nieuws

Carrefour: "Er komt geen prijzenoorlog"

nieuws

Mensen kiezen supermarkten niet alleen voor zijn goedkope prijzen, maar ook op basis van de sfeer, het assortiment en de kwaliteit van de aangeboden producten. Met die insteek benadrukte Carrefour-voorzitter Luc Vandevelde gisteren dat de supermarktketen geen prijzenoorlog wenst. "In Frankrijk is er geen prijzenoorlog en die komt er ook niet. Dat geldt ook voor België".

22 MAART 2005 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:54

Mensen kiezen supermarkten niet alleen voor zijn goedkope prijzen, maar ook op basis van de sfeer, het assortiment en de kwaliteit van de aangeboden producten. Met die insteek benadrukte Carrefour-voorzitter Luc Vandevelde gisteren dat de supermarktketen geen prijzenoorlog wenst. "In Frankrijk is er geen prijzenoorlog en die komt er ook niet. Dat geldt ook voor België".

Die uitspraak komt er nadat de keten besloot om in zijn Belgische vestigingen van Carrefour en Super GB met een lokale prijzenpolitiek te beginnen. Daarmee treedt de distributiegigant in de voetsporen van Colruyt. Dat bedrijf bepaalt zijn prijzen al jaren op basis van lokale concurrenten. Vorige week werden ook de eerste prijsverlagingen aangekondigd. "De lokale uitvoering van de internationale strategie van de groep wordt in de toekomst alsmaar belangrijker. Wij zullen aan de landen en de merken een zekere autonomie teruggeven", aldus Vandevelde.

Carrefour is actief in 28 landen en in 15 ervan is de keten ook marktleider. Volgens de Belgische topman van het bedrijf is het wel nodig om een aantal "dorre takken" weg te snoeien. Daarom zal Carrefour zich terugtrekken uit Mexico en Japan. In die landen staat het bedrijf niet in de top drie van de distributeurs en is er op korte termijn geen vooruitzicht om naar die top te kunnen doorgroeien. "Je moet tot die top behoren om rendabel te zijn".

De grootste zorg voor Carrefour zijn de zwakke prestaties op de Franse thuismarkt. Daar gaat het bedrijf dit jaar 300 miljoen euro investeren in prijsverlagingen. "Die komen er op een selectieve manier", zegt Vandevelde, "het gaat dus niet om prijsoorlogen. Prijsverlagingen stemmen niet altijd overeen met de perceptie van de mensen. Het is de prijsindruk die in de eerste plaats juist moet zijn, niet de prijs zelf.

Een consument die geen appelen nodig heeft, heeft er geen boodschap aan dat jouw winkel de goedkoopste appelen aanbiedt".
Carrefour maakt er geen geheim van dat het wil groeien op de elektronicamarkt. "We zijn in staat wereldwijd onder ons merk elektronica te verkopen tegen prijzen die elders niet te vinden zijn", zegt Vandevelde. Komt de groei dan vooral uit de non-food? "Ook in de voeding is nog veel potentieel. De Europese markt van bereide maaltijden is totaal onderontwikkeld. Maar het is waar dat de bestedingen meer gaan naar non-food. Daar houdt het bedrijf rekening mee".

Bron: De Tijd

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