

In de reeks food retail in het buitenland, met beelden en uitleg van Erik Hemmes, deze maand een buitenbeentje: OD Store, in Milaan.

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

## FOOD RETAIL IN ITALIË

### OD Store



*ODS ofwel OD Store heeft een groot filiaal in hartje Milaan. Gelegen op een hoek: het Domplein ('Piazza Duomo'), hét plein van Milaan, en de Via Torino, een drukke winkelstraat, die op dat plein uitkomt.*



*Die drukte is vanuit de OD Store bekeken ook goed te zien. Op het moment dat Hemmes hier is, zijn de klanten bijna allemaal buitenlandse toeristen. Op andere foto's van Hemmes zien we vooral klanten die uit Saoedi-Arabië, Dubai, Abu Dhabi, Qatar, Oman etc. lijken te komen, en uit China, Japan etc.*

Erik Hemmes van Erik Hemmes\ Retail Advies reist geregeld naar het buitenland om bijzondere formules te bezoeken en daar foto's te maken. Een tijd terug bezocht hij de Noord-Italiaanse stad Milaan. Met ongeveer 1,3 miljoen inwoners is het de tweede stad van Italië, na Rome. Hemmes bezocht daar ook OD Store

ofwel ODS. ODS is de afkorting van 'ovunque dolce salato' en dat betekent: overal zoet hartig. 'Salato' is eigenlijk 'gezouten'. Sel in het Frans, salt in het Engels, Salz in het Duits en ook ons woord 'zout' komt daarvandaan. Maar het bedrijf gebruikt die s van 'salato' in de naamgeving ook voor 'store'.

#### Supermarktsector Italië

Onze inschatting van de Italiaanse supermarktsector? Lastig. Een jaar-omzet van zo'n € 140 miljard, maar het zou ook richting € 120 miljard kunnen gaan, of – op basis van weer een andere bron – richting € 160/170 miljard. We vermeldden deze inschattingskwestie al eerder in deze reeks



OD Store is een formule 'vol prikkels'; zo te zien, een snoepwinkel moet het nu eenmaal van verleiding hebben. Hemmes: "ODS komt druk over door de massale presentatie en soms de hoge opstapelning van de artikelen. Maar het heeft geen schreeuwerige borden met prijsclaims etc. Eerder juist een prettige decoratie en bijzondere lichtvlakken en spotlightverlichting."



Een 'Nutella-wandje', met potten Nutella van 350 gram, maar dan met 'smile' en 'share' in plaats van de merknaam. ODS meldt: gewoonlijk kost dit € 13,00, maar bij ons € 9,90. Het is een cadeau-artikel. Hemmes: "Duur cadeautje. Nutella 350 gram kost bij Albert Heijn € 3,69. Dan zit de meerwaarde in dat etiket?"



OD Store heeft twee etages. De bovenste etage is veel minder druk. Hier zien we meer het aanbod van bonbons, pralines, koek etc, sommige in een 'panettone'-achtige verpakking (u weet wel, die Italiaanse 'kerst-cake').

over bijzondere supermarkten en levensmiddelenzaken in Milaan. We meldden ook al eerder: marktleider is Selex, marktaandeel 14,6% (met een enorme verzameling formules, van Famila tot A&O, heel ouderwets als je de geschiedenis van de supermarktsector in Europa bekijkt), dan coöperatie Conad (14,2% marktaandeel), dan ondernemers- en consumentencoöperatie Coop Italia (10,8% marktaandeel) en dan filialensupermarktbedrijf Esselunga (marktaandeel 7,8%). De bron van deze marktaandelen: Circana, begin 2024. Inderdaad, inmiddels wat

gedateerd. Zeker omdat we weten dat Selex en Conad herhaaldelijk stuiver-tje wisselen. Bovendien, Selex, Conad en Coop hebben ook nog aardig wat formules buiten de supermarktsector om, vrij verwarrend allemaal. En dan volgen er na die vier grootste nog allerlei marktpartijen, van Pam tot Crai tot Végé tot Carrefour tot Lidl tot Aldi. Dit staat voorop: de Italiaanse supermarktsector is enorm versnip-perd.

Traditiegetrouw melden we in een artikel met foto's van Erik Hemmes de elementaire branchegevens.

Maar: in dit geval is het niet zo van belang, want ODS/OD Store maakt hier geen deel van uit. Net zo min als bijvoorbeeld de ongeveer tachtig huidige Jamin-winkels deel uitmaken van de Nederlandse supermarktsector. Maar: uiteraard is ODS in de categorie zoetwaren, snacks etc. wel een soort supermarktconcurrent. Te meer ook omdat het een keten is: honderd filialen in Italië.

**Bakker, snoepwinkel, KFC**

Van wie is ODS? Van Mauro Tiberti. Een detailhandelondernemer die meer vragen oproept dan hij beant-



Tussen alle chocolade, suikerwerk etc. zien we hier pasta in cadeauverpakking. Het illustreert hoezeer deze OD Store het moet hebben van buitenlandse toeristen: er is natuurlijk geen Italiaan die dit koopt.



