nieuws

Festival van foute wijnen in supermarkten

nieuws

Honderden flessen wijn, opvallende presentaties, glossy folders en stevige kortingen: het wijnfestivalseizoen is duidelijk op gang geschoten in de supermarkten. Maar wie van plan is om dezer dagen zijn wijnvoorraadje in te slaan, kijkt beter goed uit. De aanbiedingen in de folders blijken niet altijd overeen te komen met wat daadwerkelijk wordt verkocht in het rek. De Standaard deed een steekproef in Carrefour, Colruyt en Delhaize en stelde vast dat sommige promoties opvallend veel fouten bevatten.

20 SEPTEMBER 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:05

Wie van plan is om dezer dagen zijn wijnvoorraadje in te slaan op de wijnfestivals in de supermarkt, kijkt beter goed uit. De aanbiedingen in de folders blijken niet altijd overeen te komen met wat daadwerkelijk wordt verkocht in het rek. De Standaard deed een steekproef in Carrefour, Colruyt en Delhaize en stelde vast dat sommige promoties opvallend veel fouten bevatten.

Honderden flessen wijn, opvallende presentaties, glossy folders en stevige kortingen: het wijnfestivalseizoen is duidelijk op gang geschoten in de supermarkten. De supermarkten steken elkaar de loef af met fikse kortingen, exclusieve aanbiedingen en topwijnen voor een sterk verminderde prijs. Aanbiedingen die trouwens steeds vroeger in de winkel komen: tot vorig jaar beet Carrefour de spits af, nu begon Colruyt al op 10 september, een dag later gevolgd door Delhaize. Carrefour werd derde in rij, en trapte woensdag af.

Maar wat blijkt als je de informatie in de festivalfolders vergelijkt: niet zelden wijkt de informatie erin af van wat je werkelijk in de winkel vindt. De fouten gaan van minimaal - een medaille van een wijnconcours die vermeld wordt bij een fles in de folder, maar niet voorkomt op diezelfde fles in de winkel - tot ingrijpend: een jaargang 2004 of 2006, bijvoorbeeld, die verkocht wordt in de plaats van een in de folder aangekondigde 2005. Precies dat laatste is, bijvoorbeeld voor bordeauxwijn, van groot belang: het jaar 2005 staat daar te boek als een zeer goed jaar. 2005 is trouwens een gehypet jaar, voor heel

Frankrijk. De prijzen gingen daardoor de hoogte in. Het kan dus nogal wat uitmaken of je een 2005 dan wel een 2004 koopt - zeker voor de duurdere Franse flessen. De situatie is het ergst in de festivalfolder van Carrefours 'Groot Wijnfestival 2008', maar ook Colruyt en Delhaize laten steken vallen.
Carrefour zet in zijn wijnfestivalfolder 300 wijnen in promotie, maar van de 110 flessen die steekproefsgewijs gecontroleerd werden - bijna allemaal bordeauxs - bleken 26 flessen niet overeen te stemmen met de informatie in de aankondiging. Een kleine een op vier dus, en dat kan moeilijk nog een drukfout genoemd worden. Een van de frappantste fouten is wellicht een jaargang 2005 aankondigen, maar een andere, mindere jaargang in de rekken plaatsen.
Een goed voorbeeld is de aangekondigde Château Mazeyres 2005, een pomerol. Een wijn die bij concurrent Colruyt net geen 20 euro kost, in de catalogus Klassewijnen. Carrefour kondigt hem in de folder aan voor 11,99 euro, een verschil van maar liefst acht euro. Maar wat blijkt? De 2005 is helemaal niet te koop in de winkel, het gaat om een aantal flessen 2004 en vooral om Le Seuil de Mazeyres, de tweede wijn van het kasteel, en dat in 2004 en 2005.
Daarnaast is er niet erg zorgvuldig omgesprongen met de vermelding van toonaangevende wijngidsen bij bepaalde flessen in de folder. De supermarkt gebruikt de vermelding van de Franse Guide Hachette des Vins bij een fles, bijvoorbeeld, als kwaliteitslabel. Maar van de vijf vermeldingen die we vinden bij de bordeauxs, kloppen er slechts twee. Bij de andere drie gaat het om andere wijnen of andere jaargangen die vaak in andere edities van de wijngids worden vermeld.
Dezelfde onzorgvuldigheden zien we bij het vermelden van medailles van bepaalde wijnwedstrijden, vooral die van Bordeaux en Parijs. Vaak zijn de medailles niet terug te vinden op de fles of komen de jaartallen of organisatieplekken in de folder niet overeen met wat op de fles staat. De wijnaankoper van Carrefour, Francis Lerminiaux, slaakt een diepe zucht. En zegt dat het vooral de fout is van hun leveranciers.
"Kijk, als onze leveranciers net voor het wijnfestival een verkeerde jaargang leveren, kunnen we toch niet anders dan hem in de winkel brengen?" Maar dan zouden de klanten daar toch van op de hoogte mogen gesteld worden? "Dat gebeurt ook, via aankondigingen in de winkels". Daar hebben de journalisten van De Standaard bij hun steekproef in elk geval niets van gemerkt. En wat dan met de verkeerde wijngids- of medaillevermeldingen? "Dat kan, maar ook dat is de fout van onze leveranciers: zij bezorgen ons fiches met alle informatie over de wijn, en wij baseren ons daarop". En die informatie wordt dan niet meer gecontroleerd? "Meneer, wij controleren onze folder al tien keer, er zullen altijd probleemgevallen blijven".

