

## FOOD IN FRANKRIJK:

# Auchan City

Erik Hemmes van Erik Hemmes\Trade Marketing Services bekijkt supermarkten in Europa.  
**Deze maand:** Auchan City in Frankrijk.

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

Impressies van buitenlandse formules, met medewerking van Erik Hemmes van zijn 'gelijknamige' Trade Marketing Services. Hemmes kwam tot nu toe met reeksen reportages vanuit Engeland, Ierland, Italië, Denemarken, Noorwegen en Zweden. Ditmaal kwam hij terug met Auchan City. Die is er sinds april van dit jaar. In Noord-Frankrijk, waar de wortels van Auchan liggen. Het hoofdkantoor van Auchan ligt in Croix, vlakbij Lille. Auchan startte in Roubaix. Vlakbij Lille. En deze Auchan City vond Erik Hemmes in het stadswinkelcentrum van Tourcoing. Jawel: vlakbij Lille. Is Auchan zo regiogericht dan? Nee, niet bepaald. Auchan heeft niet alleen super- en hypermarkten in Frankrijk, maar ook in Spanje (waar ze niet Auchan heten, maar Alcampo, Spaans voor 'op het veld'), Italië, Polen, Hongarije, Roemenië, Oekraïne, Rusland en in Luxemburg, met één

Auchanneke... En in Portugal heeft Auchan in een soort joint venture de grote formule Jumbo (dat wordt nog vervelend als Auchan en het Nederlandse Jumbo elkaar geografisch tegenkomen...). En Auchan kijkt ook verder dan Europa, het heeft hypermarkten in China, Taiwan, Algerije en Marokko.

We hebben dus te maken met een joekel van een retailorganisatie? Ja. Ruim € 42 miljard jaaromzet. Het klinkt altijd weer even indrukwekkend, intimiderend zelfs, terwijl je niet eens weet of het wel echt goed gaat met al die grote winkels in al die landen. Want kijk maar wat er in de afgelopen tien jaar met andere uitbreidingen gebeurde. Auchan had hypermarkten in de VS, Argentinië, Mexico, Thailand en Dubai. Maar het liep niet. De Auchans in Chicago en omstreken en Houston en omstreken kwamen uiteindelijk in handen van Amerikanen zoals Dominick's. De Auchans in Argentinië kwamen in handen van Walmart, die in Thailand van 'landgenoot' Casino (dat had toen geld over van Laurus, wellicht), die in Mexico van een Comercial Mexicana. In Dubai is Auchan gewoon gaan sluiten. In Marokko bracht Auchan zijn belang in een joint venture naar 49% na een conflict met de retailpartner daar. Is Auchan daarmee op de weg terug? Dat

moeten we niet te snel zeggen van een bedrijf dat in China nog steeds uitbreidt, niet?

Auchan is bovendien lang geen bedrijf met één formule. In de vele landen heten de hypermarkten meestal Auchan, maar lang niet altijd, in sommige landen heten ook de supermarkten Auchan, maar lang niet altijd. In Frankrijk bijvoorbeeld werkt het bedrijf met: Little Extra, Fredi (discounter), Atac, Easy Marché en 'Simply Market'. In Portugal met Jumbo en Pao de Açucar (niet te verwarren met Pao de Açucar in Brazilië, dat in handen is van Casino). In Italië bijvoorbeeld met SMA, Punta SMA, Simply SMA en La Bottega. We besparen u de verdere details.

'Auchan' is een fonetische verschrijving van 'hauts champs', hoge velden, een wijk in de Noord-Franse stad Roubaix. Het werd in 1961 geopend door Gérard Mulliez, in een gebouw dat voorheen de textiel fabriek van zijn vader was geweest. Het was voor die dagen best ruim, 600 m<sup>2</sup> vvo ongeveer, maar dat was nog niks, vergeleken met de vierkante meters die een Auchan door de jaren heen gemiddeld ging innemen. Trouwens, de formule heette eerst 'Ochan', maar dat vond Mulliez er naderhand 'te Japans' uitzien. Van die tijd stamt ook het huidige logo af, met de rode hoofdletter A en het roodborstje erbij. Een paar jaar later,



