

Promotiedruk supermarkten op recordniveau

21-07-2015 12:02

Van elke euro omzet halen supermarkten twintig eurocent binnen met acties. Dat blijkt uit dinsdag gepubliceerde cijfers van marktonderzoeker IRI. De promotiedruk bereikte van januari tot en met mei 2015 met een percentage van 19,9 procent het niveau van recordjaar 2013.

Het criterium dat IRI hanteert voor een actie is een korting van tenminste vijf procent, gebaseerd op reclame uit folders en displays in de supermarkten.

De marktanalist houdt de supermarktbranche sinds 2003 tegen het licht. In 2008 werd met 13,3 procent het laagste promotieaandeel gemeten. Dat percentage stijgt sinds dat jaar gestaag, met een uitzondering in 2014 toen met 19,3 sprake was van een lichte daling.

IRI vergeleek in het onderzoek alle landelijke en regionale supermarktketens, behalve de Duitse supermarktketens Aldi en Lidl.