nieuws

Streekproducten alsmaar populairder

nieuws

Streekproducten zitten in de lift. Niet alleen in buurtwinkels en delicatessenzaken groeit het aanbod, ook in supermarkten vind je steeds meer lekkers uit eigen streek.

7 JANUARI 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:20

Lees meer over:
consument
marketing
diversificatie
distributie

Streekproducten zitten in de lift. Niet alleen in buurtwinkels en delicatessenzaken groeit het aanbod, ook in de supermarkten vind je steeds meer lekkers uit eigen streek. Groenten en fruit van lokale boeren, kazen en bieren uit het naburige dorp. Maar ook koffie, mosterd, yoghurt, honing, pralines en artisanaal ijs behoren tot het steeds bredere gamma.
Hoe valt deze plotse populariteit te verklaren? "De negatieve gevolgen van de globalisering doen de consument op zoek gaan naar producten die hij vertrouwt, het liefst uit de eigen regio", zegt Christophe Sancy van retailmagazine Gondola. “Wat dicht bij huis wordt geproduceerd, boezemt meer vertrouwen in. Daarnaast beseft de klant ook dat hij lokale producenten vooruithelpt”. Jean-François Stevens van Spar is het daar mee eens: “Ik ben ervan overtuigd dat streekproducten een commerciële én maatschappelijk toegevoegde waarde hebben: als klant help je mee aan werkgelegenheid in de buurt en er worden minder vervuilende kilometers afgelegd.”
De supermarktketens spelen gretig in op de stijgende vraag naar ‘producten van bij ons’. Delhaize experimenteerde eerder al met een lokaal aanbod van producten die een band hebben met de regio van de supermarkt. Bij Carrefour namen enkele winkeldirecteurs zelf het initiatief. "In Herstal, Bergen en Soignies ligt een assortiment dat in een straal van 40 kilometer rond de winkel gemaakt wordt: Luikse stroop,

paardenmelk, confituur... We gaan nu per winkel bekijken of gelijkaardige initiatieven mogelijk zijn", zegt Carrefour-woordvoerster Vera Vermeeren.
Ook Lidl springt met het 'Ancienne Belgique'-gamma mee op de kar. Het bevat streekproducten van Belgische makelij, zoals ham en abdijkazen, bier, maar ook bereide gerechten zoals Gentse stoverij, Luikse balletjes en authentieke cuberdons, babelutten en mattentaartjes. "Dit jaar zullen we dat gamma nog uitbreiden", zegt woordvoerder Pieterjan Rynwalt. Streekproducten zijn dus op weg om volledig door te breken in 2013. De boodschap lijkt duidelijk: de consument is op zoek naar lokale, authentieke producten met een verhaal.

Bron: Het Laatste Nieuws

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