

Waarom hetzelfde product van hetzelfde merk in Europese supermarkten van prijs kan verschillen

We kennen één Europese markt, maar toch kunnen de prijzen van dezelfde producten verschillen in de Europese supermarkten. De Nederlandse online supermarktketen Picnic wilde hierop in spelen door buitenlandse producten aan te bieden aan haar Nederlandse klanten. Het bedrijf werd teruggefloten door de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) omdat de verplichte voedselinformatie en vermeldingen in het Nederlandse op het etiket moeten staan. Een terecht besluit van NVWA, vindt de Belgische federatie van de voedingsindustrie Fevia.

9 FEBRUARI 2023 – LAATST BIJGEWERKT OM 9 FEBRUARI 2023 12:57

Lees meer over:
voedingsindustrie
voeding
prijsvorming



De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) heeft de Nederlandse online supermarktketen Picnic teruggefloten. Onder het motto 'Op reis voor de beste prijs' konden klanten bij deze supermarktenketen bijvoorbeeld kiezen voor Duitse appelmoes van Hak. Het gaat om een product dat onder dezelfde naam ook in Nederlandse supermarkten terug te vinden is, maar in Duitsland aan een lagere prijs verkocht wordt.

"Normale supermarkten mogen dit niet omdat NVWA voorschrijft dat de verpakkingen in de moedertaal moeten zijn. Maar wij kunnen de etiketten vertalen in onze app, daarom kunnen wij ze wel aanbieden", laat Picnic weten.

De NVWA laat echter weten dat deze redenering niet klopt. "Zowel op de verpakking zelf als op het medium voor verkoop op afstand gelden de etiketteringseisen. Dus op beide plaatsen (zowel de website waar de consument de levensmiddelen aankoopt als de levensmiddelen zelf) dienen de verplichte vermeldingen in de Nederlandse taal te zijn gesteld", legt een woordvoerder uit.

"Oneerlijke concurrentie"

Picnic-topman Michiel Muller zegt in een reactie begrip te hebben voor de reactie van de Nederlandse evenknie van ons Voedselagentschap. "Ik snap wel dat ze dat moeten zeggen, maar dit is meer een politiek probleem dan een voedselveiligheidsprobleem." Door deze regels is de consument volgens hem de dupe van de macht van de grote fabrikanten die hetzelfde product in het ene land voor meer geld kunnen aanbieden dan in een ander land.

Fevia, de federatie van de Belgische voedingsindustrie sluit zich aan bij de kritiek van NVWA. Naast de kwestie van de etikettering wijst de belangenvertegenwoordiging op de concurrentieverhoudingen. "Bovendien is het een vorm van oneerlijke concurrentie met bedrijven die zich wel houden aan de lokale wetgeving en die in ons land een correcte prijs vragen, rekening houdend met de reële kosten om voeding te produceren."

Volgens Fevia zijn er verschillende redenen die het prijsverschil tussen de Europese landen verklaren, waarbij producten in België vaak het duurste uit de bus komen. "Dat bepaalde voedingsproducten in ons land gemiddeld duurder zijn dan in de ons omringende landen is helaas waar. En dat heel wat

Belgische consumenten daardoor grensshoppen evenzeer. Dat frustreert zowel voedingsfabrikanten als supermarkten", klinkt het bij Fevia dat onderstaande verklaringen geeft voor Europese prijsverschillen.

De Belgische lasagne aan taksen

Fevia: "Er geldt in België een lasagne aan taksen die elders in Europa niet gelden. Zo betalen Belgische voedingsbedrijven jaarlijks 350 miljoen euro verpakkingstaksen, die collega's in Frankrijk en Nederland niet kennen. Dit bedrag zou de overheid dit jaar doen stijgen naar 375 miljoen en 410 miljoen vanaf 2024."

Belgische handicaps

Fevia: "Voedingsproducenten en supermarkten kampen in ons land met een aantal structurele handicaps die het gewoon duurder maken om hier voeding te produceren en op de markt te brengen. Denk maar de loonkostenhandicap van 25 procent in 2021 ten opzichte van onze buurlanden en de energiekostenhandicap. Door de recente loonindexering is de loonkostenhandicap nog verder gestegen."

Producten met lokale ingrediënten

Fevia: "Voedingsproducenten spelen in op consumententrends en de vraag naar producten met lokaal geteelde ingrediënten is duidelijk één van die trends. Zo kan het dat voedingsproducenten in verschillende landen gelijkaardige, lokaal geproduceerde producten op de markt brengen, met een specifiek aan die markt aangepaste verpakking en marketingstrategie. Die lokale benadering en de lokale kostenstructuur bepaalt mee de prijs per markt."

Producten verschillen soms ook van land tot land

Fevia: "Voedingsproducenten houden rekening met de specifieke voorkeuren van consumenten. Die voorkeuren verschillen vaak van regio tot regio, door geschiedenis, door cultuur en ook door sociaaleconomische verschillen. Verschillende voorkeuren qua hoeveelheden, percepties en smaken zorgen er dus voor dat de producten soms ook verschillen per land."

Supermarkten bepalen de prijzen, niet producenten

Fevia: "Meer dan ooit is het duidelijk dat supermarkten en niet voedingsproducenten beslissen tegen welke prijs een product in de winkel ligt. Supermarkten doen dat op basis van hun eigen bedrijfsstrategie en die van hun concurrenten. Doordat zij de flessenhals zijn in het zandlopermodel van de agrovoedingsketen hebben zij buitensporig veel macht in de prijsonderhandelingen. Zo is in België zelfs de grootste voedingsproducent kleiner dan eender welke supermarkt."

België is een kleine markt met een grote concentratie aan supermarkten

Fevia: "Ons land is een kleine markt in vergelijking met buurlanden zoals Frankrijk en Duitsland. Dat schaalverschil heeft onvermijdelijk een impact op de prijzen."

Supermarkten hebben een dubbele rol met hun huismerken

Fevia: "Supermarkten zetten de voorbije jaren steeds meer in op producten die ze onder hun eigen huismerken verkopen en waarmee ze merkenproducten beconcurreren. Zo hebben supermarkten er zelf alle voordeel bij om die huismerken scherp te prijzen en merkproducten net aan een hogere prijs te verkopen."

Bron: Eigen berichtgeving/ RTL Nieuws

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 Who Owns The Zebra