Europeanen verwennen zichzelf met drank en zoute snacks

27-11-2020 11:42



Europese consumenten hebben tijdens de eerste lockdownperiode 2,2 miljard euro meer uitgegeven aan verwenproducten binnen eten en drinken. Dat is twaalf procent meer dan een jaar geleden, meldt onderzoeksbureau IRI.

IRI onderzocht de verkoop van alcoholische dranken, zoute snacks, zoetwaren en chocola in het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Duitsland, Spanje, Italië, Griekenland en Nederland. Vooral in Spanje en het Verenigd Koninkrijk lieten inwoners zich gaan; een toename van zo'n twintig procent. In Nederland was er een stijging van twaalf procent.

Er werd overal meer wijn verkocht, behalve in Frankrijk (-31 procent). Doordat veel feesten werden geannuleerd, liep daar de champagneverkoop met de helft terug. De Fransen dronken wel meer bier. Bijna overal raakte snoepgoed uit de gratie. Alleen de Spanjaarden grepen daar iets vaker naar. Dat kwam vooral door kinderen, die onder meer gummy-snoepjes kochten. Volwassenen snoepen volgens IRI vooral op kantoor en tijdens het uitgaan (denk aan kauwgum), daardoor daalde de consumptie tijdens de lockdown. In Nederland werden minder muntkeelsnoepjes verkocht. Vooral in de zuidelijke landen gingen meer chocoladerepen over de toonbank.