

Opmars huismerken raakt Unilever

09-02-2024 09:13



De omzet en winst van levensmiddelenconcern Unilever zijn vorig jaar gedaald. Het bedrijf spreekt van teleurstellende resultaten, mede als gevolg van de groei van private label.

De totale omzet van Unilever bedroeg 59,6 miljard euro, een daling van 0,8 procent. De nettowinst daalde met 13,7 procent tot 7,1 miljard euro. Slechts 37 procent van de activiteiten van Unilever won afgelopen jaar aan marktaandeel. Unilever wijt dit aan de opkomst van private label in Europa. In de VS ziet het concern juist een beweging van consumenten naar producten in het 'super premium' segment. 'Ons concurrentievermogen is niet goed genoeg en we ondernemen snel actie om dit aan te pakken', aldus Unilever.

Huismerken winnen al langere tijd gestaag aan marktaandeel in Europa. Onderzoeksbureau Nielsen [bekeek vorig jaar](#) 17 Europese markten en in 16 daarvan kochten consumenten meer private label. In Nederland en België ging het om een stijging van 1,5 procent. In Nederland is het omzetaandeel van huismerken in supermarkten nu ongeveer gelijk aan A-merken.