

Distributiemerken op Franse markt deren Flandria niet

nieuws

Twee belangrijke trends in de Franse groente- en fruitmarkt zijn de groei van eigen distributiemerken en de harde discount. Voor Jacques Ribaille, regionaal directeur van het handelsbedrijf Fruidor, is dat niet per definitie een slechte zaak voor een keurmerk als Flandria. Op voorwaarde dat het zijn voorsprong niet uit handen geeft.

🕒 23 AUGUSTUS 2005 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:30

□
Twee belangrijke trends in de Franse groente- en fruitmarkt zijn de groei van eigen distributiemerken en de harde discount. Voor Jacques Ribaille, regionaal directeur van het handelsbedrijf Fruidor, is dat niet per definitie een slechte zaak voor een keurmerk als Flandria. Op voorwaarde dat het zijn voorsprong niet uit handen geeft.

Steeds meer distributieketens lanceren in Frankrijk een eigen huismerk voor groenten en fruit. Vaak doen ze dat voor elk van de drie prijssegmenten, gaande van luxeproducten tot laag geprijsde producten die de concurrentie met de hard discount moeten aangaan. "De Franse consument kent geen enkel groentemerk, ook Flandria niet, maar begint wel de distributiemerken te kennen", aldus Ribaille. "Erg is dat niet voor Flandria, want het Franse publiek staat zoals bekend weigerachtig tegenover merken die een buitenlandse origine verraden".

Volgens Ribaille geniet Flandria daarentegen een uitstekende reputatie in professionele middens, bij de handelaars en de inkopers. "Voor hen is Flandria geen merk, maar een kwaliteitslabel dat kwaliteit, voedselveiligheid en uniformiteit biedt. Daarmee heeft Flandria een deur in huis om toe te leveren aan de distributiemerken in alle segmenten. Vergeet niet dat de disconthandel en haar klanten om dezelfde waarborgen vragen".

Uit eigen ervaring weet Ribaille dat de Franse groente- en fruitmarkt ten noorden van de lijn Nantes-Dijon een hele rits Belgische producten inkoopt. Het gaat om appels, peren, prei, rode vruchten, komkommers, courgettes, aubergines, kropsla en andere salades. Tomaten zijn moeilijker geworden omdat de Franse telers zich de jongste jaren beter georganiseerd hebben. "Maar voor de andere producten heeft Flandria nog steeds een voorsprong ten opzichte van de concurrenten op de Franse markt. Het komt er voor Flandria op aan om innovatief te blijven om die koppositie te kunnen behouden", besluit Ribaille.

Contact

T • 0473 59 41 39

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 twitter page: https://twitter.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>

© 2025 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)