

Effect prijzenoorlog zwakt af

14-09-2006 00:00

Het effect van de supermarktoorlog op de consument is flink afgenomen. Dat blijkt uit het onderzoek Bedrijfsvergelijking Levensmiddelendetailhandel van Deloitte onder 1.200 mensen. Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat de zelfscankassa goed ligt bij de klanten. 39 procent van de supermarktklanten rekent zijn boodschappen zelfs het liefst zelf af.