

Ariel All-in-1-pods leveren supermarkten 527 duizend euro per week op

26-02-2021 14:55



De Ariel All-in-1-pods leverden supermarkten in Nederland vorig jaar een gemiddelde weekomzet van ruim 527 duizend euro op. De introductie was daarmee de grootste innovatie van 2020 in de supermarkt, zegt onderzoeksbureau IRI.

De wasmiddelcapsules lieten de chipjes van Lay's Strong (122 duizend euro) en de ijsjes van Magnum Ruby (83 duizend euro) met gemak achter zich. De totale omzet van de twintig grootste innovaties lag vorig jaar iets hoger dan in 2019. Volgens IRI zijn er dan ook geen directe aanwijzingen dat de coronacrisis een negatieve impact heeft op de innovatiekracht in supermarkten.

Wel noemt het onderzoeksbureau het opvallend dat, anders dan voorgaande jaren, de lijst wordt gedomineerd door de grote fabrikanten. Zo staat Unilever er met vier innovaties in en Procter & Gamble (onder meer met Ariel) met drie. Mogelijk speelt de coronacrisis hier wel een rol. Doordat klanten korter in de winkel verblijven, staan ze minder open voor impulsaankopen. "Juist voor kleinere spelers is zichtbaarheid op de winkelvloer vaak van groot belang om innovaties succesvol te promoten, terwijl grote spelers eerder in staat zijn om via

grote mediacampagnes hun innovaties onder de aandacht te brengen."