

"Beu dat retail ons zonder enig schuldbesef blijft uitpersen"

5 OKTOBER 2021

Met de blokkade van een aantal distributiecentra van supermarktketens maakt landbouworganisatie ABS duidelijk dat de boeren het beu zijn dat de retail hen blijft uitpersen. "Het is de strijd om de laatste consument die uit haar voegen barst. Vooral de prijsbrekers trachten op kap van de boer marktaandeel te winnen", zegt beleidsmedewerker Mark Wulfrancke. ABS noemt de retailsector een hedendaagse slavenhandelaar.

Lees meer over: [distributie prijsvorming](#).



In augustus trok de landbouworganisatie al een eerste keer aan de alarmbel. Bij onder meer Albert Heijn en Aldi werd toen actie gevoerd omdat beide supermarktketens spotgoedkope melk aanboden. Aldi stuurde daarop een uitnodiging naar de landbouworganisatie om in gesprek te gaan over de kwestie. De supermarktketen beloofde toen om zijn prijs opnieuw naar boven aan te passen van zodra de prijs voor melk op de consumentenmarkt zou aantrekken. Het kan als kleine speler niet het voortouw nemen in de prijsvorming, zei de directie van Aldi toen.



Uitgelicht

ABS wijst Aldi op verantwoordelijkheid bij transitie naar duurzame landbouw

NIEUWS

17 AUGUSTUS 2021

Lees meer

"Ondertussen zijn we bijna twee maanden verder en zijn de melkprices in de Aldi-winkels ongewijzigd", aldus ABS. De organisatie noemt het een flagrante leugen dat het niet de supermarktketens zelf zijn die voor de prijsvorming zorgen, maar wel de marktwerking en de concurrentie. "Op elke hoek van de straat vind je niet één maar meerdere grootwarenhuizen, elk op zoek naar klanten. Die jacht op klanten wordt gevoerd met stuntprices op verse producten. Dit kunnen ze enkel volhouden door de primaire producenten als slaven te behandelen."

Te veel supermarkten?

Daarmee verwijst de landbouworganisatie naar de hoge concentratie aan supermarkten in België. Dit jaar is de kaap van 4.000 supermarkten in ons land overschreden. Dat betekent dat er per 2.800 consumenten een supermarkt is in België. Ter vergelijking: In Nederland neigt dit cijfer eerder naar één supermarkt per 4.000 inwoners. Een bijkomende vaststelling is dat een aantal Nederlandse ketens de afgelopen jaren de weg naar ons land hebben gevonden, denk maar aan Albert Heijn en Jumbo, op zoek naar extra marktaandeel. Begin dit jaar kondigde Pierre-Alexandre Billiet van het retailblad Gondola al een prijsenslag aan door die evolutie.

“ Op elke hoek van de straat vind je niet één maar meerdere grootwarenhuizen, elk op zoek naar klanten. Die jacht op klanten wordt gevoerd met stuntprijzen op verse producten

ABS

De boeren zijn boos dat zij de dupe zijn van deze prijzenslag. “Het is genoeg geweest”, zegt ABS. “We hebben de retailsector tijd gegund om de gemaakte fouten recht te zetten, maar dat gebeurt niet.” De landbouworganisatie schuwt geen harde taal. “De supermarktketens zetten hun quasi criminele praktijken, of noem het zelfs lijkpikkersgedrag, verder”, staat te lezen in een persbericht.

Dat het ongenoegen over deze praktijken groot is, maakte ABS kenbaar via vier verschillende acties, verspreid over Oost- en West-Vlaanderen. In Erpe-Mere werd het distributiecentrum van Aldi een paar uur lang geblokkeerd. Vrachtwagens werden maar met mondjesmaat doorgelaten. In Gullegem werd eenzelfde actie gevoerd aan het distributiecentrum van Lidl. Albert Heijn kreeg in Sint-Niklaas en Rons een delegatie boze landbouwers over de vloer die er met tractoren de parking afsloten.

ZAAM: van duurzaam, maar ook van langzaam

Inspiratie voor de actie haalde ABS bij de laatste nieuwe campagne van Lidl dat uitpakt met de slogan ‘ZAAM. Duurzaam moet niet duur te zijn’. “Wij gaan vandaag ook voor ZAAM”, zegt Wulfrancke. “Maar dan wel langzaam.” De landbouwers zijn bijzonder boos over de praktijken en het gedrag van de distributiesector. “Hoe moet een boer investeren in meer duurzaamheid wanneer er aan het andere eind van de keten producten worden verkocht die de kostprijs niet dekken?”, vraagt ABS-voorzitter Hendrik Vandamme zich af. “Wij verwachten en eisen dat de retail een duurzame relatie nastreeft met de ketenpartners.”



Daarnaast heeft de landbouworganisatie ook drie concrete eisen voor de retailsector. “We willen dat ze hun steun uitspreken voor de Vlaamse landbouwers en hun producten naar waarde vergoeden. Een crisisbijdrage voor de noodlijdende varkenshouders, zoals Delhaize al heeft gedaan, zou niet meer dan verantwoord zijn”, klinkt het. “Maar in het ketenoverleg schuiven ze de volledige verantwoordelijkheid van zich af. Meer nog, we zien vandaag hoe retailers hun aankopers aanzetten om de prijs nog verder te doen dalen.”

Ook wil ABS dat er een einde komt aan het stunten met melk. “De prijs van melk moet opnieuw omhoog zodanig dat die geloofwaardig is voor onze melkveehouders en de druk verminderd wordt naar de melkerijen.” Voor de pluimveesector vraagt de organisatie dat er “op een deftige manier wordt omgegaan met de kippenboeren”. “Als je jarenlang eist dat de kip zo goedkoop mogelijk gekweekt moet worden, dan krijg je waar je voor betaalt”, aldus ABS dat meteen ook waarschuwt voor bijkomende acties als er geen duidelijk signaal komt van de retail.



Comeos: “Schuld op retail schuiven is onaanvaardbaar”

Handelsfederatie Comeos is niet te spreken over de acties van ABS. “De realiteit is dat er een structurele overproductie is in de Belgische varkenssector en dat de sector daar vandaag onvoldoende aan werkt om dit op te lossen. Zo'n 75 procent van de varkensproductie gaat naar het buitenland. De prijs wordt daardoor dus niet hier bepaald, maar internationaal. De supermarkten hebben daar geen invloed op”, zegt Comeos, die er ook op wijst dat retailers onderling geen prijsafspraken mogen maken. “We kunnen enkel de markt laten spelen.”

Comeos wijst er ook op dat 97 procent van het verse varkensvlees dat de supermarkten verkopen van Belgische origine is. “Maar de grote uitdaging komt van het buitenland. De markt van de maaltijdboxen is door corona verdrievoudigd”, klinkt het. Die markt wordt gedomineerd door buitenlandse spelers, die geen Belgisch vlees aanbieden. Daarnaast is de varkensvleesconsumptie over een periode van 50 jaar met 30 procent gedaald. “We roepen de varkensboeren dus op om de echte uitdagingen aan te pakken in plaats van de retail als zondebok aan te duiden”, besluit Comeos.

Bron: Eigen verslaggeving / Belga

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T •
M • info@vilt.be

Volg ons op:

[screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/](https://www.facebook.com/vilt.nieuws/)

[screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws](https://twitter.com/vilt_nieuws)

[screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/](https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/)
