

Een nieuwe reeks,
met beelden van
Erik Hemmes:
formules uit Dubai.
We starten met de
levensmiddelenafdeling
van prestigewarenhuis
Lafayette.

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



SUPERMARKTEN IN DUBAI

Lafayette

Afgelopen juni sloten we de reeks Zwitserse formules aan de hand van beelden van Erik Hemmes (van Erik Hemmes\Trade Marketing Services) af. Deze maand beginnen we met een nieuwe reeks, een korte: een paar bijzondere formules in Dubai. Hemmes was in dat emiraat, enkele weken geleden. Dubai is zelf geen staat, de officiële staat is VAE, Verenigde Arabische Emiraten, en Dubai is er een van. Van die zeven is naast Dubai ook Abu Dhabi nog een bekende naam. Het emiraat Dubai, waarvan de hoofdstad ook Dubai heet, is een land waar we niet al te veel detailhandels- of supermarktgegevens van nodig hebben, omdat het gewoonweg niet te vergelijken valt met de Nederlandse supermarktsector. Dat komt zowel door kenmerken van het land als van de supermarkten en andere detailhandel daar.

Allereerst: er wonen 2,2 miljoen mensen. Bijna iedereen woont in de hoofdstad met dezelfde naam. De samenstelling is vreemd: ongeveer één op de vier is vrouw. Maar dat is weer niet zo vreemd als we bedenken dat van die 2,2 miljoen nog geen 20% de autochtone bevolking vormt. De helft van de inwoners komt uit India, 13% is Pakistaans, 7,5% komt uit Bangla Desh, 2,5% van de Filipijnen enz., allemaal tijdelijke arbeidskrachten die weliswaar jarenlang daar werken maar geen status hebben zoals de oorspronkelijke bewoners van Dubai. Dan zijn er verder nog tienduizenden expats uit westerse landen. De vele expats maar zeker de Aziatische arbeidskrachten zorgen ervoor dat er veel meer mannen dan vrouwen zijn. Zoals dat met andere oliestaten is, is ook Dubai rijk. Het is bekend van de prestigie-objecten

zoals het opgespoten palmeiland in de oceaan, de wolkenkrabber Burj Khalifa, het iconische hotel Burj Al Arab, in de vorm van een zeilschip met een enorm hoog zeil, en het heeft ook 's werelds grootste winkelcentrum, Dubai Mall, goed voor 1.200 winkels. Dubai heeft er jaren geleden ook veel geïnvesteerd om 'hub' te worden voor personen-vliegverkeer. En dat is gelukt, Dubai International Airport (thuisluchthaven voor de grote vliegmaatschappij Emirates), is inmiddels de nummer drie op de ranglijst van de vliegvelden met de meeste passagiers per jaar (na Atlanta en Beijing). Door de aanwezigheid van vele goedkope arbeidskrachten, de wens van het emiraat om de luxe van een westerse leefstijl te kopiëren en zelfs voorbij te streven en de rol van Dubai als tijdelijke verblijfplaats voor miljoenen passagiers is de detailhandel



Het warenhuis Galeries Lafayette omvat zo'n 20.000 m², verdeeld over drie etages. De foodafdeling heet Lafayette Gourmet. Dat staat vooral bekend als horeca-afdeling, maar Lafayette biedt ook volop eten en drinken om mee naar huis te nemen, ook dkw-artikelen.



Lafayette Gourmet vecht niet voor omzet per vierkante meter door alles vol te bouwen. Dat kan ook niet als je ook een restaurantfunctie vervult. Er zijn acht units waar medewerkers eten ter plekke bereiden. Het eerste is 'Tapeo', de afdeling voor tapas, paella en andere Spaanse gerechten en hapjes. Op de andere foto zien we de unit 'Lafayette salad bar', met Indiase koks.



En hier de slagerij/vleesafdeling. Met ook bediening en uitgebreide uitleg over de vleessoorten.

