nieuws

Delhaize: "Een lageprijzenoffensief was noodzakelijk"

nieuws

Delhaize heeft het moeilijk. De concurrentie van discounters en Colruyt neemt toe, terwijl het lageprijzenoffensief van begin dit jaar meer slecht heeft gedaan dan goed. Topman Pierre-Olivier Beckers geeft in De Tijd toe dat Delhaize de laatste jaren misschien te veel gefocust heeft op prijs, al blijft hij erbij dat een “inhaalbeweging” noodzakelijk was.

27 AUGUSTUS 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:19

Lees meer over:
distributie

Delhaize heeft het moeilijk. De concurrentie van discounters en Colruyt neemt toe, terwijl het lageprijzenoffensief van begin dit jaar meer kwaad dan goed heeft gedaan. Topman Pierre-Olivier Beckers geeft in De Tijd toe dat Delhaize de laatste jaren misschien te veel focuste op prijs, al blijft hij erbij dat een “inhaalbeweging” noodzakelijk was. Het gerucht dat Delhaize zou worden overgenomen door Ahold, ontkent hij.

Delhaize heeft al heel wat klappen gekregen in de concurrentiestrijd op de Europese en Amerikaanse retailmarkt, maar blijft vechten. Dat is de boodschap van Beckers in De Tijd. Het prijzenoffensief dat Delhaize begin dit jaar aankondigde, moest zijn positie op de markt verbeteren, maar bleek ze in tegendeel nog te verzwakken. De strategie strookte immers niet met het imago van ‘de betere supermarkt’. “Ik geef toe dat we de laatste jaren misschien te veel op prijs gespeeld hebben. Maar het prijsverschil tussen Delhaize en zijn concurrenten was echt te groot. Een inhaalbeweging was noodzakelijk.”

Besparen was dan ook nog steeds de boodschap tijdens de presentatie van de halfjaarresultaten, maar dan zonder in te boeten op service en kwaliteit. “We zijn het niet gewoon om onze eigen kosten op dagelijkse basis te monitoren, maar zullen het nu toch gewoon moeten worden. Dit wil echter niet zeggen dat Delhaize een soort Aldi-

plus zal worden. Eerder zullen we evolueren in de richting van onze keten Alfa Beta in Griekenland, die het erg goed doet door een combinatie van competitieve prijzen, kwaliteitsvolle producten en goede service."
Wat de evolutie van de economische situatie betreft, is Beckers weinig hoopvol. Die zal volgens hem nog enkele jaren aanhouden. "De koopkracht van de consument is verzwakt en zijn aankoopgedrag is veranderd. Het aandeel uitgaven aan gsm's en smartphones is erg toegenomen en vermindert niet door de crisis. In plaats daarvan bespaart de consument op andere uitgavenposten, zoals voeding. Ook daarom is onze strategie van prijsverlagingen de laatste jaren noodzakelijk geweest."
Over het gerucht dat Delhaize zou worden overgenomen door Nederlands concurrent Ahold, is Beckers ten slotte kort. "Onze beurskoers is laag en dat stemt ons ontevreden. Maar dat wil nog niet zeggen dat we overgenomen worden."

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