nieuws

Supermarktketens verbaasd over kus-actie van NGO's

nieuws

Oxfam-Wereldwinkels, Vredeseilanden en Max Havelaar vroegen woensdag aan voorbijgangers om elkaar of om een wildvreemde te zoenen. De actie moest bij de grootdistributie de liefde aanwakkeren voor eerlijke handel en Vlaamse producten. Door Fedis werd de actie op verbazing onthaald. De federatie van de distributiesector zegt veel fair-trade producten en producten van eigen bodem te verkopen. Bovendien is er regelmatig overleg met de NGO's en de landbouwsector, luidt het.

14 FEBRUARI 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:59

De kus-actie van een aantal NGO's die woensdag de supermarkten opriepen meer producten van Vlaamse boeren in de rekken te nemen én tegen eerlijkere prijzen, is op verbazing onthaald door de sector. De federatie van winkels, winkelketens, supermarkten en hypermarkten Fedis zegt veel fair-trade producten en producten van eigen bodem te verkopen.

"De supermarkten verkopen bijvoorbeeld 70 pct van de Max Havelaar-producten in ons land en ook het aantal producten van kleinere producenten vindt dankzij de supermarkten een relatief grote afzetmarkt. Bovendien werd binnen Fedis recent een commissie duurzaam ondernemen opgericht die geregeld overlegt met de NGO's. De sector is dan ook een beetje verbaasd over de kusactie van woensdag die zonder veel overleg georganiseerd werd", aldus gedelegeerd bestuurder Baudouin Velge van Fedis.

De drie organisaties Oxfam-Wereldwinkels, Vredeseilanden en Max Havelaar vroegen aan voorbijgangers om elkaar of om een wildvreemde te zoenen. De actie moest bij de grootdistributie de liefde aanwakkeren voor eerlijke handel in het algemeen, en voor producten van eigen bodem in het bijzonder, was de boodschap. "De supermarkten geven de NGO's een hartelijke kus terug", reageert Velge in dezelfde Valentijn-stijl.

Velge: "De actie focust in de eerste plaats op de relatie van de supermarkten met kleinere producenten uit het eigen land. Voor de huismerken die gemiddeld een derde van het assortiment in de supermarkt uitmaken, wordt vooral samengewerkt met

lokale producenten. De relaties van de supermarkten en hun leveranciers worden bepaald door gedragscodes die de handelaars zichzelf opleggen en die leiden tot lange termijnrelaties met (kleinere) producenten".
Eén van de pijnpunten die de NGO's aanhaalden, is de slechte prijszetting in de grootdistributie, ondermeer door concurrentie tussen ketens onderling. "Er is regelmatig overleg tussen de handelaars en de landbouwsector. Maar wij kunnen niet verkopen wat de mensen niet willen. Zo is er in Europa een melkplas en wil men in het spel van vraag en aanbod toch nog verkopen, dan moet men diversifiëren, zoals de kleinere producten doen met streekproducten", aldus Velge.
Doordat een aantal kleinere producenten in de ketens terechtkwamen, zijn zij trouwens uitgegroeid tot Europese spelers, aldus Velge. Getuige daarvan Sunco (limonade), Galler (chocolade), Gillian (chocolade), of nog Bister (mosterd).
Meer informatie: Achtergronddossier 'Naar een duurzamere relatie tussen boeren en supermarkten'

Bron: Belga

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 |