgen om mee te nemen."



De pui van een Planet Organic en de entree: deze vestiging omvat twee etages. Beneden het levensmiddelengedeelte (vers en dkw) en het horeca-aanbod met keukens, boven een cosmetica-afdeling en een (horeca)zitgelegenheid. Hemmes: "Bijzonder is de complete doorkijk door de winkel, via de pui. Geen schreeuwelijke acties, behalve één rood-witte boodschap. Buiten de winkel staan nog tafeltjes en stoeltjes. Wellicht attendeert Planet Organic daarmee dat je binnen kunt zitten om te eten en drinken."



artikelen van het Planet Organic waar wij het hier over hebben.

Nog meer kans op verwarring: er is een 'Organic Planet Amsterdam', een beurs die begin volgend jaar in de beurs van Amsterdam gehouden wordt, consumenten- en vakbeurs tegelijk. En dan laten we de vele merknamen met het woord 'planet' even voor wat het is, die schoten destijds, jaren negentig, als paddenstoelen uit de grond en het waren vooral initiatieven met internet; bijvoorbeeld de vroegere providers van KPN, 'planetinternet.nl' en 'kpnplanet.nl'.

Goed, 1995, Renée Elliott, zeiden we. Elliott is Amerikaanse. In haar studententijd, eind jaren

Het dkw-gedeelte is ruim opgezet, met korte schappen en veel bewegings- en routevrijheid voor de bezoeker. Hemmes: "Ook hier: alles zeer informatief."

tachtig, reisde ze met haar zus door Europa en bleef in Londen wat langer plakken, omdat ze op iemand uit die stad verliefd werd. Ze ging uiteindelijk terug naar de VS, verder studeren en zo, maar na een jaar keerde ze terug naar Londen, want die verliefdheid ging maar niet over – elk blad in Engeland dat een keer over Renée Elliott heeft geschreven, heeft dat inmiddels verteld. Maar wat ga je dan in Londen doen? Elliott ging eerst de wijnhandel in, maar ging daarna weer naar de VS, om er in New York te studeren. Daarna keerde ze weer terug en begon met iets wat in de VS allang aan het opkomen was, maar in Engeland niet of nauwelijks: een biologische levensmiddelenzaak. Ze was erop gekomen doordat ze vaak 's middags in een vestiging van 'Bread & Circus' lunchte. In de VS had je natuurlijk Whole Foods, Wild Oats en al die andere – toen nog kleine – ketens met biologisch eten en drinken en met ecologisch non-food. Zo ook Bread & Circus, dat inmiddels allang in Whole Foods is opgegaan.





Planet Organic legt ongelooflijk veel uit. Bijvoorbeeld bij deze producten: dat je deze granen vanaf de avond van tevoren laat wellen in 'nut milk' om de ochtend erop je ontbijtpap klaar te hebben. Of dat het contact met jou als klant zoekt via internet en sociale media (Twitter, Facebook, Instagram). Of dat biologisch eten 'significant minder zware metalen en gifstofresiduen' bevat. Dat laatste is trouwens nogal een claim, het ligt er maar aan wat je onder 'significant' verstaat.

In Engeland echter waren Sainsbury, Tesco en de rest zozeer heer en meester dat er geen biologische keten naast bestond. En daar begon Elliott dus maar mee – bedenk wel: Whole Foods had zich toen nog niet in Londen gevestigd. Elliott had uiteraard het tij mee. Sindsdien is de aandacht voor de kwaliteit van het eten en de wijze waarop dat geproduceerd en samengesteld is, enorm toegenomen, niet alleen in ons land. En dat ene mediamoment deed toen ook veel: prins Charles bezocht eind jaren negentig een



Ook hier is het zoals Hemmes zegt: informatief – een voedingswijzer op z'n Planet Organics: gekleurde stippen op het schap geven aan of een artikel 'geen zuivel bevat', 'geen tarwe', veganistisch of vegetarisch is of biologisch of meer van deze kenmerken bij elkaar. Hemmes: "Helder, maar je moet je wel concentreren, hoor, wat wil je allemaal weten? Van de andere kant, de reguliere Planet Organic-klant is ongetwijfeld een bewuste klant, kritisch op voeding, en dus op zoek naar informatie."



Kies maar, zegt Planet Organic: koek, puddingbroodjes en croissants, maar 'not the way your grandma made them'. Planet Organic is niet de partij van 'terug naar zoals het vroeger was': veganistisch, glutenvrij en biologisch. En soms toch ook 'plain', dus regulier. Hemmes: "De artikelen liggen hier open en bloot voor het grijpen. Heel uitnodigend, wij doen daar doorgaans moeilijk over vanwege de hygiënerisico's."

keer die eerste Planet Organic-winkel en kreeg een rondleiding van de oprichtster. De rondleiding duurde drie kwartier, uitzonderlijk voor een niet al te grote winkel, bovendien laat bezoek van koninklijken huize zich niet zomaar voor een commercieel karretje spannen door middel van een reclameboodschap van drie kwartier en al zeker deze prins Charles niet. Maar toch: Elliott bood hem zelfs aan om 'dit potje bijzondere olijven eens te proberen' en Charles nam het mee. Maar niet zonder te betalen. De media waren erbij – meer gratis promotie kun je als formule niet krijgen. Die Charles was verder natuurlijk bepaald geen ongeïnteresseerde, hij profileerde zich in die tijd ten eerste als fel tegenstander van genetisch veranderde voeding en ten tweede als kweker van gewassen, die verkocht worden onder de merknaam Duchy Originals (te koop bij Waitrose).

