

Groei A-merken gedrukt door vers

24-02-2017 08:33



De omzet van de honderd grootste merken is vorig jaar met 1,7 procent gestegen. Daarmee blijven A-merken achter bij de totale marktgroei van 2,6 procent, blijkt uit de jaarlijkse Merken Top 100 van IRI.

A-merken in de supermarkt groeiden wel sterker dan in 2015, toen de groei 1,3 procent bedroeg. Waar zij in voorgaande jaren vooral concurrentie hadden van de groeiende populariteit van private label, zijn het nu vooral de veelal merkloze versproducten die de marktgroei aanjagen. Groeiers binnen de A-merken zijn volgens IRI vooral spelers die inspelen op het bewustere eet- en drinkgedrag van consumenten of succes boekt met zijn promoties.

De top 100 wordt opnieuw aangevoerd door Marlboro, dat zijn koppositie versterkt met een groei van 4,9 procent tot een omzet van 443,5 miljoen euro. Douwe Egberts en Coca Cola volgen op plek twee en drie. De honderd grootste merken zijn volgens [Distrifood](#) in totaal goed voor een supermarkt omzet van 8,2 miljard euro.