Inderdaad. Want over probleemgevallen gesproken: nogal wat kopers klagen erover dat de wijnen die zij zoeken op dag één van het festival al uitverkocht zijn. "Dat kan", reageert Lerminiaux, "maar je hebt nu eenmaal mensen die meteen alles opkopen. Van alle festivalwijnen zijn er minimum 5.000 flessen ingevoerd. En trouwens, eerlijk gezegd, ik heb die klachten nog niet gekregen". Zou kunnen, maar op het gebied van voorradigheid heeft Carrefour niet zo'n beste reputatie.
Bij Colruyt is de situatie gunstiger. Die supermarkt plaatst in haar folder een kleine 100 wijnen aan goedkoper tarief en van de 22 die gecontroleerd werden - opnieuw voornamelijk bordeauxs - bleken er 4 niet helemaal in orde. Drie keer een jaargang 2006 die in de rekken stond in plaats van een aangekondigde 2005, en één keer 2004 en 2005 broederlijk naast mekaar voor dezelfde aanbieding. "Dat zijn geïsoleerde gevallen", reageert wijnaankoper Eric Van Rysselberghe. "Bij een van die gevallen - de Château Croix de Laborde 2005 - is er inderdaad een 2006 in de handel gekomen. Een vergissing. Maar we laten mensen er wel van proeven. En wie wil, kan zijn 2006 gewoon terugbrengen, en een waardebon ontvangen".
Een soortgelijk verhaal bij Delhaize, dat als beste uit de steekproef komt. Van 23 gecontroleerde wijnen op 100 bleek er slechts één niet in orde, naast twee kleine opmerkingen genre medaillevermelding en prijsvermelding in de winkel. "Heel vreemd", vindt wijnaankoper Stef Wauters. "Dit moet toeval zijn. Ik leg meteen contact met de supermarkt in kwestie".
Toeval of niet, drukfout of meer: het staat vast dat de consument wel eens met iets helemaal anders naar huis kan trekken dan wat zijn idee was. Kun je daar iets tegen doen, of pleit een vermelding in de folder zoals 'aanbieding geldig afgezien van drukfouten' de supermarktketens vrij? "Niet noodzakelijk", vertelt Ivo Mechels van Test-Aankoop. "Er is een verschil tussen een foutje maken - niemand is onfeilbaar - en manifeste onjuistheden schrijven".
"Wie een product aankondigt in nationale folders, moet dat voldoende in voorraad hebben - anders gaat het om 'lokvogelpraktijken'. In het geval van een verkeerde jaargang bijvoorbeeld, zou je een waardebon kunnen eisen om een gelijkwaardig product te krijgen - wat bij wijn niet makkelijk zal zijn. In elk geval moet de supermarkt haar klanten verwittigen: zowel aan de ingang, op de etalages als in het rek zelf", besluit Mechels.(KS)

Bron: De Standaard

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