Ongekende kostprijsstijgingen, maar Delhaize verlaagt prijzen van 500 producten

Op het moment dat grondstoffen- en energieprijzen de pan uitswingen, kondigt Delhaize prijsverlagingen aan van 5 tot 30 procent op 500 basisproducten van zijn huismerk. Ook Colruyt blijft de laagste prijs garanderen, maar verliest op groepsniveau wel 5 miljard euro beurswaarde. Ondertussen blijkt uit cijfers van de Europese Commissie dat al 44 procent van de Europese voedingsleveranciers slachtoffer is geworden van vergeldingsmaatregelen door retailers.

15 JUNI 2022 – LAATSTE UPDATE 15 JUNI 2022 22:56

Lees meer over:
supermarkt
voedingsindustrie
agrovoedingsketen
handel



Prijzenoorlog ligt op de loer

"De oorlog in Oekraïne zorgt voor een nooit gezien energiecrisis, de prijzen voor grondstoffen gaan door het dak, en ook de inflatie klopt alle records. Meer dan ooit staat het huishoudbudget van consumenten onder druk en neemt de koopkracht van gezinnen af", verantwoordt Delhaize zijn beslissing om de prijzen te verlagen van 500 basisproducten die klanten dagelijks nodig hebben, zoals melk, brood, eieren, boter, kaas en hesp.
“Wij focussen op onze eigen merken als een kwalitatief alternatief om de koopkracht van onze klanten te blijven garanderen en dat in alle productcategorieën. In tijden van hoge inflatie kunnen wij niet onverschillig toekijken hoe de consument zijn toevlucht neemt tot minderwaardige en minder gezonde producten”, legt CEO Xavier Piesvaux uit. Via ‘De Kleine Leeuwtjes’ wil Delhaize dit kenbaar maken. De prijsverlagingen worden doorgevoerd in alle winkels en ook online. Volgens de CEO gaat het niet om een stunt van een paar dagen.

> **“Op korte termijn kan dit goed nieuws betekenen voor de consument, maar dit trekt de hele sector in een neerwaartse spiraal**
>
> Pierre-Alexandre Billiet - Retailexpert

Retailexpert Pierre-Alexandre Billiet noemt dit in Het Laatste Nieuws geen goed idee. “Op korte termijn kan dit wel goed nieuws betekenen voor de consument, maar dit trekt de hele sector in een neerwaartse spiraal”, waarschuwt hij. “Ketens als Carrefour en Colruyt gaan op één of andere manier

moeten volgen, tenzij ze bereid zijn marktaandeel te verliezen. Daardoor zullen de winstmarges in de sector steeds kleiner worden. En ze waren al zo klein."
Volgens hem wordt een prijzenoorlog ontketend die slachtoffers zal maken. "Retailers gaan elkaar beconcurreren in een krimpende markt. Wie wint daarbij? Niemand, ze gaan samen richting de bodem", klinkt het resoluut. "Het businessmodel moet fundamenteel worden heruitgevonden, anders vallen er slachtoffers."
Billiet ziet dat de werknemers van de retailers wel eens de eerste slachtoffers zouden kunnen zijn. "Het is een kwestie van maanden vooraleer ze zich genoodzaakt zien tot reorganisaties. Dat kan tot een sociaal bloedbad leiden in een sector die 650.000 Belgen tewerkstelt. Zelfs het faillissement van een kleine retailer kan leiden tot het verlies van honderden tot duizenden jobs", meent hij. De retailexpert ziet vooral de kleine retailers sneuvelen in deze prijzenoorlog.
Maar dat is niet alles. "Als retailers geld verliezen, kunnen ze een hele keten meesleuren in hun val. Ik ben al door tientallen producenten opgebeld die twijfelen of ze nog wel willen verkopen in België tegen zulke lage marges. Ook dat kan wegen op de tewerkstelling. In dat opzicht zijn prijsdalingen geen puur economisch probleem meer, maar een socio-economisch probleem", besluit Billiet.



Uitgelicht

"Ligt er morgen nog brood op de plank?"

Opinie

Bart Buysse roept in een opiniestuk alle partners in keten op om verder te kijken dan de korte termijn en te blijven samenwerken aan een duurzame toekomst. "Onze bedrijven moe...

