nieuws

"Focus op prijzen mag niet raken aan levenskwaliteit"

nieuws

Meer dan 35 jaar was Arthur Goethals actief in het supermarktwezen. Nadat hij zich vorig jaar al uit zijn operationele functies heeft teruggetrokken bij Delhaize, geeft hij begin mei ook het voorzitterschap van de sectorfederatie Fedis over aan zijn opvolger, Jean Deleu. Hij vertrekt er op een moment dat de distributiesector, in het raam van de discussie over de koopkracht en de stijgende voedselprijzen, volop voor het voetlicht staat. "Hopelijk raakt de focus op de prijs niet aan de kwaliteit", luidt het.

26 APRIL 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:03

Meer dan 35 jaar was Arthur Goethals actief in het supermarktwezen. Nadat hij zich vorig jaar al uit zijn operationele functies heeft teruggetrokken bij Delhaize, geeft hij begin mei ook het voorzitterschap van de sectorfederatie Fedis over aan zijn opvolger, Jean Deleu. Hij vertrekt er op een moment dat de distributiesector, in het raam van de discussie over de koopkracht en de stijgende voedselprijzen, volop voor het voetlicht staat. En, in zeker opzicht ook, na een wat pijnlijke week. Want op 2 mei houden Delhaize en Carrefour de deuren noodgedwongen gesloten.

Het samenvallen van de Dag van de Arbeid en Hemelvaart op 1 mei zadelt Carrefour en Delhaize, de twee grootste distributiegroepen van het land, op met een kater vanjewelste Terwijl concurrenten zoals Colruyt, Aldi en Lidl een akkoord vonden met de vakbonden om op 2 mei de deuren te openen, slaagden Delhaize en Carrefour - waar de socialistische vakbond BBTK sterk staat - daar niet in. Hun super- en hypermarkten blijven dus gesloten. Die situatie zit Arthur Goethals bijzonder hoog.

"Verschijnt jullie krant op 2 mei?", vraagt hij, wanneer De Standaard het onderwerp aansnijdt. Ja, dus. "En de Post zal de kranten ook bezorgen op 2 mei", vervolledigt hij. "Dat bewijst toch dat die tweede mei niet ervaren wordt als een zon- of feestdag. Ik ben dan ook bijzonder ontgoocheld over wat er allemaal gebeurd is. De beslissing om van die dag een feestdag te maken, was verkeerd van bij het begin, en daarna zijn de verkeerde beslissingen zich blijven opstapelen".

Hoe voelt u zich bij wat er nu gebeurt? *Arthur Goethals:* Ik vind het een regelrechte schande dat sommige bedrijven wel open zullen zijn en andere niet, ook al boden ze aan hun werknemers dezelfde voorwaarden. De beslissing om te openen op 2 mei moest met unanimiteit genomen worden door de ondernemingsraad. Het volstond dus dat er een paar mensen gingen dwarsliggen om de opening te blokkeren. Ik vind dat een vorm van vakbondsdespotisme, een voorbeeld van misbruik van vakbondsmacht. En dat terwijl zo'n ondernemingsraad op geen enkele manier verantwoording moet afleggen voor de economische gevolgen. De beslissing om gesloten te blijven op 2 mei is niet in het belang van de consument en gaat ook in tegen de medewerkers van de bedrijven zelf, want het grootste deel van hun personeel wilde wel werken. Eigenlijk kun je het bijna gelijkstellen met een dag staking. Dat Delhaize en Carrefour niet kunnen openen op 2 mei, vervalst ook de concurrentie. Zij beginnen de maand mei met een dag achterstand ten opzichte van hun concurrenten. Het is voor hen niet alleen een commerciële, maar ook een logistieke afknapper. Hun eigen winkels zijn gesloten op donderdag en vrijdag, open op zaterdag, en dan weer gesloten op zondag. Terwijl hun geaffilieerden wél open zijn op vrijdag en zaterdag, en soms ook op zondag. Dat is logistiek allemaal niet eenvoudig.

Heeft die harde vakbondshouding bij Delhaize en Carrefour te maken met onderliggende sociale spanningen bij die bedrijven? Neen, dat denk ik niet. Het heeft meer te maken met de sociale verkiezingen, denk ik. We zijn nu binnen Fedis bezig met de voorbereiding van de volgende cao-onderhandelingen. Die gesprekken zouden volgens mij veel meer gevoerd moeten worden vanuit een langetermijnvisie. De distributiesector creëert veel banen: in 2007 is de werkgelegenheid er gestegen met 7 procent, dat zijn achtduizend jobs. Maar uit een studie die we hebben laten uitvoeren door McKinsey, blijkt dat de distributie niet als een innovatieve sector beschouwd wordt door jongeren op de arbeidsmarkt. Nochtans is het een sector die niet alleen banen, maar ook carrières kan creëren omdat er veel toekomstmogelijkheden zijn. Maar om er carrière te maken, moet je wel voldoen aan drie voorwaarden: je moet expertise verwerven, verantwoordelijkheid nemen en polyvalent zijn. Daar moeten we op werken. En daar moeten we met de sociale partners ook over praten. De onderhandelingen mogen niet alleen over de klassieke thema's zoals loon, werkdruk en flexibiliteit gaan. We moeten het ook hebben over de aanpassing van onze werkmethodes die nodig zijn om in te spelen op de vraag van de consument naar meer convenience en nabijheid. Dat betekent bijvoorbeeld dat we ook moeten praten over de openingsuren. Als we toegevoegde waarde willen creëren, moeten we meer flexibiliteit in die uren hebben, zij het wel een georganiseerde flexibiliteit. Je ziet al dat hoe langer

hoe meer winkels 's ochtends de deuren openen om halfnegen, of zelfs om acht uur, in plaats van om negen uur. Een winkel moet open zijn wanneer de klant wil komen. Die thema's moeten we ook durven aansnijden in de gesprekken met de vakbonden.

