

## **60 % nieuwe producten faalt**

23-08-2006 00:00

Nieuwe producten in supermarkten verdwijnen in 60 tot 75 procent van de gevallen gauw weer uit de rekken. Die cijfers meldde een spreker op de Packaging Summit Europe, een vakbeurs van de verpakkingbranche. Drie op de vier is een hoge mislukkingratio gezien de hoge kosten voor ontwikkeling en marketing. Nieuwigheden zijn bij de grote concerns goed voor 15 tot 30 procent van de omzet.