nieuws

Delhaize kondigt nog maar eens prijsverlagingen aan

nieuws

Delhaize lanceert een tweede golf van prijsverlagingen, ditmaal voor babyproducten en frisdranken. Een maand geleden kondigde de supermarktketen al prijsverlagingen aan voor meer dan 300 producten van nationale merken. Het is volgens Delhaize niet de bedoeling een prijzenoorlog te ontketenen. Volgens de keten is er "nog munitie is om de prijzen verder te verlagen".

21 MAART 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:17

Lees meer over:
distributie

Delhaize lanceert een tweede golf van prijsverlagingen, ditmaal voor babyproducten en frisdranken. Een maand geleden kondigde de supermarktketen al prijsverlagingen aan voor meer dan 300 producten van nationale merken. Het is volgens Delhaize niet de bedoeling een prijzenoorlog te ontketenen. Gevraagd of er nog prijsverlagingen aan zitten te komen, luidt het dat "er nog munitie is om hier nog verder in te gaan". Delhaize België voert vanaf 22 maart een blijvende prijsvermindering door op meer dan 100 producten van nationale merken van babyproducten en frisdranken. De prijsverlaging bedraagt gemiddeld 7 procent, met uitschieters tot 13 procent. Delhaize wil met de prijsverlagingen de klant duidelijk maken dat het qua nationale merken scherp staat geprijsd, en dat in combinatie met de huismerken klanten het voordeligst winkelen bij Delhaize, aldus een woordvoerder.

Zijn de prijsverlagingen een reactie op de komst van de Nederlandse keten Albert Heijn? "Nee, we geloven in onze eigen strategie. We gaan die niet aanpassen door de komst van een nieuwe speler", aldus de woordvoerder. Het bedrijf ontkent dat er sprake is van een prijzenoorlog die wordt gestart. Bij de presentatie van de jaarcijfers

van de Delhaize-groep raakte bekend dat het bedrijf in België marktaandeel kwijt speelde en dat de focus op verdere prijsverlagingen zal liggen.
Retailspecialist Gino Van Ossel van de Vlerick Management School bevestigt dat de prijsverlaging van Delhaize geen aanzet is tot een prijzenoorlog. “Daar is pas sprake van als ze voor de nationale merken onder de prijzen van Colruyt duiken. Dan zou Colruyt verplicht moeten volgen”, meent hij. Volgens hem gaat het om een voortzetting van de koers die de supermarktketen al sinds 2008 voert. “Vanaf dan is Delhaize gestart om de prijzen van vooral merkproducten te verlagen”, stelt hij.
Van Ossel meent dat de keten via deze prijsverlagingen komaf wil maken met haar duur imago. “Het is bovendien geen toeval dat dit in de categorie frisdrank en babyproducten gebeurd. Delhaize wil gezinnen met kinderen terugwinnen. Een product zoals pampers is belangrijk voor switch-gedrag”, klinkt het. De retailspecialist zegt wel dat deze actie de strijd tussen de grote supermarktketens verhevigt. “De marges staan onder druk”, alsnog Van Ossel.

Bron: Belga

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 |