nieuws

Eindejaarsdelicatesse van Delhaize wekt beroering

nieuws

De distributiesector heeft zopas een promotieplan gelanceerd om Belgische voedingsproducten meer op de voorgrond te plaatsen. Is het dan niet vreemd dat Delhaize Amerikaans rundvlees promoot als eindejaarsdelicatesse, zo stond vorige week te lezen in het editoriaal van Landbouwleven. In een lezersbrief probeert de supermarktketen de keuze te verrechtvaardigen. Het Amerikaans vlees maakt minder dan één procent uit van het assortiment, klinkt het. Het argument maakt weinig indruk op hoofdredacteur André De Mol.

22 NOVEMBER 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:46

De distributiesector heeft zopas een promotieplan gelanceerd om Belgische voedingsproducten meer op de voorgrond te plaatsen. Is het dan niet vreemd dat Delhaize Amerikaans rundvlees promoot als eindejaarsdelicatesse, zo stond vorige week te lezen in het editoriaal van Landbouwleven. In een lezersbrief probeert de supermarktketen de keuze te verrechtvaardigen. Het Amerikaans vlees maakt minder dan één procent uit van het assortiment, klinkt het. Het argument maakt weinig indruk op hoofdredacteur André De Mol.

De neerwaartse conjunctuur verteert geen extravagante nicheproducten zoals struisvogelsteak. En dus keert Delhaize voor zijn eindejaarsdelicatessen terug naar de basis. Dat blijkt dan Amerikaans rundvlees te zijn. "Het rundvlees dat wij aanbieden is afkomstig van Hereford-runderen en, speciaal voor de Europese markt, hormonenvrij. De smaak is bijzonder en het vlees is van de hoogste kwaliteit", aldus Patrick Verhamme van Delhaize.

In landbouwmiddens valt het Amerikaans vlees niet in de smaak. Niet alleen omwille van het engagement dat de distributiesector nog maar pas is aangegaan, maar ook door het prijskaartje dat aan de nieuwe delicatesse hangt. "Zeker op een ogenblik dat de Belgische rundvleessector al maandenlang met verlieslatende prijzen kampt en bij de distributie aandringt op meer transparantie in het prijsgebeuren", reageerde André

De Mol, die zich ook afvraagt waarom het Amerikaans vlees zoveel voedselkilometers moet afleggen vanuit de optiek dat het vlees in ons land minstens van even goede kwaliteit is.
"Van dat Amerikaans vlees worden slechts drie stukken gecommercialiseerd die verkocht worden aan prijzen die duidelijk hoger liggen dan die voor de Belgische producten", verdedigt Sandrine Blin van Delhaize zich in een lezersbrief. Bij de supermarktketen is men ervan overtuigd dat het Amerikaans vlees "geen enkele concurrentie" betekent voor het Meritus-vlees dat ook in de winkelrekken ligt. "En het vlees onder dat label vertegenwoordigt meer dan negentig procent van het assortiment. We zullen het ook blijven promoten en ondersteunen", luidt het.
In een naschrift benadrukt De Mol dat hij geen polemiek wil opstarten. "Maar onze argumenten worden door de lezersbrief niet weerlegd. Kon men geen gelijkaardige actie opzetten met Belgisch vlees, dat zeker ook de naam 'delicatesse' waard is, vraagt de hoofdredacteur zich af. De consument heeft het laatste woord.(KS)

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