En hier liggen de oesters klaar. We zijn nu ver weg van de Action... Hemmes: "Het zijn niet zomaar oesters, het zijn verschillende varianten. Ernaast biedt Lafayette in een aquarium kreeften aan."



De 'kaasmarkt' van Lafayette Gourmet. Opvallend: een stenen wand, in de vorm van een halve cirkel, met in het midden een koelruimte met de kaasvoorraad. Die ruimte is trouwens weer een rommeltje zoals je het elders in deze formule niet tegenkomt. Hemmes: "Dat is zo, maar van de andere kant, Lafayette laat met die glazen deur erbij de klant meekijken waar het personeel naartoe gaat en hoe het daar z'n werk uitvoert. Toch heel anders dan onze kaasafdelingen met dummykazen."



En hier ligt de agf, mooi gepresenteerd in witte mandjes. Hemmes: "De appels bleken per stuk te koop. Het zijn uiteraard hier niet de prijzen voor appels zoals bij ons. Allemaal mooi aangeprezen op een krijtbordje."

van Dubai onvergelykbaar met wat dan ook. En dat geldt ook voor de levensmiddelensector. Op internet schieten allerlei cijfers voorbij, maar 'retail', 'food retail' en 'grocery' lopen in die informatiestromen allemaal door elkaar heen, waardoor het onduidelijk blijft, maar het bedrag rond de € 8 miljard van geheel Verenigde Arabische Emiraten lijkt redelijk aannemelijk. Alleen, er is een onderverdeling tussen supermarkt, hypermarkt en discounter enerzijds en anderzijds de markten en pappa-en-mammawinkels waar uiteraard de veel armere gastarbeiders hun inkopen doen en die omzetregistratie is minder. De eerste drie zijn goed voor ongeveer 83% van de markt, maar het andere berust meer op aannames en schattingen.

Welke partijen doen er mee in Dubai? Dat is weer een heel ander hoofdstuk, want – het eerste voorbeeld zien we hier, Lafayette – tal van westerse detailhandels- en supermarktbedrijven hebben hier een of meer vestigingen. Hét voorbeeld: Carrefour, dat in de emiraten een joint venture heeft met het lokale Majid Al Futtaim (en dat is de marktleider, met 20% marktaandeel in VAE). En je hebt nog flink wat winkels in handen van bedrijven uit de emiraten zelf, zoals nummer twee Emke (13% marktaandeel, overigens zijn die marktaandelen ook aannames), Emirates Co-op, Consumer Co-op, Abu Dhabi Co-op, Al Maya Lal, Spinney en Choithram. Sommige van hen hebben weliswaar supermarkten of discountwinkels, maar zijn ook de groothandel van de vele

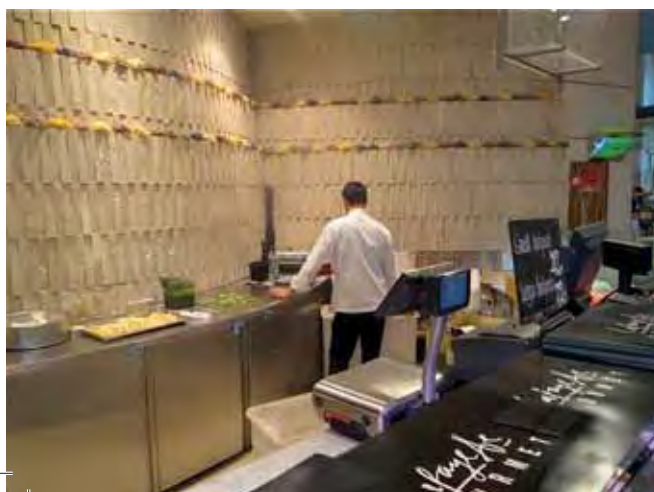


Ruimte te over, zeiden we. Lafayette heeft ook 'Le petit palais', een ruimte waar kinderen kunnen spelen terwijl pap en mam inkopen of boodschappen doen. In Le petit palais kunnen ze ook agf-verkoper en -aankoper spelen. Hemmes: "Ouders kunnen op krukken een hapje eten en vanachter het glas kun kinderen zien spelen. Weer eens wat anders dan het obligate beeldschermje met spelletjes in onze supermarkten."



