



SNELLE HAP 2.0

Hoe Chipotle de lunchmarkt herdefinieert

Terwijl de groei van traditionele fastfoodgiganten als McDonald's en Burger King de afgelopen jaren stagneerde, maakt een nieuwe, gezondere generatie restaurants voor de snelle hap een opmars.

Vooral Chipotle, dat stevige burrito's en goedgevulde bakken rijst, bonen en gegrild vlees levert, profiteert.

FOTOGRAFIE: ©THE IMAGEPARTY / SHUTTERSTOCK.COM

De VS heeft geen boterhammetjes-mee-naar-het-werkcultuur, dus zijn de lunchplekken belangrijk. Vooral onder kantoorwerkers in de grote steden is het gemeengoed om er met de lunch op uit te gaan op zoek naar een maaltijd. De opties waren daarbij beperkt tot de hamburgertenten als McDonald's of Wendy's, de met een stevige laag kaas en vleeswaren bedekte broodjes van lokale broodjeszaken of de beigegekleurde en in veel boter gebakken pannenkoeken of eieren van de klassieke *diners*.

NIEUWE LUNCHEOPTIES

De afgelopen jaren hebben Ameri-

kanen daar extra keuzemogelijkheden bij gekregen, vooral met het aanbod van drie beursgenoteerde ketens: Chipotle, Cava en Sweetgreen. Cava verkoopt wat het zelf omschrijft als gezond mediterrane eten: pita met hummus, Griekse salades en bakjes met rijst en gemarineerd lamsvlees. Sweetgreen komt nog het meest in de buurt van een traditionele saladebar, maar biedt meer dan alleen sla met wat reepjes komkommer: er zijn ook calorierijkere kommen met gerookte kip, tofu en geroosterde zoete aardappel.

De drie werken met een vergelijkbaar *fast casual*-concept, met een beperkte hoeveelheid ingrediënten – bij Chipotle twee soorten



OVER DE AUTEUR

Lennart Zandbergen is correspondent voor het FD in de VS. Vanuit New York schrijft hij ook voor de VEB over financieel-economische actualiteiten in de Verenigde Staten.

bonen, twee soorten rijst en vijf soorten vlees. Klanten kunnen die naar eigen believen laten combineren door het personeel dat het uit bakken in de vitrine schept. Het zorgt voor doorlooptijden die een stuk lager zijn dan die bij de grote burgerketens, terwijl er minder personeel voor nodig is.

De ketens boeren er goed bij. Het Chipotle-aandeel is in de afgelopen vijf jaar 160 procent meer waard geworden, waarmee het bedrijf een meer dan drie keer zo hoge marktwaarde heeft als het Burger King-moederconcern Restaurant Brands International: 74 miljard dollar om 21 miljard dollar. Cava maakte twee jaar geleden zijn beursdebuut en is