nieuws

"Delhaize mikt niet op Aldi, maar op Colruyt"

nieuws

Colruyt blijft volgens Test-Aankoop de goedkoopste supermarkt. Dit jaar laat het ook Makro achter zich in de categorie van de merkproducten. "Dat is geen verrassing omdat die twee elkaars prijzen heel nauwgezet volgen", zegt retailexpert Gino Van Ossel, die een verregaande conclusie trekt: "Van Colruyt kan je nooit winnen op prijs".

21 SEPTEMBER 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:09

Lees meer over:
distributie

Colruyt blijft volgens Test-Aankoop de goedkoopste supermarkt. Dit jaar laat het ook Makro achter zich in de categorie van de merkproducten. "Dat is geen verrassing omdat die twee elkaars prijzen heel nauwgezet volgen", zegt retailexpert Gino Van Ossel, die een verregaande conclusie trekt: "Van Colruyt kan je nooit winnen op prijs".

Toch onderneemt Delhaize een poging om de Halse supermarktketen het vuur aan de schenen te leggen op het vlak van prijszetting. "Delhaize had geen andere keus omdat consumenten steeds prijsgevoeliger worden. Colruyt rekende het ook uit voor hen: vijf euro per week verschil, dat is meer dan 260 euro op jaarbasis. Wie desondanks toch bij Delhaize bleef winkelen, voelde zich schuldig", analyseert Van Ossel in Het Nieuwsblad.

Om de prijzen te doen zakken, moest Delhaize zwaar snoeien in het erg brede assortiment. In de beste dagen ging het om 21.000 producten, tegenover 8.000 tot 10.000 bij Colruyt. Vandaag zijn er bij Delhaize nog 18.000 producten. "Daar ging het conflict met Unilever ook over. A-merken krijgen minder plaats ten voordele van huismerken. En Delhaize heeft effectief de prijzen verlaagd, waardoor de harddiscounters Aldi en Lidl allang niet meer de goedkoopste zijn", aldus Van Ossel.

De retailkenner gaat ervan uit dat Delhaize zich meer haar strategie niet meer richt op Aldi en Lidl, maar wel op Colruyt. "Al zal niemand bij Delhaize dat bevestigen", klinkt

het. De prijskloof helemaal dichtrijden is volgens Van Ossel onmogelijk. "Door de sobere inrichting van de winkels en de manier van werken zal Colruyt altijd de laagste kostenstructuur hebben. Maar Delhaize heeft wel nog ruimte om de prijzen te verlagen. Ja, ik koop ook mijn pampers bij Delhaize en merk dat het prijsverschil met Colruyt bijzonder klein geworden is".
En hoe moet het verder met Carrefour? De resultaten bij de prijsvergelijking van Test-Aankoop zijn teleurstellend voor de Franse keten, maar toen de enquête werd uitgevoerd was het merk Carrefour Discount nog niet gelanceerd. "Carrefour België moet cash genereren om investeringen in opkomende landen als China te financieren. Maar de Belgische divisie heeft nauwelijks genoeg geld om haar supermarkten te renoveren. Er is potentieel om succesvol te zijn, maar het geduld van Parijs is niet eindeloos".

Bron: Het Nieuwsblad

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 |