

Markt voor pastaproducten groeit

30-07-2007 00:00

De omzet in pastaproducten is in 2006 met 4,7 procent gegroeid. In het segment zijn met name de gekoelde pasta's in opkomst. Daarnaast vinden veel innovaties plaats in droge deegwaren. Volgens de fabrikanten is het echter lastig om supermarktondernemers er van te overtuigen schapruimte voor deze producten vrij te maken.

Hans Voorschuur van GranFood, het bedrijf achter het merk Grand'Italia, meent dat consumenten op zoek zijn naar nieuwe vormen van pasta, andere smaken en variaties in bereidingswijzen. Cijfers van onderzoeksbureau AC Nielsen bevestigen dit.

Volgens Marcel Pat van Barilla Wasa is er zeker nog ruimte voor de A-merken. De private labels richten zich vooral op bekende producten als spaghetti en macaroni, maar voor nieuwe en authentieke pastaproducten kiest de consument toch vaak voor een gerenommeerd merk.

Hoewel ze daar niet altijd de mogelijkheid voor krijgen zien Voorschuur en Pat de eigen pasta en saus liefst bij elkaar in het schap staan. Volgens hen wil de consument dat ook graag.