We zijn hier bij de oosterse/Aziatische afdeling. Hemmes: "De visafdeling met de oesters hoort hier min of meer bij. Deze 'keuken' is heel open, de medewerkers koken en bakken eigenlijk net voor de neus van de klant. Die krijtborden communiceren goed – prima handschrift, mooie combinatie met getekende plaatjes. De aankleding van zwart, aluminium en roestvrij staal straalt kwaliteit uit en de kleding van de koks ook. Over elk detail lijkt nagedacht."

'bakalas', de winkeltjes om de hoek. Weer andere bedrijven zijn westers en hebben vooral gewoon één vestiging. Juist van die laatste partijen willen we er in de komende FoodPersonality-uitgaven een paar laten zien: kijken hoe zij uitpakken voor die welvarende huishoudens in Dubai. Zoals aan de foto's te zien is; we beginnen met 'Lafayette Gourmet'. Dat is de levensmiddelenafdeling van Galeries Lafayette, zeg maar 'de



Een opvallend en meteen begrijpelijk verschil tussen westerse winkels en deze in Dubai: 'pork section – for non-muslims'. Hemmes: "Lafayette meldt ook wie de slager is, Jamones Blazquez uit Spanje."



Natuurlijk is het niet zo gek dat in een prestigieuze formule als Lafayette Gourmet allerlei mooi samengestelde salades te vinden zijn. Maar een stokbrood in de lengte doorsnijden, is dat gewoon een creatieve grill of doen de medewerkers dat om de Dubaise klandizie te laten zien wat een stokbrood is? Hemmes: "Heel creatief, enerzijds voor de presentatie, anderzijds als idee om salades op stokbrood te presenteren, en natuurlijk met schaaltes eten erbij."



Wij kennen pasta, spinaziepastas en tricolorepasta. Lafayette heeft meer kleuren in huis. Hemmes: "Lafayette varieert met de kleur van de pasta en met de materialen, glazen bakken, een houten krat, aardewerken kommen, Lafayette heeft waarschijnlijk een etalage-ontwerper verzocht zich uit te leven."

Bijenkorf van Frankrijk'. Galeries Lafayette is vooral: hét luxe warenhuis aan de Boulevard Hausmann in Parijs, althans, dat is het eerste waar je met een retailhersenpan aan denkt. Maar Galeries Lafayette is meer dan dat, het is een warenhuisketen met ettelijke tientallen filialen in alle grotere Franse steden, én het is onderdeel van Groupe Galeries Lafayette. En die heeft het best zwaar. Dat is een bedrijf dat zich op zijn toekomst

Die stenen wand, waar we het bij de kaas al over hadden, komt hier terug, met deegwaren als versiering. Het is inderdaad maar een wand, oké, maar opvallend eraan is dat die zo'n mooi reliëf heeft dat je er niks meer bij hoeft te verzinnen (ergste geval: iets ertegen aanplakken) om het bijzonder te maken. Zeg maar eens in welke Nederlandse winkel we dit nog meer zien.

aan het beraden is. En die moet zijn: weg van de alledaagse warenhuisfilialen waar toch niemand meer komt (internetwinkelen en de voorzichtige consument sinds 2008) en afbouwen, en in ruil daarvoor juist uitbreiden in de hele wereld, vooral daar waar de nieuwe rijken wonen. Peking, Hongkong, Sjanghai... En daar hoort Dubai zonder meer bij. De laatste jaren waren roerig voor Groupe Galeries Lafayette. In de jaren negentig bouwde het nog lekker door in eigen land en opende het vlaggenshijptenten zoals in Berlijn. En kocht het ketens van juwelen- en horlogezakken. De aankoop van BHV (wat gewonere warenhuisachtige zaken voor in kleinere Franse plaatsen) leverde niet op wat ervan verwacht werd. En de gedeelde aankoop van Monoprix (vanwege de naam 'eenvormsprijs' altijd vergeleken met Hema, maar dat klopt toch ook niet helemaal) samen in een joint venture met Casino werd enkele jaren geleden weer opgegeven. Nee, de



Paella en nog eens paella, één variant is: met zwarte rijst! Hemmes: "Wat me opviel; het zijn kleine volumes in deze schalen, in plaats van zo'n grote paellapan."

