

Meer groenten en fruit op het bord van de Belg

Datum 16.9.2026
Subjekt Delhaize De Leeuw
Autor Sarah De Meester
E-mail sdemeester@delhaize.be
Telefon +32 497466713
Kontakt <h3>Sarah De Meester</h3> <div>External Communications Manager</div>
sdemeester@delhaize.be +32 497 46 67 13
Region Belgium
Kategorie Companies, Retail, Food industry

Delhaize wil dé referentie zijn voor groenten en fruit

Kobbegeem, 16 september 2026 - **Met de start van het Belgische najaarsseizoen voor groenten en fruit scherpt Delhaize zijn ambitie aan: haar positie als dé referentie voor groenten en fruit verder bestendigen. De retailer wil top-of-mind zijn wanneer consumenten aan groenten en fruit denken en hen tegelijk helpen om er elke dag wat meer van te eten. Niet door te vertellen wat consumenten moeten eten, maar door het hen zo makkelijk, aantrekkelijk, vers en betaalbaar mogelijk te maken om vaker voor groenten en fruit te kiezen. Daarom investeert de retailer in een sterk en kwaliteitsvol assortiment, duurzame partnerships met Belgische telers, innovatie en praktische oplossingen die kiezen voor vers eenvoudiger maken.**

Die ambitie is meer dan ooit relevant. De Hoge Gezondheidsraad beveelt volwassenen aan om dagelijks 300 gram groenten en 250 gram fruit te eten. Toch blijkt uit de meest recente Nationale Voedselconsumptiepeiling van Sciensano dat slechts 7% van de Belgen de aanbevolen hoeveelheid groenten eet en 10% voldoende fruit consumeert. Delhaize wil als retailer mee helpen om die kloof te verkleinen en consumenten helpen om dichterbij de aanbevolen 550 gram groenten en fruit per dag te komen.

Vers als vertrekpunt

Groenten en fruit vormen al jarenlang het kloppend hart van Delhaize. Daarom blijft de retailer investeren in een afdeling waar kwaliteit, versheid, seizoensproducten, innovatie en inspiratie centraal staan.

Vandaag biedt Delhaize meer dan 750 referenties groenten en fruit aan en verkoopt de retailer jaarlijks 223.000 ton groenten en fruit. Belgische seizoensproducten krijgen doorheen het jaar een prominente plaats in het assortiment. Een sterk assortiment begint op het veld. Daarom werkt Delhaize vandaag samen met meer dan 150 Belgische telers en producenten, die elke dag investeren in kwaliteit, duurzaamheid en innovatie. Tijdens het Belgische appelseizoen is bovendien meer dan 90% van de Delhaize appels van Belgische oorsprong.

“Groenten en fruit zijn veel meer dan een afdeling in onze winkels. Ze vormen het vertrekpunt om klanten elke dag te inspireren en het hen makkelijker te maken om voor vers te kiezen. Daarom investeren we naast kwaliteit en versheid ook in lokale producten, innovatie en oplossingen die aansluiten bij het dagelijkse leven van onze klanten”, aldus Geraldine Pieters, Category Director

Groenten & Fruit bij Delhaize.

Samen met Belgische telers blijven vernieuwen

Op die sterke Belgische basis bouwt Delhaize verder met innovatie. De samenwerking met Belgische telers gaat immers verder dan het aanbieden van lokale producten. Samen wordt ook gekeken naar nieuwe variëteiten en ontwikkelingen die beantwoorden aan de verwachtingen van consumenten én bijdragen aan de toekomst van de Belgische fruitteelt.

Een mooi voorbeeld daarvan is Bloss, een nieuwe appelvariëteit die Delhaize in samenwerking met partner Vogelaar en de Belgische teler introduceert en exclusief bij Delhaize verkrijgbaar is. Met haar frisse smaak, stevige bite en aantrekkelijke uitstraling illustreert Bloss hoe retailer en teler samen kunnen investeren in een sterk en vernieuwend lokaal aanbod.

“Innovatie begint op het veld. Door nauw samen te werken kunnen we variëteiten ontwikkelen die beantwoorden aan de verwachtingen van consumenten én tegelijk de Belgische fruitteelt verder versterken”, zegt teler Nicolas Goffin.

Ook binnen het bredere groenten- en fruitassortiment blijft Delhaize vernieuwen. De retailer speelt daarbij in op nieuwe eetgewoonten en consumententrends, van gezonde tussendoortjes en gemak tot plantaardige en functionele voeding.

Inspiratie en gemak

Meer groenten en fruit eten hoeft niet te betekenen dat consumenten hun gewoontes volledig moeten veranderen. Door groenten en fruit makkelijker in te passen in het dagelijkse leven, wil Delhaize de drempel om voor vers te kiezen verlagen.

Daarom investeert de retailer in oplossingen voor verschillende eetmomenten en -behoeften. Van gezonde tussendoortjes en kant-en-klare fruitporties tot versneden groenten en fruit, verse sappen en een steeds verder uitgebreid aanbod aan maaltijdboxen: Delhaize wil het makkelijker maken om ook op drukke dagen groenten en fruit op het menu te zetten.

Tegelijk blijft de retailer vernieuwen met producten die inspelen op nieuwe eetgewoonten en trends, zoals plantaardige en functionele voeding. Met vernieuwende groenteproducten en het Taste of Inspiration-assortiment wil Delhaize consumenten bovendien inspireren om groenten en fruit op nieuwe manieren te ontdekken.

Een groenten- en fruitafdeling die uitnodigt

Ook de winkel zelf speelt een belangrijke rol in de keuze voor groenten en fruit. Delhaize wil van de groenten- en fruitafdeling een plek maken die consumenten aantrekt, inspireert en meteen het gevoel van versheid meegeeft.

Daarom ontwikkelde de retailer een nieuw concept voor de afdeling, met aandacht voor versheid, seizoenen, kleur en een sterk marktgevoel. Een ruimer aanbod in bulk geeft klanten bovendien de mogelijkheid om zelf de producten en hoeveelheden te kiezen die het best bij hun behoeften passen.

Versheid staat daarbij centraal. Nieuwe vernevelingssystemen in de groenten- en fruitafdeling helpen om groenten en fruit langer vers te houden en dragen tegelijk bij aan de frisse en levendige uitstraling van de afdeling.

Meer groenten en fruit binnen ieders budget

Ook betaalbaarheid blijft een belangrijke hefboom om consumenten vaker voor groenten en fruit te laten kiezen. Met Kleine Leeuwjtjes, een selectie van meer dan 1.300 basisproducten aan zeer competitieve prijzen, investeert Delhaize sinds begin dit jaar ook in een groter en relevanter aanbod binnen groenten en fruit. Daarnaast krijgen alle SuperPlus-klanten automatisch 10% korting op groenten en fruit met Nutri-Score A en B en plantaardige producten van het eigen merk. Dat deze aanpak aansluit bij de verwachtingen van klanten, blijkt uit recente bevragingen: 60% van de SuperPlus-klanten geeft aan dat het programma hen helpt om gezonder te leven.

<https://press.delhaize.be/meer-groenten-en-fruit-op-het-bord-van-de-belg>