

#Foodmerken verdwijnen in toenemende mate#

18-06-2008 00:00

Steeds meer merken binnen de voeding- en drankenindustrie zullen in de toekomst verdwijnen. Dit komt naar voren uit het rapport Food & Beverage 2012 van Deloitte. Er zijn veel producten die geen sterke merkpositie hebben, aldus het rapport. Oorzaak is een gebrek aan differentiatie tussen merken. Daar komt bij dat het aanpassen en onderscheidend maken van product branding duur is en niet in lijn met de huidige winsteisen vanuit de financiële markt. Een toenemend aantal merken zal dit dan ook niet waar kunnen maken, zo luidt de conclusie.

Het Food and Beverage 2012 rapport geeft een overzicht van de uitdagingen en trends binnen de internationale, maar ook de Nederlandse food & beverage branche. Deloitte heeft voor dit internationale onderzoek uitvoerig gesproken met 90 bestuursleden van fabrikanten en retailers uit de food & beverage industrie.