De eerste biologische keten, dat zal dan wel fors gegroeid zijn, zou je denken, zo'n beetje in de trant van Ekoplaza in ons land – maar nee, van 1995 tot 2016 van 1 naar 7 vestigingen, dat klinkt pover. Daarnaast: de jaaromzet is ongeveer 15 miljoen Britse ponden (ongeveer € 19,2 miljoen, een getal met het nodige voorbehoud, sinds dat Britse pond op en neer huppelt door die brexitkwesitie). Een beetje rekenwerk leert dat een Planet Organic-vestiging dan een gemiddelde weekomzet heeft van pakweg € 53.000. Denk daarbij even aan de huurprijzen in de Londense metropool en aan de groeiende bio-assortimenten van Tesco, Sainsbury etc. en dan hou je je hart vast. Daar staat tegenover dat Planet Organic niet te lijden schijnt te hebben onder de opkomst van discounters Aldi en Lidl. Tesco, Sainsbury etc. merken dat nu al enkele jaren, maar de Planet Organic-klant blijkt niet zomaar in tijden van



Horeca omvat onder meer: salades, quiches, frittatta's, soepen... Die salades en de 'signature bowls' staan hier bol van de superfoodachtige ingrediënten als chiazaad, tarwegras, quinoa, bietwortel, manukahoning, bijenpollen etc. Vlees? Nee. Falafel en humus nemen die rol over hier. Het drankenaanbod? Onderverdeeld in koffie en thee, groene sappen (spinazie, kool, broccoli, komkommer etc. bijna allemaal met citroen) en smoothies (bessen en ander fruit, groenten en zaden). Hemmes: "Het horeca-aanbod, de keuken beneden en de zitruimte boven, neemt ongeveer 30 tot 35% van de winkelruimte in. Uitzonderlijk veel voor zo'n winkel!"



crisis en schaarste zijn formules voor Aldi en Lidl af te wisselen. Het is dan ook een keten in de hoofdstad, waar meer formulediversiteit kansrijk is en waar je met hogere prijzen makkelijker kunt overleven dan op het platteland. Zoals Marqt ook in ons land een stadse formule is.

Ondanks die luttelzeven vestigingen, is Planet Organic nog steeds de grootste biologische levensmiddelenketen in het Verenigd Koninkrijk. Het assortiment van Planet Organic? Ach, dat kunnen we wel dromen, biologisch, dus onbespoten en zo, duurzaam gevangen vis of gekweekt, glutenvrij waar nodig, zoveel mogelijk volkoren of 'bruin' (brood, rijst, pasta etc.), zonder toegevoegde kleur-, geur- en smaakstoffen, brood zonder broodverbeteraar etc., etc. en verder nog een hele rits ecologische cosmetica. Spelt, chiazaad, miso, groentekiem etc., etc. doen de rest. Bijzonder aan de formule zijn de 'keukenprincipes', die op de site zelf vermeld staan. Planet Organic is daar niet zo uitleggerig als in de winkel, maar die keukenprincipes laten wel zien hoe Planet Organic over z'n aanbod nadenkt. Bijvoorbeeld: 'altijd groente met schil'. Waarom zou je de schil eraf halen, denk je dan, maar inderdaad, bietjes en worteltjes zijn in Nederlandse supermarkten ook in geschrapte en geschilde vorm te koop. Dat doen we dus niet, zegt Elliott, want de schil bevat nou net de vezels van een groentesoort en direct onder die schil zitten de meeste vitaminen en mineralen.

Vandaag de dag is het niet meer Elliott die het bedrijf draaiende houdt. Zij is nog steeds het gezicht van de winkelketen, deze 'vrouwelijke eigenaar van een winkelketen' blijft uiteraard geregeld de media-aandacht trekken, maar sinds 2008 zijn drie investeerders toegetreten, bekende namen in het Britse zakenleven, met een achtergrond in de modedetailhandel en met Marks & Spencer op het cv, en sinds die tijd heeft ene Peter Marsh de dagelijkse leiding. ■

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



Bovenin: aan de ene kant van de trap de zithoek, aan de andere kant het cosmetica-aanbod. Hemmes: "Ook hier is het gewoon toegestaan om langer te zitten en bijvoorbeeld op je laptop te werken of een tijd met je smartphone te prutsen. Dit is een nieuwe stijl horecavorm, leven en werken door elkaar. In de VS bijvoorbeeld zouden ze je zó de tent uitjagen; ruimte maken voor de volgende klant. Maar hier brengt die mogelijkheid om er langer te zitten juist meer sfeer."