nieuws

Delhaize beschimpt Prijsbarometer Colruyt

nieuws

Delhaize heeft kritiek op de Prijsbarometer die Colruyt vorige week lanceerde. “Ze houden geen rekening met huismerken en vergroten de kleine prijsverschillen uit”, luidt het. Om dit te bewijzen voerde Delhaize zelf een klein testje uit. Colruyt reageert dat Delhaize daarin zelf een steek liet vallen. “Ze houden geen rekening met onze promoties en rode prijzen.”

7 DECEMBER 2010 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:13

Lees meer over:
voedingsindustrie
consument
marketing

Delhaize heeft kritiek op de Prijsbarometer die Colruyt vorige week lanceerde. “Ze houden geen rekening met huismerken en vergroten de kleine prijsverschillen uit”, luidt het. Om dit te bewijzen voerde Delhaize zelf een klein testje uit. Colruyt reageert dat Delhaize daarin zelf een steek liet vallen. “Ze houden geen rekening met onze promoties en rode prijzen.”

Vorige week lanceerde Colruyt de Prijsbarometer om de prijsvoordelen van winkelen bij Colruyt duidelijk te maken. Hiermee blies het warenhuis de prijzenoorlog tussen de drie grote supermarktketens in België nieuw leven in.

Delhaize reageert bits op de zet van Colruyt. “Ze spelen het spel niet eerlijk”, luidt het in Gazet van Antwerpen. “Colruyt houdt in zijn Prijsbarometer geen rekening met het koopgedrag van consumenten in de verschillende winkels. Uit een analyse die wij uitvoerden, blijkt immers dat onze klanten hun mandje per bezoek voor de helft vullen met producten van ons huismerk. In Colruyt kunnen consumenten alleen duurdere nationale merkproducten kopen want die winkel heeft geen huismerk. Als klanten van Delhaize kiezen voor het huismerk, winkelen ze goedkoper bij ons.”

Bovendien is Delhaize het niet eens met het prijsverschil van negen tot tien procent op identieke nationale merkproducten, dat de Prijsbarometer aangeeft. Uit de kleine test met 27 courante producten die Delhaize als reactie uitvoerde, blijkt het verschil veel kleiner. “Voor dezelfde merkenmand betaal je bij Colruyt slechts 1,72 euro of 2,5 procent minder”, stelt Roel De Kelver van Delhaize in De Standaard.
Test-Aankoop begrijpt de kritiek van Delhaize. “Colruyt gaat bij de berekening van zijn Prijsbarometer inderdaad uit van de vergelijkingsmethode die hem het beste uitkomt. Toch betwijfel ik dat Delhaize bij een andere berekening de goedkoopste zou zijn”, vertelt Nico De Bie in Gazet van Antwerpen. “Het klopt dat klanten niet alleen merkproducten, maar ook huisproducten kopen. Als je daarmee rekening houdt, krijg je inderdaad een genuanceerder prijsbeeld.”
Colruyt kaatst de kritiek van Delhaize terug. “We houden inderdaad geen rekening met hun huismerken, we vergelijken alleen wat we kunnen vergelijken. Delhaize houdt in zijn berekening trouwens ook geen rekening met onze rode prijzen en promoties”, reageert commercieel directeur van Colruyt Jean-Pierre Roelands.

Bron: Gazet van Antwerpen/De Standaard

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 |