nieuws

# Delhaize onttroont Carrefour als grootste keten

nieuws

Delhaize heeft in het tweede kwartaal Carrefour van de troon gestoten als grootste supermarktketen van het land. Dat blijkt uit cijfers van het marktonderzoeksbureau AC Nielsen die De Tijd kon inkijken. AC Nielsen houdt bij zijn vergelijking rekening met alle winkels die onder één logo opereren.

4 AUGUSTUS 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:08

Lees meer over:
distributie

Delhaize heeft in het tweede kwartaal Carrefour van de troon gestoten als grootste supermarktketen van het land. Dat blijkt uit cijfers van het marktonderzoeksbureau AC Nielsen die De Tijd kon inkijken. AC Nielsen houdt bij zijn vergelijking rekening met alle winkels die onder één logo opereren.

Delhaize won van april tot en met juni op jaarbasis 0,31 procentpunt marktaandeel en kwam uit op 25,37 procent. Carrefour zakte 0,37 procentpunt tot 25,19 procent. Uitdager Colruyt ging 0,89 procentpunt vooruit tot 23,67 procent. Het is voor het eerst dat de Brusselse retailer de grootste keten van het land is, vóór Carrefour. Sinds de Franse groep vlak na de millenniumwissel de hand legde op de Belgische marktleider GB verloor ze zeker 5 procentpunt marktaandeel.

De voorbije jaren is Delhaize steeds blijven hangen rond een marktaandeel van 25 procent. Van een piek eind 2006 op 26,2 procent, ging het vanaf midden 2007 wel even bergaf. De opkomst van hard discounters Aldi en Lidl en het succes van lageprijzenspecialist Colruyt speelden de groep parten. Ze sukkelde met een prijzig imago en verloor terrein.

Sinds vorig jaar heeft de top van Delhaize echter een versnelling hoger geschakeld. Zo is er beduidend meer gecommuniceerd over prijs en is er fors geïnvesteerd in eigen merken, zoals het goedkope 365 waarmee de keten zich uitgesproken positioneert

naast de hard discounters. In de winkel afficheert de groep bijvoorbeeld 'zelfde prijs als bij Aldi, hier is het beter'.
De agressievere aanpak is opvallend. In het begin van het jaar kwam Delhaize nog in conflict met de merkenleverancier Unilever over prijs- en afnameafspraken. Een tijdlang boycotte Delhaize zelfs de producten van Unilever, een drastische en fel gemediatiseerde ingreep, maar wel een die bij de consument de indruk wekte dat Delhaize ver ging om een goede prijs te bieden.
In combinatie met enkele geslaagde spaaracties, zoals de Smurfen-stickers vorig jaar en de Disney/Pixar-speelkaarten vandaag, heeft dat ervoor gezorgd dat Delhaize ondanks de recessie en de bezuinigende consument de voorbije kwartalen weer voorzichtig marktaandeel is beginnen te winnen.
Op de achtergrond zijn de echte prijsbrekers, de 'hard discounters' Aldi en Lidl, de grote verliezers. Dat is opmerkelijk gezien de toenemende prijsgevoeligheid van de consument door de crisis. Maar het probleem, aldus De Tijd, zit vooral bij Lidl. Die keten puurde de voorbije jaren mooie groeicijfers uit een snelle expansie, maar daar is stilaan een eind aan gekomen.

**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