Hier staan drie potten van Balkees. Zoeken op internet leert dat het om een zeer exclusief honingmerk gaat; een aanbieder van Jemenitische en Italiaanse honingsoorten. Honing wordt in de Midden-oostelijke keuken veel meer gebruikt als zoetstof dan in de westerse keukens. En het heeft hier dus een opvallende presentatievorm: zelfschep. Maar ook losse kant-en-klare potjes, gelukkig. Hemmes: "Het was een bijzonder moment, deze jongeman deed alle moeite om ons de verschillende honingsoorten uit te leggen. Proeven hoorde daarbij en ook een 'theaterstukje over viscositeit!'"



Lafayette Gourmet tovert uiteraard ook met licht waar dat maar mogelijk is.

Naast alle keukens of units met verse waren heeft Lafayette Gourmet ook nog een aparte dkw-hoek vol zoetwaren, koffie en thee, sappen, sauzen, conserven etc. Hemmes: "Strak en overzichtelijk ingericht, designachtig, maar wel in warme kleuren en houttinten."



Meer voor de toerist dan voor de autochtone inwoner van Dubai? Wie zal het zeggen? Hoe dan ook, cadeauverpakking chocolade, met als afbeelding Burj Al Arab, het beroemde en iconische hotel uit Dubai, voor de kust van de stad, omgeven door de zee.



Hoe krijgt Lafayette een klantenservicedesk nu visueel interessant? Door er een groot panoramabeeld van Parijs van te maken. Exotisme voor de inwoners van Dubai.

familie Moulin is naarstig op zoek naar nieuwe groei. In winkelaantallen is de 'Groupe' al flink achteruitgekacheld. De omzet ook. Die is nu € 2,3 miljard. Maar aan de winstgevendheid wordt getwijfeld, leer je als je wat rondgoogt bij Reuters, Bloomberg en dat soort informatieverstrekkers. De Groupe is niet zo scheutig met informatie over winst of verlies. Van de opbrengst van de verkoop van Monoprix wilde het nog aartsrivaal Printemps overnemen, maar dat lukte niet. Investeringsmaatschappijen uit Qatar bleken koppig. Bovendien, als we Galeries Lafayette de Bijenkorf van Frankrijk noemen, dan doen we Printemps te kort, Frankrijk heeft gewoon twee Bijenkorven. We vinden op internet Philippe Houze, bestuursvoorzitter van de groep (en echtgenoot van een vrouw uit die Moulin-familie), die het ook niet mooier maakt dan het is: 'het warenhuis is een

verouderde winkelvariant'. En er zit maar één ding op: van het warenhuis nóg meer een winkelbeleving maken voor de mensen die het zich kunnen permitteren. Dezelfde redenering als de Bijenkorf, óf uiterste luxe, óf ombouwen naar Primark. Het resultaat zien we hier. De etage 'Gourmet' van Galeries Lafayette in de Dubai Mall is: eten opeten en/of meenemen, een walhalla aan lekker eten, creatief bedacht en gepresenteerd. Uiteraard, rekening houdend met de gebruiken uit Dubai, dus varkensvlees in een aparte, afgescheiden locatie, en sterke drank alleen onder beperkingen. Maar verder, van pasta tot tapas... hier kan iedereen zich aan verlekken. ■

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



Een kijkje in een 'food hall' als deze levert ook weer nieuwe ideeën op: 'boterkip', 'groente-biryani' en 'dal van de dag' ('dal' behoort tot de spliterwten, linzen en andere peulvruchten).