nieuws

Delhaize verwijdert pancartes onder druk van Unilever

nieuws

Het conflict tussen Delhaize en Unilever verloopt op het scherp van de snee. De supermarktketen heeft in zeven haasten de bordjes verwijderd met verwijzingen naar alternatieve producten. "We hebben hen geïnformeerd over onze visie, en gevraagd de pancartes weg te nemen", zegt woordvoerster Aurelle Gerth van Unilever in Het Laatste Nieuws. Of daarbij veel druk werd uitgeoefend? "Dat viel mee. Ze zagen zelf in dat ze juridisch niet sterk stonden".

12 FEBRUARI 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:07

Lees meer over:
voedingsindustrie
distributie

Het conflict tussen Delhaize en Unilever verloopt op het scherp van de snee. De supermarktketen heeft in zeven haasten de bordjes verwijderd met verwijzingen naar alternatieve producten. "We hebben hen geïnformeerd over onze visie, en gevraagd de pancartes weg te nemen", zegt woordvoerster Aurelle Gerth van Unilever.
En dus kregen alle Delhaize-uitbaters woensdag nog voor het opgengaan van de winkels het advies van de hoofdzetel om de bordjes 'onmiddellijk en zonder uitzondering' te verwijderen. "Dit nalaten kan aanleiding geven tot hoge boetes", luidde de waarschuwing. "En hou er rekening mee dat u in de loop van de dag controle kan krijgen van een deurwaarder". Volgens Unilever ging het om afbrekende reclame, die in strijd zou zijn met de eerlijke handelspraktijken.
De démarche van Unilever verhitte de gemoederen nog meer, want bij Delhaize had men zich nog maar pas verslikt in zijn koffie. In alle Vlaamse kranten plaatste Unilever een paginagrote advertentie met de boodschap: 'Spijtig genoeg uit de rekken bij Delhaize - Gelukkig wel volop in de rekken bij de andere supermarkten'. Topman Paul

Polman van Unilever had ongetwijfeld iets anders in gedachten toen hij onlangs uitriep dat zijn bedrijf meer en beter moest adverteren, merkt De Tijd op.
Het bericht dat Delhaize na mislukte onderhandelingen goed 250 van de 400 Unilever-referenties uit zijn Belgische winkels weert, is de hele wereld rondgegaan. Van The Wall Street Journal tot Australian Food werd gemeld hoe beide partijen bekvechten over prijzen en assortimenten. Analisten zijn het erover eens dat Unilever in een kwetsbare positie verkeert.
Al jaren volgt reorganisatie er op reorganisatie en blijven de resultaten achter op die van de concurrentie. De ellende begon tien jaar geleden toen de toenmalige toplui hun ambitieuze groeiplan 'Path to Growth' voorstelden. Dat hield in dat 1.600 kleine merken weggesnoeid werden en tegelijk miljarden werden geïnvesteerd in dure overnames. Het plan was er wel, maar de groei bleef uit.
Wel werd de duale Brits-Nederlandse structuur opgegeven, en sinds 2005 ging Unilever door met nog slechts één topman: Patrick Cescau. Die deed net hetzelfde als zijn voorgangers, met name snoeien, saneren en opnieuw reorganiseren. Tussendoor werden de Belgische en Nederlandse organisaties samengevoegd "om meer schaalvoordelen te creëren, die moeten helpen bij onderhandelingen met handelspartners". Daar lijkt voorlopig dus flink tegen te slaan.
Niet dat de spanningen enkel tussen Delhaize en Unilever hoog oplopen. Intussen raakte bekend dat een gelijkaardige veldslag tussen Carrefour en Kellog's maar op het nippertje kon vermeden worden.

Bron: Het Laatste Nieuws/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