'Auchan City, votre hyper de proximité au coeur de ville': uw buurthypermarkt in het hart van de stad'... Dat woord 'buurthypermarkt', daar moeten wij nog even op kauwen. Een nieuw supermarktsegment! Nu nog wachten op het buurtweidewinkeltje van 200 m<sup>2</sup> dat zich convenience voor veraf noemt. Dit is geen branchevervaging meer, maar branchevervreemding. Nou ja, zoiets als 'buurthypermarkt' wekt de spotlust op, maar dat neemt niet weg dat een grote winkel midden in een stad kans van slagen heeft als het waar is wat marktonderzoekers zeggen en Fransen er steeds minder zin in hebben om buiten de stad boodschappen te doen. Absolute voorwaarde voor deze Auchan City: voldoende parkeerplaatsen tegen een tarief van niks. En wat noemt Auchan bij die 'hyper de proximité' als voordeel? Minder duur stadsleven, meer keuze, meer versheid, meer 'wauw'-voordeel, dichterbij de buurt, meer duurzame inspanningen. Deze 'buurthypermarkt' is dus wat kleiner... maar ja, nog altijd 4.000 m<sup>2</sup> vvo, we bedoelen maar. Wat is er dan zo anders dan een doorsnee-hyper? Het stuk non-food is er eigenlijk af: speelgoed, kleding, tuinartikelen, elektronica etc. Hemmes: "Tel bij een gemiddelde Franse hypermarkt op 4.000 m<sup>2</sup> food en 6.000 m<sup>2</sup> non-food, met de omzetverhouding vaak precies andersom. Bij deze Auchan is die 6.000 m<sup>2</sup> non-food eraf gehaald."



*Donkerblauw, gifgroen en oranje zijn de formulekleuren van Auchan City. De combi groen en blauw doet ons aan Jan Linders denken, alleen pakt Auchan enorm uit met dat gifgroen. Moet je van houden, zullen we maar zeggen.*

*Vooraf bij de agf-afdeling knalt het gifgroen eruit. Kleurt wel goed bij die exoten hier. De dame met de winkelwagen heeft eerst wat anders gekocht in het winkelcentrum waar de Auchan City in gevestigd is en dan... Hemmes: "Ja, dat zie je wel vaker in Franse hypermarkten, dan moet zij die andere producten eerst apart sealen voor ze de Auchan in mag."*

in 1967, opende Mulliez een grote winkel, zo'n 3.500 m<sup>2</sup> vvo, een hypermarkt, in Roncq, en dat was de start van het Auchan zoals de Franse sector die nu kent. Mulliez heeft naderhand wel eens beweerd dat hij de geestesvader is van de hypermarkt van vandaag, met voor de helft eten en drinken en de andere helft non-food, maar dat zullen de mensen van Carrefour hoe dan ook bestrijden, want de eerste Carrefour-hypermarkt was er toen al. Het bedrijf heeft geen beursnotering: 87,5% van

Groupe Auchan is in handen van de familie Mulliez, de andere 12,5% is in handen van werknemers van Groupe Auchan. Met die 87,5% is de familie Mulliez bepaald geen arm volk. Franse zakenbladen twisten over wie er het rijkste is, maar de familie Mulliez wordt vaak genoemd. Die familie heeft ook – niet zo vreemd na al die jaren – belangen in allerlei andere detailhandelsbedrijven, zoals sporthypermarkt Decathlon en verschillende modeketens. Oprichter Gérard Mulliez is bij Auchan lang aan het roer geweest,

tot een jaar geleden. De bestuursvoorzitter van vandaag is Vianney Mulliez, die zich lange tijd kon inwerken in vastgoedochter Immochan.

In Frankrijk is Auchan de nummer vijf van de markt: na Carrefour (22% marktaandeel), Leclerc (14,5%), Casino (11%), Intermarché (10%) en dan komt Auchan met een geschat marktaandeel van 9%. Dat waren de cijfers waar wij het mee deden. Maar daar moeten we maar van terugkomen. Carrefour maakte begin deze maand dit bekend: Leclerc 17,6% en marktleider, tweede: Intermarché, 12,4%. En Carrefour, gezakt naar de derde plaats: 11,2%. Hoe dan ook, daarmee blijft Auchan de nummer vijf.

Gezien de Franse branche-omzet van € 205 miljard (dat is mét de omzet in fietsen, tuinstoelen, kleren, tv's, computertoebehoren etc., die je in Franse hypermarkten allemaal vindt) zou Auchan in Frankrijk een jaaromzet maken van € 18,5 miljard, verdeeld over ongeveer 123 Auchan-hypermarkten, 7 'Halles d'Auchan'-hypermarkten



*Het grote versplein noemt Auchan 'le marché'. Zelfde als wat Carrefour doet in zijn nieuwe, grote hypermarktvariant Carrefour Planet (zie FoodPersonality afgelopen mei). Ook de agf-afdeling krijgt de bijnaam 'le marché'.*



*Iedereen wil wel eens z'n slogan veranderen, dat is bij Auchan niet anders. Vanaf 1988: 'Het Auchan-leven, u heeft de keus' 'Het Auchan-leven, alles voor het leven' 'Het leven, maar dan het echte' 'Het Auchan-leven verandert het leven' 'Laten we beter leven, minder duur' Altijd met de twee begrippen 'minder of niet duur' en 'leven'. Daar was Auchan net vanaf, uitgerekend in dit jaar, met de nieuwe slogan 'Morgen is nu, bij Auchan'.*