En dan opeens: 'maple sirup', dus ahornsiroop, in bijzondere flessen. Erg westers: Amerikaans/Canadees. En volstrekt niet Italiaans.



'Schepsnoep', kennelijk van het merk 'Candyness', klinkt niet Italiaans. Zelf scheppen, hoe doe je dat? OD Store heeft er een behoorlijke gebruiksaanwijzing voor. En: plastic handschoentjes. Misschien nog een element uit coronatijd? Of 'inspelen op de buitenlandse toerist', die strikte hygiënevoorschriften wenst? Hemmes: "Het straalt wel kwaliteit uit, maar ik heb niemand hier gebruik van zien maken."

woordt. Beginnen we hiermee maar 's: op de site van ODS lezen we dat 'een jongeman' ooit een droom had. De droom: het vervaardigen van allerlei Italiaanse specialiteiten, uit verschillende regio's van dat land, met name op het gebied van brood, banket en gebak. Oké, klinkt sympathiek. Maar kennelijk heeft Tiberti een bijzondere afslag genomen, want OD Store kenmerkt

zich nou niet bepaald door aanbod van bijzondere producten uit allerlei Italiaanse regio's. Het is eerder een snoepzaak met varianten van Milka, Chupa Chups, Nutella in cadeauverpakking etc., etc. Nog gekker wordt het als we al zoekend op internet zijn holding ontdekken. 'Sapori Artigianali', 'ambachtelijke smaken', vrij vertaald. Ambachtelijke smaken? Milka? Chupa

Cups? Kom op, zeg. Maar nou nog gekker. Volgens een soort Italiaans accountantsbedrijf, dat kennelijk gegevens bijhoudt van allerlei bedrijven in Italië, zou OD Store zo'n € 100 miljoen jaaromzet genereren. En dat klinkt niet onaannemelijk. Maar: via zijn holding 'ambachtelijke smaken'/Sapori Artigianali' zou hij een van de twee grootste masterfranchisers zijn van Kentucky Fried Chic-



De kassa's, gezien vanaf halverwege de trap naar de bovenste etage.



Chocolade van het merk Lindt, in allerlei varianten. Hemmes: "Dit verleidt natuurlijk enorm, zou ik denken. Sowieso, toeristen uit het buitenland hebben een andere aankoopbereidheid. Maar de prijs is enorm, € 59,90 per kg! Maar als je zelf scheidt of verzamelt, is het moeilijk om te ervaren wat je aan gewicht en dus prijs meeneemt."



Nog een illustratie van het enorme impuls karakter van OD Store: pluche beestjes, eenhoorns in dit geval... 'o, wat leuk... moet ik hebben...!' En op de plank daaronder: glazen potjes met winegums etc., stelt qua hoeveelheid niks voor, maar op zo'n potje staat dan 'I love Milan' of (in het Italiaans dan) 'overdosis van geluk' en 'eenvoudigweg bedankt'. Die eenhoorn: € 49,90. Die potjes winegums: € 5,90. Hemmes zei het al: toeristen hebben een hogere aankoopbereidheid. Je zou bijna zeggen: OD Store is een 'TikTok-winkel'.



KitKat met uitleg op de verpakking, in het Chinees. Hemmes: "Dit zijn varianten die voor zover ik weet doorgaans niet in Europa verkocht worden."

ken. Hij zou de grootste zijn of de op een na grootste. Alleen, daar vinden we verder geen gegevens van, ook niet via AI. Dus deze Mauro Tiberti heeft dan sowieso heel wat meer omzet dan die € 100 miljoen. Nou, dat zij hem gegund. Maar waarom zou je een bedrijf 'Ambachtelijke Smaken' noemen als dat een investeringsvehikel is voor zoet-en-hartig-snackformule OD Store en voor een partij KFC-vestigingen? We kunnen het ons zo voorstellen dat als Foodwatch in Italië actief zou zijn,

deze ngo meneer Tiberti zou 'media-bombarderen' vanwege dat vehikel 'Ambachtelijke Smaken'. Want het

staat ver af van wat hij met OD Store doet en al helemaal met KFC. ■

Van Tesco tot Edeka, van Carrefour tot Walmart, van Migros tot M-Preis. Sinds 2008 fotografeert Erik Hemmes buitenlandse formules. Voor dit blad, maar ook voor andere geïnteresseerden. Meer weten? Mail Erik Hemmes: [info@erikhemmes.nl](mailto:info@erikhemmes.nl). Dit is het laatste artikel over buitenlandse formules met foto's en met medewerking van Erik Hemmes. De redactie bedankt nu alvast Erik Hemmes voor zijn inspanning en toewijding. In FP september komen we hier nog eens op terug.