1 FEBRUARI 2022

Lees meer

"Constant gevecht met laagsteprijsgarantie"

Op Radio 1 kwam Jorg Snoeck van RetailDetail tot een gelijkaardige conclusie bij het nieuws over de forse winstdaling (-28,3%) die Colruyt Group eerder deze week aankondigde. "Colruyt is constant in gevecht met zijn laagsteprijsgarantie. Overal de goedkoopste zijn, is onmogelijk. Dat wordt ook duidelijk als je ziet hoe moeilijk ze het krijgen op de plaatsen waar Jumbo en Albert Heijn een winkel opent."
Nu de inflatie toeneemt en de koopkracht daalt, kiezen meer consumenten om bij Colruyt te gaan kopen, terwijl er tijdens de coronapandemie eerder werd gekozen voor buurtwinkels en die heeft Colruyt niet. "Dat betekent dat de Halse supermarktketen wel marktaandeel wint, maar door de laagsteprijsgarantie dalen ook de marges in een tijd dat alles duurder wordt. Daardoor keldert de winst", aldus Snoeck. "Op die manier heeft Colruyt al een kleine vijf miljard euro beurswaarde kwijtgespeeld."
De retailexpert wijst erop dat altijd de laagste prijs garanderen, vandaag eigenlijk onmogelijk is geworden. "Colruyt is dezelfde gebleven, maar de wereld is versneld. Colruyt denkt altijd heel goed na op voorhand, maar vandaag moet je eigenlijk doen, daarna leren van je fouten en dan aanpassen. Daardoor is de supermarktketen niet meer mee met de ontwikkelingen."

> **Colruyt is constant in gevecht met zijn laagsteprijsgarantie. Overal de goedkoopste zijn, is onmogelijk**
>
> Jorg Snoeck - RetailDetail

Veel voedingsbedrijven ervaren oneerlijke handelspraktijken

Uit een enquête van de Europese Commissie over oneerlijke handelspraktijken blijkt intussen dat 44 procent van de leveranciers van voedingsproducten al slachtoffer is geweest van vergeldingsacties door retailers. Met deze enquête wilde de Commissie de doeltreffendheid nagaan van de maatregelen die de lidstaten hebben genomen in het kader van de richtlijn rond oneerlijke handelspraktijken in de handelsrelaties in de landbouw- en voedselvoorzieningsketen, ook bekend als de UTP-richtlijn.
Uit de enquête blijkt dat een zeer grote meerderheid van de respondenten de richtlijn kent: het gaat om 74 procent van de primaire verwerkers in de Europese voedingsindustrie en zelfs 84 procent van de secundaire verwerkers. Minder goed nieuws is dat minder dan de helft ervan overtuigd is dat de UTP-richtlijn enige bescherming biedt.

Volgens Fevia, de federatie van de voedingsindustrie, bevestigt de enquête dat heel wat voedingsleveranciers af te rekenen krijgen met oneerlijke handelspraktijken, vooral vanwege retailers: 44 procent van de voedingsbedrijven kreeg er al mee te maken. Bij 19 procent kwamen die oneerlijke handelspraktijken van de groothandelaren en bij 17 procent van de primaire verwerkers. Wat de oneerlijke handelspraktijken zelf betreft,



nieuws

Fevia: ongeziene prijsstijgingen maken duurder voedsel onvermijdelijk

6 APRIL 2022

worden commerciële vergeldingsmaatregelen het meest vernoemd en onrechtmatig van de lijst schrappen van het assortiment neemt hier de eerste plaats in. Achterstallige betalingen en eenzijdige contractwijzigingen door de koper vullen het rijtje aan.
In België verbiedt de UTP-wet elke dreiging met vergeldingsmaatregelen en het uit het assortiment nemen van producten wordt als voorbeeld genomen. “Het is echter zeer moeilijk, bijna onmogelijk, voor een leverancier om de dreiging te bewijzen”, zegt Fevia. “Bovendien zal de vrees om de zakenrelatie met de afnemer in gevaar te brengen hem tegenhouden zijn toevlucht te nemen tot de wet. De ‘fear factor’ wordt in de enquête dan ook aangewezen als de belangrijkste reden om geen oneerlijke praktijken te melden.”

Bron: Belga / Het Laatste Nieuws / VRT / eigen berichtgeving

In samenwerking met: Delhaize

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
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 twitter page: https://twitter.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

---

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy

Webdesign by Code d'Or