*Maar voor de nieuwe formulevariant Auchan City is er meteen naar teruggegrepen: 'Voor een leven in de stad dat minder duur is'.*



*Een heel team tot uw dienst!, staat er op elke Auchan-rug! Fraai staaltje verbloeiing met Franse élégance, want al die teamleden hebben ook wel wat anders te doen dan die ene klant van dienst te zijn. Je kunt aan de gezichtsuitdrukking van deze dame zien dat Erik Hemmes haar niet van tevoren heeft gevraagd om haar rug te fotograferen. Pas op, een 'DSK' met fototoestel!*



Fransen en hun regioproducten, daar lopen wij in Nederland nog wel wat bij achter (of het waait bij ons over - maar ja, Fransen hebben ook een groter land en een gevarieerdere keuken). Bij Auchan City staan de regionale dranken prominent op de kop. Carrefour, Casino, Leclerc etc. bieden zo vaak regionale producten aan dat het niet eens meer onderscheidend is, alleen sympathiek omdat kleinschaliger aanbieders er wel bij kunnen varen.



Mooie wijnpresentatie hier. Ertegenover staat de wijn gewoon in schappen zoals meestal in Nederlandse supers, maar Auchan City presenteert heel véél wijn in die afzonderlijke vakken. En niet alleen de duurdere, ook de bekende kromme J.P. Chenetjes van € 2,60.



Kaas, vleeswaren, deli en vlees, alle vier hier in deze afdeling bij elkaar.

(pardon?), 4 Fredi-discounters, 7 Eurobounta's, 91 Atac-supermarkten, 6 Easy Marché-supermarkten en 285 Simply Market-supermarkten, althans, volgens retailadviesbedrijf Kantar (dat een 'international grocery rapport' uit geeft). Kantar meldt ook een andere concernomzet, € 46 miljard, terwijl Groupe Auchan zelf € 42 miljard meldt. Ook over het aantal hypermarkten in Frankrijk vinden we verschillende aantallen, Kantar meldt er 123 in 2010, Groupe Auchan meldt er 116, in 2010. Nou, hier willen we vanaf zijn... En nou even terug naar 'Auchan City', in Tourcoing. De hypermarkt heeft het moeilijk, klinkt het alom in de internationale detailhandelsbladen. Nou zit er in dat soort waarnemingen altijd wel wat kretologie. De buurtwinkel is jaren geleden al uitgestorven, de discounter is jaren geleden al uitgestorven, het warenhuis is momenteel aan het uitsterven... dat moeten we altijd met de nodige korrels zout nemen, dus het uitsterven van de hypermarkt ook. Maar zelfs dan: de Franse huishoudens zouden niet meer elke zaterdag massaal uren in die grote verkoophallen willen rondlopen. En geef ze eens ongelijk. Franse retailers zijn ook bezig hun winkels te vermeerderen, maar dan in kleinere vormen. Niet



De opbouw en de presentatie van de agf-afdeling is rechttoe, rechtaan. Uitzondering daarop vormen de verse kruiden in mandjes. Wel sfeervol, maar wij stellen ons zo voor dat Auchan hiervan elke avond veel weg kan gooien. En de peren zijn netjes gepresenteerd, alsof je bij Whole Foods Market bent.

meer de zoveelste hypermarkt aan de rand van een stadje, maar eerder een kleinere winkel en dan in het stadje. Carrefour, groot geworden met hypermarkten, is bezig de hypermarktformule opnieuw uit te vinden. Met Carrefour Planet. Maar het trekt ook de binnensteden in, met Carrefour Market. Het patroon van het Franse stadje met alleen een bakker, slager en groentewinkel en alle moderne detailhandel in de perifere 'zones commerciales', dat is aan het veranderen. Auchan, ook groot geworden door grote winkels, gaat mee in die verkleining. Met deze kleine hyper van 4.000 m<sup>2</sup> vvo. ■



Carrefour, Casino, Leclerc e.a. kennen ook allang zelfscanning. Hier het systeem dat wij van AH kennen. Alleen, Auchan heeft er een eigen naam bij bedacht: 'rapid'Auchan City'. Vinden we op de een of andere manier ook wel iets voor AH. Achteraf zelfs verbazingwekkend, dat de 'blauwe brënd boys' daar niet meteen iets als 'de AH-snelboodschapper' van hebben gemaakt.



Auchan hoeft niet zozeer te snijden in de personeelskosten dat het zich geen visverwerker meer kan veroorloven. Liever laat het de visverwerker in deze vis snijden. En aan de andere kant ligt de stokvis te drogen. Zie je in Nederland maar zelden.



'Pain d'épices toast aux abricots et noisettes – special foie gras'. Nou, het gaat om een kruidkoek/ontbijtkoek, maar dan... Erik, heb je die ook gekocht? En dat heeft hij. Hemmes: "Er staat op: deze kruidkoek is er voor 'vos toasts apéritifs ou vos entrées, tout spécialement pour vos foies gras mais également vos fromages (roqueforts, gorgonzola) ainsi que vos charcuterie.' Wij hadden de variant vijgen." Heren en dames inkopers, even naar Auchan voor het kerstassortiment van straks!



Auchan City heeft een automatisch wisselsysteem voor contante betalingen. Deze Auchan is daar niet de eerste mee. De Edeka van ondernemersfamilie Zurheide in Düsseldorf (zie blz. 14 van deze FoodPersonality) heeft het ook. Simpel: de consument moet € 34,25 betalen, de consument stopt het papiergeld (briefje van 20, briefje van 10) rechts in de sleuf en doet het muntgeld links (zeg 3 munten van 2 euro) en linksonder in het bakje 'spuugt' het apparaat voor € 1,75 aan munten uit.

## AMMERLAAN

Anneke Ammerlaan, trendonderzoekster voor voeding en consumentenwensen, beoordeelt de branche op het evenwicht tussen goede smaak en commercie.  
E-mail: [info@ammerlaanfood.nl](mailto:info@ammerlaanfood.nl)



## Noma als vertrekpunt

Noma, in Kopenhagen, uitgeroepen tot het 'beste restaurant', kookt volgens het principe van 'new nordic cuisine'. Daar heb ik al eens over geschreven, maar hier lijkt echt iets bijzonders te ontstaan.

Het motto van Noma? 'Het lekkerste haal je van dichtbij'. Bij Noma voeren ze dat tot in het extreme door. Zoveel mogelijk ingrediënten komen uit de natuur of van de landbouw uit de omgeving van Kopenhagen.

Minder bekend, maar zeker zo bijzonder, is dat de 'new nordic cuisine' op het 'new nordic diet' is gebaseerd (dat hier niet 'dieet', maar 'eetpatroon' betekent). Simpel, puur, vers, eerlijk, authentiek, lokaal en seizoensmatig zijn de trefwoorden voor deze leefwijze. Leefwijze, ja, want laat er geen misverstand over bestaan, dat 'nordic diet' is in die zin duurzaam eten. Je zou het slow food uit het noorden kunnen noemen.

De basis hiervoor is het 'Manifesto for the new nordic kitchen', opgesteld in 2004 door onder andere Claus Meyer, samen met chef-kok René Redzepi eigenaar van Noma. Tien eenvoudige – en soms ook best moeilijk naleefbare – regels. Puur, eenvoudig, et cetera, maar ook: met respect voor gewassen en voor vee. Gebruikmakend van producten die juist in de omliggende regio qua smaak goed hun recht komen. Combineren met keukens uit andere landen, maar slechts tot op zekere hoogte.

Het doel: de schepping van een karakteristieke Scandinavische keuken, die harmonieert met andere principes, zoals voedselkilometers, en prefab junkvoer bestrijden en een florerende primaire sector. Zoals de mediterrane keuken naadloos bij Slow Food – van origine een Italiaanse beweging – aansluit, zo passen het manifest van Meyer e.a. en de noordelijke keuken bij elkaar.

En: volgens sommige onderzoeken zou deze keuken gezonder en duurzamer zijn dan de mediterrane. De Deense regering is begonnen met financiële steun. Daarnaast heeft het 'Nordic Council of Ministers', een samenwerkingsverband van de Scandinavische landen, dit 'nordic diet' omarmd. Die keuken uit het noorden hoeft geen keurslijf te zijn, en hopelijk wordt het ook geen kortdurende hype, daar is het te waardevol voor. Het heeft tot nu toe de kenmerken van een beweging. Ook omdat het collectieve doelen en wensen van een samenleving omvat.

'New nordic' zou in Nederland omgezet kunnen worden in 'new Dutch'. Veel typisch Deense producten hebben een Nederlandse tegenvoeter. In dat geval kunnen we voorzien welke producten populairder kunnen worden: roggebrood, vollegrondsgroenten, bessen, gans. En welke gerechten: stamppotten, risotto van spelt. En welke smaakmakers: vlierbloese, bieslook, ui en lievevrouwebedstro. Producten die op de wensen aansluiten die we nu al in de gezondheidsdiscussies zien; meer vezels en eiwitten, minder koolhydraten.

Nee, dat kan geen hype zijn, lijkt me.

Wie meer over dat manifest wil weten, kijkt even op mijn site: [annekeammerlaan.nl](http://annekeammerlaan.nl).