

# Strijd om het schap bereikt nu ook Brussel

## Supermarkt doet met huismerk aan oneerlijke mededinging, vinden fabrikanten

Han Dirk Hekking  
Brussel

De strijd tussen levensmiddelenfabrikanten en supermarkten over huismerken heeft een EU-niveau bereikt. De Europese Commissie gaat bekijken of de eigen merken de concurrentiekracht van de leveranciers benadelen, zo is onlangs in Brussel overeengekomen.

Het is al geruime tijd onrustig in supermarktland. Dit jaar boycotte bijvoorbeeld de Belgische keten Delhaize enige tijd 250 producten van Unilever, door een uit de hand gelopen ruzie over verkoopvoorwaarden. Delhaize claimt dat de boycot het geen windeieren heeft gelegd: het wist zijn marktaandeel te verhogen.

Ruzies à la Unilever-Delhaize deden en doen zich in Nederland ook voor. Heineken, koekfabrikant Peijnenburg en drankenbedrijf Vrumona botsten alle met Albert Heijn, en hun producten verdwenen tijdelijk uit de schappen.

Daarbij deed Unilever van zich spreken door een grote promotieactie te beginnen voor zijn A-merken. Dat was mede een reactie op een campagne van supermarktconcern Albert Heijn, die vorig jaar de resultaten publiceerde van testen waarbij een panel de smaak

van AH's huismerk en die van het A-merk vergeleek. Meer dan de helft van de producten bij de grootste Nederlandse super is nu 'eigen merk'.

De opmars van huismerken gaat ten koste van de A-merken. In Nederland hebben de eigen merken inmiddels een marktaandeel van 25%, maar in sommige EU-lidstaten is dit al 40%.

De grote levensmiddelenfabrikanten proberen deze ontwikkeling tot staan te brengen en zijn naar de Europese Commissie gestapt om te klagen over de handelwijze van de supermarkten. Die ontwikkelen zich in plaats van een distributeur steeds meer tot directe concurrent van de fabrikant. Omdat de supers bepalen wat er in de winkel komt, hebben zij er belang bij de fabrikanten van A-merken af te knippen ten gunste van hun eigen merk.

Volgens betrokkenen loopt de voedingsmiddelenbranche inmiddels de deur bij de Commissie plat, om te klagen over oneerlijke concurrentie. Een door Brussel ingestelde werkgroep met vertegenwoordigers uit de voedingsmiddelenketen schetst dat een fabrikant supermarkten moet betalen voor introductie van nieuwe producten, of voor de schapruimte die

zo'n artikel inneemt. Het eigen merk hoeft dat natuurlijk niet. Daarmee subsidieert de levensmiddelenfabrikant in feite de producten die hem zware concurrentie aandoen, zo stelt de werkgroep.

In gesprekken met de Commissie heeft de industrie verder verteld over incidenten van namaak. Als een fabrikant een nieuw product op de markt brengt, dient hij daarover maanden van tevoren te overleggen om ruimte in de winkel te krijgen. Soms leidt dat ertoe dat de supermarktketen de maker van het A-artikel benadeelt door snel een soortgelijk product te introduceren, bij tijd en wijle eerder dan de bedenker.

De Commissie gaat de situatie nu bekijken. Of er maatregelen vanuit Brussel komen, moet nog blijken. Feit is wel dat de kwestie een nieuwe dimensie toevoegt aan het al langer lopende debat over de prijzen van voedingsmiddelen, de marktmacht van grote supermarkten en de positie van fabrikanten en boeren.

De Europese Commissie begon na de fikse stijging van de voedingsmiddelenprijzen in 2007 al een omvangrijk onderzoek naar het functioneren van de voedingsmiddelenketen in de EU. In de-

cember vorig jaar concludeerde Brussel dat die niet optimaal werkt. Supermarkten berekenen

**Na discussie over wie de beste marge heeft, begint nu debat over eerlijke mededinging door huismerken**

lagere prijzen van grondstoffen doorgaans minder snel door dan hogere prijzen. In oktober komt de Commissie met een follow-up van dit onderzoek.

De grootgrutters weten zich op voorhand al verzekerd van het boze oog van eurocommissaris van landbouw Mariann Fischer Boel. Zij heeft meermalen publiekelijk vraagtekens gezet bij het verschil tussen wat boeren krijgen voor hun producten, en wat de supermarkt er voor vraagt.

Maar bij het onderzoek naar de voedingsmiddelenketen zijn ook andere eurocommissarissen betrokken, zoals eurocommissaris van ondernemingen Günter Verheugen, Charlie McCreevy van interne markt, Neelie Kroes van mededinging en Joaquin Almunia van economische zaken. Zij staan genuanceerder in de zaak.