

Oost-Vlaanderen hapt toe in eerlijke prijzenactie

nieuws

Om de actie 'Duim je mee' van Boerenbond en Landelijke Gilden meer kracht bij te zetten, organiseerden de Oost-Vlaamse afdelingen van beide organisaties vorige vrijdag twee lokale acties. Zowel bij een filiaal van Delhaize als Colruyt werden klanten aangespoord om Belgische producten te kiezen, en om bij het verlaten van de winkel met één van die producten op foto te gaan en het een duim te geven. Bedoeling is de consument bewuster te maken van de oorsprong van zijn kwaliteitsvol voedsel, en het eerlijke prijskaartje dat daaraan vasthangt. Wij hoorden tijdens een bezoek alvast niets dan positieve reacties bij de klanten, en ook Boerenbond en Landelijke Gilden spraken van “een succes”.

🕒 25 OKTOBER 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:18

Lees meer over:

voedingsindustrie

economie

handel

consument

zelfstandigen



Om de actie 'Duim je mee' van Boerenbond en Landelijke Gilden meer kracht bij te zetten, organiseerden de Oost-Vlaamse afdelingen van beide organisaties vorige vrijdag twee lokale acties. Zowel bij een filiaal van Delhaize als Colruyt werden klanten aangespoord om Belgische producten te kiezen, en om bij het verlaten van de winkel met één van die producten op foto te gaan en het een duim te geven. Bedoeling is de consument bewuster te maken van de oorsprong van zijn kwaliteitsvol voedsel, en het eerlijke prijskaartje dat daaraan vasthangt. Wij hoorden tijdens een bezoek alvast niets dan positieve reacties bij de klanten, en ook Boerenbond en Landelijke Gilden spraken van “een succes”.

Met de afficheactie 'duim je mee' wil Boerenbond samen met Landelijke Gilden de consument bewustmaken van de oorsprong van zijn voedsel, en aansporen om hoge kwaliteitseisen te vertalen naar een eerlijke prijs voor de producent. Sociale media zoals Twitter en Facebook moeten helpen om de boodschap te verspreiden door selfies te delen waarop je een landbouwproduct, of je landbouwbedrijf, een duim geeft. Die kunnen ook bekeken worden via de duimjemee-website, die de spil van de actie vormt. Hier vertellen landbouwers hun verhaal en kan je berekenen hoeveel van de winkelprijs naar de producerende landbouwer gaat. Om de actie nog meer ingang te laten vinden, is het ook de bedoeling dat de provinciale afdelingen van Boerenbond en Landelijke Gilden lokale duim je mee-acties organiseren. Vorige vrijdag gaf men in Oost-Vlaanderen alvast de aftrap met twee supermarktacties. Bij het verlaten van de supermarkt werd aan de klanten gevraagd om met een Belgisch product uit hun

winkelkarretje op de foto te gaan, en dat product een dikke duim te geven. Als beloning kregen zij een gratis zakje prei, droge worst, aardappelen of appels mee naar huis. “Zo promoten we elke sector nog eens extra”, aldus Landelijke Gilden.

Voor die lokale supermarktactie konden Boerenbond en Landelijke Gilden rekenen op de medewerking van lokale filialen van Delhaize en Colruyt. “Wij hebben aan slechts twee winkelketens gevraagd of ze wilden deelnemen aan de actie en twee keer kregen we direct een volmondig ja”, aldus Boerenbond Oost-Vlaanderen.

Regiomangager voor Colruyt David Dewinne bevestigt die bereidwilligheid om de Belgische landbouw te steunen. “We zijn natuurlijk als retailer niet verantwoordelijk voor de lage prijzen die door de Ruslandcrisis veroorzaakt zijn, maar we doen wel ons best om onze voedselproducenten door die moeilijke periode te helpen. Zo hebben we een minimum aankoopprijs ingevoerd op varkensvlees, en organiseerden we bulkacties om de verkoop van overschotten aan Conférences te stimuleren”.

Ook standaard een eerlijke prijs betalen hoort daarbij. “Duurzaamheid is ook een goede relatie opbouwen met je leveranciers, en dat kan niet als er verliezers zijn bij de prijsafspraken”. Daarom wil de warenhuisketen ook benadrukken dat het grote verschil tussen de prijs die de consument betaalt, en de prijs die de boer krijgt voor zijn product genuanceerd moet worden. “Dat verschil is uiteraard geen pure winst. Achter dat product steekt nog een hele logistieke keten die geld kost”. Een terechte opmerking, vond Boerenbond, die de nuance ook verduidelijkte op de vergelijkingspagina van de website duimjemee.

Het aanbod van de versmarkt is sowieso hoofdzakelijk Belgisch, zodat klanten wel automatisch met Belgische producten uit de winkel stappen. Al zijn ze zich daar heel vaak niet van bewust. “Om die reden kan de actie zeker helpen om consument en producent weer dichterbij elkaar te brengen”, zo klinkt het bij Colruyt. Ook de aanwezige landbouwers zijn het er zeker mee eens dat de consument opnieuw moet leren waar zijn voedsel vandaan komt. “Toen wij een tijdje geleden onze aardappelen verkochten in zakken van de Delhaize die we nog liggen hadden, vroegen mensen of wij ook aardappelen van de Delhaize verkochten.”

En de consument? Die lijkt de boodschap te snappen. We horen immers niets anders dan positieve reacties. “Het klopt dat we als klant niet altijd nadenken over de duurzaamheid van wat we kopen, en over wie voor dat voedsel zorgt. Maar vanaf nu zal ik er toch wel vaker bij stil staan, want ik steun het idee van eerlijke prijzen volledig”, aldus een bekeerde klant. Ook Boerenbond en Landelijke Gilden bevestigden dat de actie een succes was.

Meer info: [Duim je mee?](#)

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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)