nieuws

Warenhuisketens houden voedselprijzen kunstmatig hoog

nieuws

De voedselprijzen in ons land worden kunstmatig hoog gehouden. Zowel de voedingsindustrie als de detailhandel vergroten hun brutomarges bij dalende grondstoffenprijzen. Dat is de belangrijkste conclusie uit het jaarverslag 2010 van het Prijzenobservatorium, dat De Tijd en Het Belang van Limburg konden inkijken.

4 MAART 2011 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:14

Lees meer over:
distributie

De voedselprijzen in ons land worden kunstmatig hoog gehouden. Zowel de voedingsindustrie als de detailhandel vergroten hun brutomarges bij dalende grondstoffenprijzen. Dat is de belangrijkste conclusie uit het jaarverslag 2010 van het Prijzenobservatorium, dat De Tijd en Het Belang van Limburg konden inkijken.
De prijzen stijgen in België sneller dan in drie van onze buurlanden. Dat is in het bijzonder het geval voor energie, maar ook voor voedingsproducten die zo goed als nooit goedkoper worden. Daardoor lag de inflatie het voorbije jaar in België op 2,3 procent tegenover gemiddeld 1,4 procent in de buurlanden, zo blijkt uit het jaarverslag 2010 van het Prijzenobservatorium.

Op basis van gedetailleerd onderzoek naar een reeks producten blijkt dat warenhuizen de prijzen van levensmiddelen kunstmatig hoog houden. Als de grondstoffenprijzen stijgen, wordt dat bijna onmiddellijk doorgerekend in producten als chocola, koffie en melk. Anderzijds profiteert de consument zelden van het goedkoper worden van de grondstoffen. "Bij dalende grondstoffenprijzen zijn er dus aanwijzingen dat zowel de voedingsindustrie als de detailhandel de brutomarges vergroot", luidt het.
Supermarkten blijken hun prijzen zelfs sterker te verhogen dan op grond van de duurdere grondstoffen- en andere kosten (zoals lonen en energie) kon worden

verwacht. Het Prijzenobservatorium stelt dat de marges van de ketens daar wel bij varen, terwijl de consument tevreden wordt gehouden door de minimale verlaging achteraf - die niet eens in de buurt komt van de eerdere verhoging - handig te gebruiken in een reclamecampagne.

Alle winkelketens zouden zich volgens het Prijzenobservatorium bezondigen aan een dubbelzinnig prijsbeleid. In de periode 2006-2010 stegen de prijzen bij de harddiscounters (Aldi en Lidl) gemiddeld met 10 procent, bij de klassieke winkelketens (Carrefour, Colruyt en Delhaize) met 20 procent.
In het jaarverslag wordt gewezen op de grotere kloof tussen de harddiscounters die alleen maar huismerken hebben en de andere ketens die heel wat A-merken in de rekken hebben liggen. De prijzen van huismerken worden minder vaak aangepast en stijgen minder snel dan die van bekende merken. Bovendien wordt een prijsdaling van de grondstoffen wel doorgerekend in het huismerkenassortiment, terwijl de A-merken de eerdere prijsverhoging doorgaans 'als verworven' beschouwen. Volgens het onderzoek gaat het bijvoorbeeld om koffie, braadmargarine en chocolade.
Het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO) reageert met een pleidooi voor een betere prijzencontrole. "Het Prijzenobservatorium, opgericht binnen de federale overheid, moet een volwaardige en actieve rol spelen bij de analyse van de winsten die producenten en distributeurs maken", vindt OIVO. "Als bepaalde verkopers hun prijs verhogen terwijl de grondstoffen amper duurder geworden zijn, moet het observatorium die verkopers kunnen identificeren."
Het Prijzenobservatorium is zelf van mening dat de prijzen voor voedingsmiddelen "systematisch moeten worden opgevolgd". "Een monitoring is meer dan ooit aan de orde", citeert De Tijd. Minister van Ondernemen Vincent Van Quickenborne (Open Vld) kondigt maatregelen aan. Zo heeft de Raad voor de Mededinging een sectoronderzoek geopend naar de voedselprijzen in de supermarkten en naar eventuele prijsafspraken in de grootdistributie.

Bron: De Tijd/Belang van Limburg/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 |

Privacy policy

Copyright

Cookie Policy

Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada