

Cd&v wil af van stuntpromo's met voeding in supermarkten

Als het aan cd&v ligt, zijn acties zoals 1+1 gratis in supermarkten verleden tijd. Met een wetsvoorstel wil de partij “voedingsproducenten een faire vergoeding geven, een gezonde concurrentiemarkt behouden en tegelijk de omslag te maken naar een duurzamer consumptiemodel.” Boerenbond en Unizo steunen het voorstel, Comeos is kritisch.

🕒 20 MAART 2023 – LAATSTE UPDATE 21 MAART 2023 24:03

Lees meer over:

supermarkt

voedselprijzen

prijs



Eén zak aardappelen, tweede gratis. Een Big Americans pizza, tweede gratis: het is een greep uit het bonusaanbod van Albert Heijn deze week. Als het aan cd&v ligt, komt er spoedig een einde aan deze gulle, buitensporige promoties die volgens de partij een 'race to the bottom' tot gevolg hebben met een nefaste impact op de landbouw en het supermarktklimaat in België. Kamerlid Leen Dierick diende namens de partij een wetsvoorstel in om dergelijke stuntpromoties te verbieden.

Zij baseert zich daarbij op Franse regelgeving, die sinds 2019 geen promoties op voedingsproducten genre 1+1 gratis meer toelaat. Concreet staat er in het wetsvoorstel dat promoties op landbouw- en voedingsproducten maar maximaal 34 procent van de waarde van de originele verkoopprijs van een product mogen bevatten. Door dit voorstel zullen promoties als 1+3 gratis niet langer mogelijk zijn, maar een derde product gratis aanbieden bij aankoop van twee producten (2+1 gratis) blijft wel mogelijk.

“Vandaag zien we dat de slinger doorslaat en er promoties ontstaan tot 1+3 of 1+5 gratis. Hierdoor ontstaat een concurrentiestrijd waarin enkel de allergrootste ketens kunnen blijven overleven en waarbij de voedselproducent, namelijk de boer, het slachtoffer wordt. Het wetsvoorstel heeft tot doel voor onze voedingsproducenten een faire vergoeding te geven, een gezonde concurrentiemarkt te behouden en tegelijk de omslag te maken naar een duurzamer consumptiemodel”, zegt Dierick.



Verschraling supermarktlandschap

Volgens het federaal parlementslid komen we door de excessieve promoties in een neerwaartse spiraal terecht en ontstaat er een verschraling van het supermarktlandschap. "De promoties zijn een middel geworden om de concurrentie te elimineren. Een concurrentiestrijd die enkel door grote, multinationale ketens kan volgehouden worden. Daardoor komt de leefbaarheid van de sector in het gedrang en hebben kmo's, buurtwinkels en speciaalzaken geen kansen om te overleven. Denk aan de lokale groente- en fruitwinkel. Maar ook bakkers en slagers."

Dit wordt beaamd door Luc Ardies van Unizo-afdeling Buurtsuper.be, dat zelfstandige supermarkten vertegenwoordigt. "De versafdeling is de enige afdeling waar buurtsupers nog winst maken. Deze winstmarges staan al jaren onder druk door dergelijke agressieve promoties. Voor die zelfstandigen geldt dat door een gebrek aan voldoende marge er amper of geen budget overblijft om bijvoorbeeld hun ecologische voetafdruk te verkleinen, door te investeren in zonnepanelen of in energiezuinige koelinstallaties."

Ook de boeren zijn het slachtoffer van stuntpromoties, meent Dierick. "De stuntpromoties op verse voeding getuigen niet alleen van weinig respect voor het werk van onze boeren. Het leidt ook tot steeds kleinere marges voor landbouwers, waardoor ze amper nog financiële ruimte hebben om te investeren in bijvoorbeeld ecologische en diervriendelijke productie, waar de consument toch ook om vraagt. Daarbij zetten lagere marges aan tot verdere schaalvergroting en dit is ook iets wat de maatschappij niet wil."

“**Het verbieden of beperken van promoties zal de winkelkar van de consument nog duurder maken dan die vandaag al is**

Nathalie De Greve - Comeos

Duurdere winkelkar

Handelsfederatie Comeos laat zich kritisch uit over het wetsvoorstel. "Het verbieden of beperken van promoties zal de winkelkar van de consument nog duurder maken dan die vandaag al is", klinkt het. De organisatie bestrijdt ook het idee dat de landbouwer of de producent voor de promotie opdraait. "Soms neemt de retailer de kosten van zo'n promotieactie op zich."

Alhoewel promo-acties leiden tot goedkoop voedsel, vaart de consument op termijn niet wel bij stuntpromoties. "Het gaat vaak om producten waarvan de houdbaarheidsdatum nadert of die van mindere kwaliteit zijn, waardoor de consument die koopt om ze daarna weg te gooien. Het is heus geen liefdadigheid van de supermarktketens uit. De consument heeft ook allerm minst baat bij marktdominantie door een beperkt aantal spelers. Zwakke concurrentie zorgt voor marktverschraling en dus minder keuze", aldus Dierick.

Haar wetsvoorstel wordt gesteund door Unizo, Buurtsuper en Boerenbond. "Wij zijn al langer vragende partij voor een verbod op dergelijke buitensporige promoties. Dit heeft een negatieve impact op het imago van landbouwproducten. Door de acties van supermarkten lijkt voedsel niets te kosten. Deze perceptie klopt niet en moeten we met zijn allen voorkomen", klinkt het bij Boerenbond.

Bron: Eigen berichtgeving / Nieuwsblad

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