De voedingsdistributie staat ook midden in de storm van het debat over de verminderde koopkracht. Het klopt dat de prijs van sommige voedingsproducten, zoals melk en brood, recentelijk enorm gestegen is als gevolg van ontwikkelingen op de internationale markt. Maar los daarvan zijn de voedingsprijzen minder snel gestegen dan de algemene index. Tussen 1992 en 2007, dus de voorbije vijftien jaar, is voeding gemiddeld 1,5 procent per jaar duurder geworden, terwijl de index met 2 procent per jaar gestegen is. In die zin kun je zeggen dat we zelfs koopkracht gecreëerd hebben. Sinds september vorig jaar is de situatie omgekeerd. Maar dan nog stijgen de prijzen van voedingsproducten minder snel dan de grondstoffenprijzen, die maar 20 procent uitmaken van de uiteindelijke kostprijs van het product dat je koopt in de winkel. Mijn vrees is een beetje dat een onevenredig grote aandacht voor de prijs op termijn ten koste van de kwaliteit zal gaan.

Verwacht u dat de aandacht voor prijzen en koopkracht de concurrentie tussen de ketens nog gaat versterken? De concurrentie is al groot op onze markt. Samen met Duitsland en Denemarken zijn we het land waar de discounters het sterkst staan: zij hebben een marktaandeel van 40 procent. Ik denk trouwens dat die sterke concurrentie de grootste garantie is voor een correcte prijsvorming. Alle ketens hebben al op een of andere manier gereageerd op die concurrentie. Zo heeft Lidl nationale merken opgenomen in zijn aanbod om zijn marktaandeel uit te breiden, terwijl de grote ketens dan weer hun gamma generieke producten hebben uitgebreid. Maar als je daar altijd maar verder in gaat, altijd maar mikt op lagere prijzen, ga je uiteindelijk aan de kwaliteit raken. Dat kan toch niet de bedoeling zijn.

Wat zijn uw belangrijkste realisaties en ontgoochelingen geweest als voorzitter van Fedis? (lacht even, en zoekt in zijn papieren) Ik heb nog eens opgezocht welke prioriteiten ik drie jaar geleden had gesteld. Innovatie was er een van, naast een vereenvoudiging van de regelgeving door de overheid, meer samenwerking met regionale werkgeversorganisaties en het imago van de sector verbeteren. Ik denk dat we intussen als federatie meer naar buiten komen, dat we een opener beleid voeren, meer marktonderzoek doen enzovoort. De inspanningen in verband met innovatie zijn sterk gefocust geweest op alles wat met personeelsbeleid te maken heeft, zoals meer interne opleidingen. Mijn grootste ontgoocheling is de evolutie op regelgevend vlak geweest. Hier en daar zijn er wat regeltjes afgeschaft, maar heel wat dingen zijn ingewikkelder geworden. Dat is een gevolg van de regionalisering, die ondernemingen

die nationaal actief zijn veel geld kost. Ik denk dat je voor de opening van een grote vestiging in het Brusselse nu al zowat 35 vergunningen nodig hebt. Ik ben ook absoluut geen voorstander van een verschillend sociaal statuut aan weerszijden van de taalgrens.

Ziet u dan helemaal geen voordelen aan de regionalisering? Ik zie er niet veel. Ze zullen er misschien wel zijn, maar dan moet men me dat nog wel bewijzen.

Welke grote tendensen ziet u in het gedrag van de consument, waar de distributie zich aan moet aanpassen? Ik stipte ze daarnet al even aan. Convenience, of het gemak van de consument, wordt steeds belangrijker, zowel in het productengamma - denk aan bereide maaltijden, of maaltijden die ready to cook zijn - als in de manier van aankopen. Voor dat laatste gaan het internet en e-commerce zeker een verdere opmars kennen en steeds meer ingeburgerd geraken. Ook bij bestaande bedrijven, en ook in de voedingssector, waar sommige producten vlot verkocht kunnen worden via e-commerce. Wijn, bijvoorbeeld. Als je daarvoor je aanbod wil uitbreiden, maar 500 of 600 winkels moet bevoorraden, kost dat ontzettend veel geld. Dankzij e-commerce kun je je aanbod wel gevoelig uitbreiden zonder dat je je voorraden sterk moet vergroten. Een tweede belangrijke tendens is nabijheid. Ik woon zelf in een provinciestad, en zie daar bijvoorbeeld steeds meer winkelketens opduiken die je vroeger alleen in grote steden zag. Dat gaat een beetje gepaard met een consolidatie van verschillende enseignes. Het streven naar fair value is ook een belangrijke tendens. Vooral jonge mensen voelen zich aangetrokken door alles wat bio en fair trade is. Daar moet je als bedrijf niet alleen op reageren, je moet er ook proactief op inspelen. Mensen worden gevoeliger voor alles wat er in de wereld rondom ons gebeurt. De distributie, die helemaal op het einde van de keten van producent naar consument zit, kan daar iets bijbrengen.

Hoe ziet u de distributiesector over tien jaar? Zullen er dan bijvoorbeeld nog kassiersters in de supermarkten zijn? Ja hoor. Hoewel ze dan misschien meer zullen werken als hostessen dan als kassiersters. De distributie heeft de voorbije 35 jaar een hele evolutie gekend, in het aanbod van producten én in de manier waarop die worden aangeboden. Het zal altijd een arbeidsintensieve sector blijven, maar de aard van de functies moet en zal veranderen, er zullen andere accenten gelegd worden. Waarmee we weer belanden bij het belang van de gesprekken met de sociale partners.(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