

# Russische prijsstunter brengt Oekraïense kip mee naar België

nieuws

De Russische discounter Mere heeft zijn komst naar België aangekondigd en wil Aldi en Lidl het vuur aan de schenen leggen. Experts waarschuwen voor de gevaren van een prijzenoorlog die tot bij de boer gevoeld kan worden. Ook zou de Russische prijsvechter Oost-Europese producten aan de man willen brengen wat indruist tegen de duurzaamheidstrend die de laatste tijd opgang maakt. Experts reageren: "Duurzaamheid is een luxegoed."

🕒 2 JUNI 2021 – LAATST BIJGEWERKT OM 3 JUNI 2021 11:36

Lees meer over:  
supermarkt  
voedselprijzen



Vorige maand kondigde de Russische prijzenvechter Mere op [zijn website](#) aan de plannen aan om dit jaar nog tien vestigingen te openen in België. Het feit dat de website nog geen Frans- en Nederlandstalige versies heeft, wil zeggen dat de introductie zeker nog niet in een finale fase aanbeland is. In een interview met het Nieuwsblad geeft Jean-Claude De Gheest, bestuurder van de keten in ons land, aan in september de eerste winkel te willen openen in Opwijk.

De winkelketen Mere, die deel uitmaakt van de groep Torgservis en een zetel in Siberië heeft, is één van de grootste discountketens van Oost-Europa. In Rusland, Wit-Rusland en Kazachstan is de groep actief onder de merknaam 'Svetofor' en heeft volgens Russische bronnen 2.200 filialen. In 2017 breidde de Svetofor-groep haar werkgebied uit naar Oost-Europa en opende winkels in Roemenië, Polen en Litouwen. Sinds 2019 is de keten met de merknaam Mere ook aanwezig in Duitsland met vijf filialen. Tijdens de opening drie jaar geleden stond het publiek rijndik aan te schuiven.

“  
**De kip die we aanbieden komt van een boer uit Oekraïne die zijn maïsveld tot het laatste stukje grond benut**

Jean-Claude De Gheest - Bestuurder Mere in België

De Russische keten wil in ons land de concurrentie aangaan met Lidl en Aldi en pretendeert 20 procent goedkoper te zijn dan de Duitse concurrenten. Deze lage prijs zou gerealiseerd worden met een sobere winkelinrichting, een beperkt assortiment tot 2.000 artikelen die uitgestald staan op houten paletten of in kartonnen dozen. "In onze winkel betalen mensen voor de goederen, niet voor het imago van een merk", klinkt het op de website.



## Lagere lonen in Oost-Europa

Daarnaast laat De Gheest weten ook op prijsgebied te kunnen stunten door gebruik te maken van levensmiddelen van Russische of Oost-Europese komaf. “Dat de prijzen tot 20 procent goedkoper zijn dan in voornoemde warenhuizen is makkelijk te begrijpen. De lonen in het Oostblok liggen er een heel stuk lager. De kip die we aanbieden komt van een boer uit Oekraïne die zijn maïsveld tot het laatste stukje grond benut.”

Door ook producten van Oost-Europese origine aan te bieden druist Mere regelrecht in tegen de maatschappelijk trend van duurzaamheid die de laatste jaren aan populariteit wint en de groeiende behoefte aan producten van lokale origine. “Maar veel consumenten hebben helemaal geen boodschap aan duurzaamheid”, vertelt Stefan Van Rompaey van de gespecialiseerde retailwebsite RetailDetail. “Duurzaamheid is een luxegoed dat veel mensen zich niet kunnen veroorloven.”

De expert ziet wel mogelijkheden voor een nieuwe prijsvechter op de Belgische markt. “Lidl en Aldi schuiven toch op naar het middensegment met het gevolg dat daarachter ruimte vrijkomt.” Daarnaast speelt volgens hem ook nog het economische klimaat in de kaart van de Russen. “Mede door corona hebben veel mensen het financieel ook moeilijk gekregen en daar komt binnenkort misschien nog wel een inflatiegolf overheen.”

## Prijzenslag ook voor boeren voelbaar

Luc Ardies, algemeen directeur van BuurtSuper, de sectororganisatie van supermarkten, stelt op zijn beurt vraagtekens bij de haalbaarheid en vooral de toegevoegde waarde van een nieuwe supermarktketen. “België heeft de grootste supermarktdichtheid in Europa en dan moeten daar moet nog meer supermarkten aan toegevoegd worden? Daarbij hebben al deze supermarktketens goedkopere huismerken.”

“**Een nieuwe speler gaat vaak stunten met prijzen om marktaandeel te winnen. Andere supermarkten volgen en zo ontstaat een race to the bottom waar vooral de kleine KMO-supermarktbedrijven de dupe van worden**

Luc Ardies - Algemeen directeur van BuurtSuper

De belangenvertegenwoordiger vreest vooral de gevolgen van prijzenoorlog die met een lancering gepaald kan gaan. “Bij een introductie zie je vaak dat men met prijzen gaat stunten om zo marktaandeel te winnen. Het gevolg is dat andere supermarkten volgen en zo een race to the bottom ontstaat waar vooral de kleine KMO-supermarktbedrijven de dupe van worden. Dat zijn vaak franchisenemers die in het beleid van de franchiser mee moeten gaan.”

## Mogelijk een storm in een glas water

Deze prijzenslag kan vervolgens in de hele keten voelbaar worden tot aan de boer aan toe. “En dit terwijl er veel gepraat wordt over een betere prijs voor landbouwproducten. Boeren krijgen nu al te weinig betaald voor het werk dat zij leveren en de investeringen die zij erin steken”, vervolgt Ardies die voorstander zegt te zijn van het Franse model. “Daar is in 2019 paal en perk

gesteld aan de kortingsacties op groente en fruit. 1+1 gratis acties mogen niet langer toegepast worden op groente en fruit in Frankrijk.”

Volgens Van Rompaey zal het zo'n vaart niet lopen. “Het zou uiteraard kunnen dat Aldi en Lidl zich opgejaagd voelen en verder met hun prijzen gaan stunten, waardoor er een domino-effect kan optreden dat inderdaad tot op het niveau van de boer gevoeld kan worden. Maar ik zie dat nog niet meteen gebeuren. Mere heeft enkele jaren geleden ook met veel bombarie zijn komst aangekondigd in Duitsland, maar daar zijn tot op heden nog maar vijf filialen geopend.”

**Bron:** Eigen verslaggeving / Het Nieuwsblad


## VILT vzw


Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles

## Contact


M • [info@vilt.be](mailto: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](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