nieuws

Consumentenvertrouwen in lasagne is nog niet hersteld

nieuws

Hoewel uit de door Europa gecoördineerde controleactie naar vermenging van paardenvlees in vleesbereidingen bleek dat alle stalen in ons land conform zijn, heeft de verkoop zich nog niet hersteld. "We verkopen nog steeds opvallend minder lasagne dan ervoor", bevestigt warenhuisketen Makro in Het Laatste Nieuws. Voedingsproducent Ter Beke gaat extra promotie voeren.

24 APRIL 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:21

Lees meer over:
consument

Hoewel uit de door Europa gecoördineerde controleactie naar vermenging van paardenvlees in vleesbereidingen bleek dat alle stalen in ons land conform zijn, heeft de verkoop zich nog niet hersteld. "We verkopen nog steeds opvallend minder lasagne dan ervoor", bevestigt warenhuisketen Makro in Het Laatste Nieuws. Voedingsproducent Ter Beke gaat de kosten verder drukken om meer geld te kunnen steken in promotie.

Ruim twee maand is het geleden dat in tal van Europese landen paardenvlees werd gevonden in lasagne en ander kant-en-klaarmaaltijden, hoewel dat niet op de verpakking vermeld stond. Ook in ons land werden uit voorzorg vleesbereidingen, van merken die in andere lidstaten in opspraak kwamen, uit de winkelrekken gehaald.

"Intussen lopen nog altijd vele consumenten in een wijde boog om al die gerechten heen", schrijft Het Laatste Nieuws. Volgens de krant komt Ter Beke - marktleider met het lasagnemerk Come a Casa - pas op 8 mei met "dramatische" kwartaalcijfers naar buiten, maar bevestigt het bedrijf nu al dat het tijdelijk zal beknibbelen op de eigen uitgaven aan leveranciers. Door onderhandelingen met die leveranciers én kleine besparingen op vlees, kruiden en verpakkingen hoopt Ter Beke minstens twee procent van de huidige kosten te drukken.

Dat vrijgekomen geld gaat vervolgens naar (supermarkt)promoties die de verkoop van lasagne en aanverwante gerechten moeten aanzwengelen. Ook komt op elk product een sticker die de consument moet verzekeren dat de kwaliteit ervan 100 procent onberispelijk is. "Wat in dit geval geen holle leuze lijkt: op geen enkel moment was Ter Beke bij het paardenvleesschandaal betrokken", aldus de krant. Volgens Makro moet het verschil in verkoopcijfers voor Come a Casa en andere lasagnemerken nog altijd uitgedrukt worden in dubbele cijfers.
Chris Moris van FEVIA, de Belgische federatie van de voedingsindustrie, nuanceert: "Het verbruik van lasagne heeft zich in Europa snel hersteld, met uitzondering van het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Zwitserland. Maar deze landen zijn voor onze producenten van bereide maaltijden geen belangrijke exportmarkten." Hij twijfelt er niet aan dat de verkoop zich uiteindelijk volledig zal herstellen. Opmerkelijk, de consument die momenteel lasagnes mijdt, kiest bij Makro wel massaal voor paardenvlees waarvan men ontdekt heeft dat het goedkoop en gezond is.

Bron: Het Laatste Nieuws

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 |