De gehaktmolen gaat aan

18-08-2016 14:43



Ten eerste leggen Ahold en Delhaize hun condities naast elkaar en dwingen ze met terugwerkende kracht tot 1 januari de laagste prijs van beide af bij de betreffende leveranciers. Maar daarnaast probeert de keten ook een compensatie te scoren voor het verschil (tot 15%) dat de twee de afgelopen jaren betaalden.

LEES OOK HET BLOG DAT IK OP LINKEDIN SCHREEF

In de Volkskrant vragen anonieme fabrikanten zich af of dat wel in overeensteming is met de erecode Eerlijke Handelspraktijken.

In DHZ kennen we dit soort praktijken uit de tijd dat DeNunzio namens Maxeda een Groeifonds oprichtte waar leveranciers verplicht aan moesten bijdragen.

Zie een bericht over het Groeifonds in MIX augustus 2005:

Groeifonds Praxis houd gemoederen bezig

Aan het begin van de zomer krijgen alle leveranciers van Praxis een brief waarin hen gevraagd wordt om 5% van de waarde van de geleverde goederen te storten in een groeifonds. Van leveranciers wordt verwacht dat ze een steentje bijdragen aan het aantrekkelijker maken van de prijzen in de winkel en op die manier de omzet te

verhogen, aldus de lezing van Vendex KBB-woordvoerder Van Bakkum. Van een vraag is echter geen sprake want de 5% wordt op het totale factuurbedrag in mindering gebracht. In 2004 ‘vroeg’ het concern ook al om 3% korting. Niet alle leveranciers doen mee en ook brancheorganisaties uiten zich kritisch over deze nieuwe dimensie in het zakendoen. Het wachten is op een vergelijkbare reactie van andere ketens. En die komt er ook. In september vraagt Intergamma van zijn leveranciers een ‘loyaliteitsbijdrage’ van 1%. Prijsverlagingen en de invoering van de klantenkaarten zijn dure operaties. De bijdrage dekt, volgens een schrijven, slechts een deel van de inspanningen.

Praxis-directeur Ad Walter zei er destijds het volgende over in een interview met MIX in 2007:

Groeifonds
De nieuwe Formido in Zaltbommel heeft nog een ander aspect naar voren gebracht. Een bestaande winkel een eigentijdser jasje geven, kost geld. Zeker voor een franchisenemer is dat een kostenpost. In dat kader noemt Walter het groeifonds dat Praxis vorig jaar ‘spontaan’ in het leven riep. “Franchisenemers kunnen hun winkel ombouwen met behulp van geld uit het groeifonds. De nieuwe zaak wordt aantrekkelijker en daardoor gaat de omzet groeien. Het heeft dus effect en natuurlijk moet je altijd nog wat kleine dingen bijsturen. Een groot aantal leveranciers doet mee en ziet het inderdaad als een soort subsidiëring, maar degenen die destijds niet bereid waren om via het groeifonds te investeren, hebben we het wel kwalijk genomen. Uiteindelijk worden alle partijen er namelijk beter van.”

Marc Nelissen