

C1000 breidt huismerk flink uit

01-03-2007 00:00

De komende jaren gaat supermarktconcern Schuitema, de supermarktorganisatie achter C1000, het huismerk flink uitbreiden. Het bedrijf wil dit jaar nog zo'n vijfhonderd extra producten onder het C1000-label introduceren. Daarmee komt het totaal op circa 1500 producten.

Voor 2008 ligt de ambitie op 1800 artikelen, aldus directievoorzitter Bert Roetert van Schuitema. Momenteel ligt het omzetaandeel van het C1000-label op 22 procent, maar dat moet op termijn groeien naar 25 procent. Bij Albert Heijn ligt het aandeel van het huismerk op 35 procent. Volgens de directievoorzitter heeft Schuitema vooralsnog geen concrete plannen om net als Albert Heijn een eigen premium label in de markt te zetten dat boven het A-merk gepositioneerd is.

"Bij C1000 groeien de omzetten per vierkante meter en deze behoren bijna tot de hoogste van Nederland", aldus Roetert. Om de secundaire en tertiaire klantengroepen vast te houden, gaan er wel een aantal zaken veranderen bij het supermarktconcern. Het bedrijf richt zich nog meer op het speerpunt vlees, er verschijnt een nieuwe broodafdeling en er komt een maaltijdmeubel.