

# Delhaize op vernieuwingstoer

04-06-2007 00:00

De Belgische supermarktketen Delhaize gaat de prijsvechtende concurrenten te lijf met vernieuwing. Het belangrijkste instrument daarbij is inkoop. Ook kwaliteit en versheid zijn belangrijke pijlers. Delhaize werkt hierbij met 'edfp', ofwel 'every day fair prices'.

Omdat prijsimago in België - net als Nederland - erg belangrijk is, en Delhaize het risico liep als te dure formule te boek te staan, werd de slogan 'Passion for food' vervangen door 'Leef zoals je wil'. Delhaize wil een assortiment kunnen bieden voor elke situatie, uiteenlopend van de onderkant van het merk '365', via het eigen huismerk tot de toplijn van het merk Bertagni.

De keten geeft de klant daarnaast antwoord op de vraag 'Wat eten we vandaag?' Hier is ook de tv-campagne op gericht: in plaats van het tonen van prijzen - zoals in Nederland doorgaans gebeurt - laat Delhaize lekkere ideeën zien.