

Veel minder reclame voor groente en fruit

14-05-2007 00:00

De reclamebestedingen voor groente en fruit zijn begin dit jaar met veertig procent gedaald. Dat blijkt uit onderzoek van AC Nielsen.

Belangrijkste oorzaak voor de daling zijn de afgenomen reclamebestedingen van verwerker Iglo. Het bedrijf legt dit jaar meer de nadruk op visproducten, in plaats van de campagne vorig jaar voor wereldgroenten. Ook Bonduelle besteedde minder aan promotie.

Neerlands Glorie spendeerde juist meer aan reclame. De nieuwe eigenaar van verwerkers als Hak en Jonker Fris besteedde meer aan reclames in dagbladen en op radio en tv. Voorts gaven Star Fruits Caderousse, leverancier van appels, peren, pruimen en ander steelfruit en AGF-vervangers als Knorr Vie en Hero Fruit2Day meer uit aan adverteren.

In het eerste kwartaal van 2006 werd er in totaal 2,28 miljoen euro uitgegeven aan reclame voor aardappelen, groente en fruit. Dit jaar was dat 1,38 miljoen euro.