

IRI Nederland B.V.
Hogeweg 87
5301 LK ZALTBOMMEL

Zaltbommel, 27 april 2010

P E R S B E R I C H T

Weinig nieuwe topproducten in de supermarkt

Marlboro Flavor Plus grootste introductie

ZALTBOMMEL – Het aantal succesvolle producten dat in 2009 nieuw in de supermarkt werd geïntroduceerd staat fors onder druk. Enerzijds wordt dit veroorzaakt door behoudend consumentengedrag als gevolg van de crisis, anderzijds door een minder creatief/baanbrekend introductie aanbod van fabrikanten en terughoudendheid bij supermarkten. Dat blijkt uit de Intro Top 20 van marktonderzoekbureau IRI Nederland B.V. die vandaag in Foodmagazine wordt gepubliceerd.

Niet makkelijk

Nieuwe producten in de Nederlandse supermarkten hebben het in 2009 niet makkelijk gehad. Slechts 3 innovaties behaalden een omzet van meer dan 100.000 euro per week. Twee jaar geleden waren dat er nog 13! De grootste introductie is Marlboro Flavor Plus. Deze sigaret, met “extra smaak” als gevolg een ander filter, boekt in zijn eerste jaar de hoogste weekomzet van alle nieuwe producten die de laatste tien jaar op de markt zijn gebracht. In de Top 20 van 2009 staan verder twee volledig nieuwe merken: Jillz, het pils-alternatief voor vrouwen van Heineken en Monster, de energydrink van Coca-Cola. De top wordt verder gevuld met nieuwe concepten en smaakvarianten onder bestaande merken.

Multinationals

Het merk Mona is met maar liefst 3 introducties de hofleverancier van de Top 20. Opvallend is verder dat multinationals de lijst domineren. 'Die ontwikkeling zien we al langer, maar hij zet wel door. De grote jongens met de ruimere budgetten voor R&D, media en promotie-ondersteuning vullen de Intro Top 20', aldus Ronald Laureijssen, Business Insights Director van IRI Nederland. Alleen Beemster 30+ kaas en Remia Feestsauzen zijn afkomstig van relatief kleine lokale bedrijven.

Product	Gemiddelde weekomzet*
1 Marlboro Flavor Plus	457,6
2 Ariel Excel Gel	144,1
3 Mona ChocoDreams	100,0
4 Robijn Sensation	98,4
5 Jillz cider	97,9
6 Beemster 30+	94,3
7 Danone Activia Start	93,3
8 Mona Oud-Hollandsche Pudding	88,6
9 Remia Feestsauzen	85,4

10	Dreft Platinum	80,8
11	Friesche Vlag Vla Combi	80,1
12	Mona "feestelijke" XL Luchtige Slagroompudding met aardbeiensaus	76,6
13	Bonduelle Pure	75,4
14	Robijn Klein & Krachtig Black Velvet	74,7
15	Monster	68,4
16	Unox Biologische Soep	67,4
17	Taksi Tropisch Fruit Geen Suiker Toegevoegd	64,3
18	Persil Gold Cold Power	63,8
19	Vifit Superfruit	53,9
20	Becel Brood	53,6

* = Omzet per week in de Nederlandse supermarkten, in duizenden euro's

Over IRI

IRI is wereldwijd dé leidende leverancier van marktinformatie, oplossingen en diensten op het gebied van FMCG, retail, drogisterijen en petrol, om onze klanten in een complexe markt te helpen nog verder te groeien. Alleen IRI levert een unieke combinatie van directe marktgegevens, uitgebreide analyses, software ter verbetering van de bedrijfsprocessen en professionele services. De portfolio van diensten, oplossingen en technologie stelt u in staat te zien wat er ontbreekt: See, zie wat je mist. Act, handel snel en met vertrouwen. Win, winnen op het schap. 55% van de Fortune Global 500 in FMCG/CPG en retail gebruikt IRI services voor de verbetering van de marktstrategie. Voor meer informatie bezoek onze website op <http://www.infores.nl>

////////////////////////////////////

Noot voor de redactie:

Voor een toelichting op dit persbericht kunt u contact opnemen met:
 IRI Nederland, Ronald Laureijsen: tel. 06 22 90 67 03
 Of via IRI Nederland: 0418 – 57 08 00