

Boerenbond vraagt retail om promostunts aan banden te leggen

Landbouworganisatie Boerenbond spreekt met verschillende partijen – Albert Heijn, hun sectorfederatie Comeos en de overheid – over redelijk promovoeing. “Gratis bestaat nu eenmaal niet, uiteindelijk betaalt altijd iemand de rekening”, reageert Sonja De Becker, voorzitter van Boerenbond. “Soms de consument die eerst te veel heeft betaald, vaak de leverancier en meestal de boer en tuinder die de prijsdruk uiteindelijk krijgen doorgeschoven.”

1 MAART 2021 – LAATSTE UPDATE 1 MAART 2021 15:55

Lees meer over:

handel

prijs

consument



‘Over heel 2020 werden niet-bewerkte levensmiddelen 4,7 procent duurder’ en ‘De landbouwers in België hebben vorig jaar 12,3 procent minder winst gehaald uit hun productie dan in 2019’: twee krantenkoppen die vorige week bijna naast elkaar in de media stonden. “Ze maken meer dan duidelijk dat er wel degelijk wat schort aan de prijsvorming binnen de voedingsketen”, reageert Sonja De Becker, voorzitter van Boerenbond.

De 1+5 actie van supermarkt Albert Heijn viel dan ook helemaal niet in de smaak. “Na hun vorige stunt van 1+2 gratis, waarop uiteindelijk een kleine boete volgde, zal de Nederlandse supermarkt er ongetwijfeld voor gezorgd hebben dat ditmaal alles wiskundig en juridisch netjes in elkaar zit zodat er geen sprake is van verkoop met verlies”, klinkt het bij Boerenbond. “De letter van de wet zal dus wel oké zijn, maar de vraag blijft of dit een ethisch verantwoorde en eerlijke handelswijze is.”

Eerder overleg tussen Boerenbond en de retailfederatie Comeos om afspraken te maken over redelijke promoties liep vast. “Wij durven gerust erkennen dat promotie nuttig en nodig is, maar de retail die blind wegstijgt van de schade die wordt aangericht als promotie doorslaat, dat is stuitend”, aldus Sonja De Becker. “Gratis bestaat nu eenmaal niet, uiteindelijk betaalt altijd iemand de rekening.”

“**Onredelijke promotieacties sturen een volledig fout signaal naar de markt én naar de samenleving**

Sonja De Becker - Voorzitter Boerenbond

Intussen staan landbouwers onder grote maatschappelijke en politieke druk om versneld te verduurzamen. “Alleen een keten gebouwd op eerlijke prijzen en redelijke marges kan inspelen op de duurzaamheidsuitdaging waar we samen voor staan”, stelt de landbouworganisatie. “Onredelijke promotieacties sturen dan ook een volledig fout signaal naar de markt én naar de samenleving.”

Boerenbond contacteerde alvast Albert Heijn met de dringende vraag om de redelijkheid te bewaren bij het voeren van promoties. “Hun sectorfederatie Comeos vragen we eindelijk kleur te bekennen en te komen tot een herenakkoord over redelijke promotie”, klinkt het. “Maar ook de politiek - in dit geval de federale overheid - is aan zet.”

Boerenbond vindt dat het debat ook op politiek niveau moet gevoerd worden over een stok achter de deur tegen onredelijke promotie. “Er is nood aan een heldere en afdwingbare omkadering”, besluit Sonja De Becker. “Niet alleen om de boer te beschermen, maar ook om de consument ruime, betaalbare keuze te laten op lange termijn en om als samenleving de verdere verduurzaming waar te kunnen maken. De Europese richtlijn oneerlijke handelspraktijken die binnenkort moet worden omgezet naar Belgisch recht, is de uitgelezen kans om eindelijk paal en perk te stellen aan dergelijke praktijken.”

Bron: Boer en Tuinder

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

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>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)