

De komst van Picnic kost supermarkten tienduizenden euro's

04-02-2020 15:48



Op het moment dat Picnic met zijn karretjes een intrede maakt, zien de fysieke supermarkten in dat gebied hun omzet dalen. In de eerste veertig weken verliezen ze gemiddeld veertigduizend euro aan de online supermarkt. Dat blijkt uit het rapport van onderzoeksbureau Nielsen dat onderzoek deed naar de impact van Picnic in Nederland. Voor supermarkten met een onlineservice is het verlies twee keer zo groot; zo'n tachtigduizend euro.

Vooraf versen producten zorgen ervoor dat concurrerende supermarkten omzet aan Picnic verliezen. Vers behoort tot een van de populairste online aankopen.

Nielsen beschouwt Picnic, na Albert Heijn en Jumbo, als derde grootste supermarkt in ons land. Volgens het onderzoek heeft ongeveer een op de vijf Nederlandse consumenten aangegeven de afgelopen maand een bestelling bij de online supermarkt te hebben gedaan. Het bureau verwacht dat de totale omzet van de markt voor het doen van online boodschappen dit jaar groeit naar 1,83 miljard euro.