

Unilever maakt goedkopere producten

06-02-2009 00:00

Levensmiddelenconcern Unilever gaat dit jaar nóg sterker inzetten op het ontwikkelen van nieuwe producten. Ook komen er meer goedkopere varianten in de schappen, zoals voordelige Unox-soepen en Andrélon-shampoos. Bovendien worden de A-merkartikelen dit jaar in principe niet duurder. Dit zei Paul Polman, hoogste baas van Unilever, gisteren als reactie op de opmars van het huismerk in de supermarkt en de crisis.

Naar aanleiding van de grote huismerkencampagne die Albert Heijn eind vorig jaar voerde en waarin zij claimde dat huismerken net zo goed zijn als A-merken, zei Benelux-topman Harry Brouwer dat Unilever zeker zal reageren als haar merken weer onder vuur komen te liggen.

Unilever presenteerde gisteren de jaarcijfers over 2008. De omzet steeg wereldwijd met één procent tot 40,5 miljard euro. Opmerkelijk is, dat Unilever voor 2009-2010 niet aan wil geven hoe hoog de omzet moet uitpakken. Paul Polman, hoogste baas bij Unilever, lichtte toe: "Wij vinden de situatie door de recessie veel te onzeker. Wel bevriezen we dit jaar de salarissen, brengen de reiskosten met dertig procent terug en gaan de reorganisatie versneld doorvoeren."

In Nederland deed het concern het met een omzetsijging van zes procent goed. Vooral de jonge mannen-deo Axe Dark Temptation gaf de omzet een oppepper. Ook Lipton Ice Tea, Robijn Klein&Krachtig en Magnum Temptations scoorden goed. De reorganisatie hier goeddeels afgerond. Drie fabrieken, waaronder die van Calvé in Delft, zijn gesloten. Unilever Nederland werkt sinds begin 2009 nauw samen met België.