nieuws

"Distributie is medeverantwoordelijk voor Flandria"

nieuws

Omdat warenhuisketen Lidl de consument misleidde met promotie voor Flandria-witloof dat in de winkelrekken helemaal niet van het keurmerk bleek te zijn, wou Vlaams parlementslid Jan Verfaillie (CD&V) van Kris Peeters weten hoe het gebruik van het Flandria-logo door grootwarenhuizen gecontroleerd wordt.

17 FEBRUARI 2011 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:58

Lees meer over:
distributie

Omdat warenhuisketen Lidl de consument misleidde met promotie voor Flandria-witloof dat in de winkelrekken helemaal niet van het keurmerk bleek te zijn, wou Vlaams parlementslid Jan Verfaillie (CD&V) van Kris Peeters weten hoe het gebruik van het Flandria-logo door grootwarenhuizen gecontroleerd wordt. De minister-president liet weten dat “de sector nauwlettend zal toezien op correcte oorsprongsbenamingen”.
Belgisch witloof met Flandria-label werd in een reclamefolder van Lidl aangeprezen tegen 0,99 euro. “De consument wordt bedot”, zegt Jan Verfaillie, “want het aangeboden witloof in de winkels bleek helemaal niet Flandria te zijn zoals werd aangekondigd en bovendien was de kwaliteit ondermaats.” Warenhuisketen Lidl erkende de fout en verklaarde dat het zich in de folder van merk heeft vergist.
LAVA, een coöperatie van zes groente- en fruitveilingen, heeft het gebruiksrecht van ‘Flandria’, het keurmerk en kwaliteitslabel voor groenten en fruit. Meer dan 55 soorten groenten en fruit dragen het Flandria-label. Het Flandria-logo wordt enkel aan de beste producten van de veilingen gegeven. “Om die perfecte kwaliteit te bekomen waar Flandria ondertussen toch voor bekend staat, moet elk onderdeel van de keten zijn verantwoordelijkheid dragen”, meent Verfaillie.
Daarom wou het parlementslid van minister-president Kris Peeters weten hoe het gebruik van het Flandria-logo in reclamefolders en in de grootwarenhuizen zelf

gecontroleerd wordt en hoe opgetreden wordt tegen misbruiken. “De LAVA-veilingen hebben de voorbije twee jaar permanent de kwaliteit van witloof in de winkelrekken opgevolg”,antwoordt Peeters. “De resultaten laten toe om op een gestructureerde basis samen met de grootdistributie te werken aan een betere kwaliteit van witloof voor de consument.”
Wanneer witloof dat niet aan het kwaliteitslabel voldoet toch in Flandria-verpakking wordt aangeboden, is er sprake van misbruik. “Ook de promotie die Lidl voerde met het Flandria-logo is misleidend voor de consument omdat in de winkels geen Flandria-product was terug te vinden”, stelt Peeters. Boerenbond stelde dit misbruik aan de kaak en ook de LAVA-veilingen reageerden ten aanzien van Lidl. Daarop beloofde de keten om de nodige maatregelen te nemen zodat dit niet meer zou kunnen voorvallen. “Verdere stappen werden niet ondernomen omdat beide partijen verder willen blijven samenwerken”, zegt Peeters, “maar bij een volgende overtreding overwegen de sector en de veilingen wel gerechtelijke stappen.” De sector hoopt volgens de minister-president dat dit voorval een aanzet mag zijn voor een betere samenwerking. “Een promotiecampagne voor echt Flandria-witloof zou een sterk signaal kunnen zijn.” De sector zal alleszins nauwlettend toezien op een correcte oorsprongsbenaming zowel in folders, in het grootwarenhuis als op de verpakking.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page:
https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada