Minder fast moving consumer goods verkocht

25-02-2014 00:00

Nederlandse retailers in fast moving consumer goods hebben in het laatste kwartaal van 2013 minder producten verkocht. De retailers noteerden een daling van 1,3 procent. Dat maakt onderzoeksbureau Nielsen bekend na onderzoek onder 21 Europese landen.

Door een prijsstijging van anderhalf procent groeide de omzet met 0,2 procent. De bruto mediabestedingen aan fast moving consumer goods (FMCG) in ons land stegen in het vierde kwartaal met 5,4 procent ten opzichte van dezelfde periode in 2012.

In Europa stegen de verkoopcijfers van FMCG met 1,7 procent. Deze groei was het resultaat van een prijsindexatie van 2,3 procent en een afname van 0,6 procent van het aantal verkochte goederen.

De omzetgroei van FMCG-producten in Europa is volgens Nielsen vooral het gevolg van inflatie en veel minder van toegenomen volumes. De inflatie in Europa lag in het vierde kwartaal van 2013 op 2,3 procent. De verkoopvolumes daalden in dezelfde periode met 0,6 procent, terwijl in het vorige kwartaal een groei van 0,2 procent werd genoteerd.

Voor het tweede kwartaal van dit jaar verwacht Nielsen hogere verkoopvolumes. “Terwijl bijna eenderde van de Europeanen overstapt op goedkopere producten om geld te besparen, zal de FMCG-branche proberen via marketingacties en prijspromoties de koopbereid te stimuleren”, stelt Jean-Jacques Vandenheede, European director of retail insights bij Nielsen. “Dit zal in combinatie met afnemende prijsinflatie leiden tot hogere verkoopvolumes, gesteund door een vroege Pasen.”