

C1000 introduceert driesterren-vlees

Als eerste supermarktoorganisatie in Nederland komt C1000 met vlees dat voorzien is van het driesterren 'Beter Leven'-kenmerk van de Dierenbescherming. De biologische vleeslijn wordt onder het huismerk van C1000 gepresenteerd. Alle zeventien producten van deze lijn hebben het kenmerk van de Dierenbescherming gekregen. Otto Miltenburg, productontwikkelaar voor C1000: "We vinden het belang-

rijk om onze klanten een assortiment met een hoog kwaliteits- en dierenwelzijnsniveau en een herkenbare uitstraling te bieden. Deze productlijn onder huismerk draagt daaraan bij. Ook het driesterren 'Beter Leven'-kenmerk helpt ons hierbij". Naast communicatie in de winkel en in de folder wordt ook op de website www.C1000.nl/biologisch uitgebreid aandacht besteed aan het biologische assortiment van C1000.

Aandeel voeding steeds kleiner in budget

Het afgelopen halfjaar zijn de consumenten bij het doen van hun boodschappen geconfronteerd met sterk gestegen prijzen. Toch gaven zij de afgelopen decennia een steeds kleiner deel van hun totale bestedingen uit aan voeding. Dat blijkt uit cij-

fers van het Centraal Bureau voor de Statistiek. Ondanks de recente stijging van de voedselprijzen zijn de huishoudens de afgelopen jaren relatief steeds minder aan voedsel uit gaan geven. Het grootste deel van het voedingsbudget wordt besteed aan vlees.

"Platform VriesVers is een goed idee"

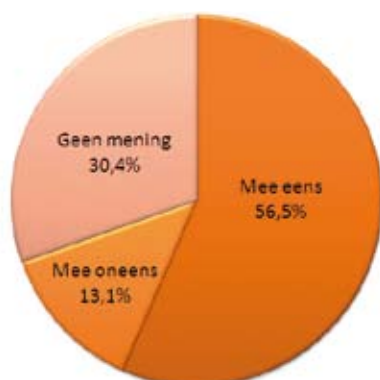
De oprichting van het Platform VriesVers door een groep leveranciers van diepvriesproducten en supermarkten kan rekenen op de steun van de branche. Dat blijkt uit de Stelling van de Week, waarin Supermarkt Actueel de lezers vroeg naar hun mening over de oprichting van het platform. 56,5% van de stemmers laat zich

positief uit over het initiatief. Slechts weinigen (13,1%) vinden de oprichting een slecht idee.

Op www.supermarktactueel.nl kan gestemd worden op de nieuwe stelling van de week:

De Consumentenbond heeft niets te maken met de prijs van groente.

De oprichting van het platform VriesVers is een goed initiatief.



VERNIEUWING

Vernieuwing was een van de thema's op de onlangs gehouden levensmiddelenbeurs SIAL in Parijs. Naast de talrijke introducties van nieuwe producten en producten die nog niet op de Nederlandse markt zijn, heeft ook de beurs zich vernieuwd. Zo introduceerde de beursorganisatie het platform Food & Beauty. Een goede ontwikkeling, aangezien levensmiddelen en uiterlijke verzorging - in navolging van gezondheid - steeds gezonder worden. Nog niet zo lang geleden hield levensmiddelentechnoloog Albert Zwijgers een heel pleidooi voor dit nog verder te ontwikkelen deelgebied van food. Een segment waar we de komende jaren nog veel van kunnen verwachten. Daarnaast stonden beursgangers zich te verdringen op het Trends & Innovationforum van de beurs. Op zich niet verwonderlijk, maar het geeft maar weer eens aan hoeveel waarde wordt gehecht aan vernieuwing. Geen fabrikant kan in zijn businessplan zonder. De Nederlandse aanbieders weten zich overigens aardig te meten met de macht en kracht die grote internationale leveranciers tentoonspreidden op de beursvloer. Het aanbod Nederlandse exposanten was nog nooit zo groot. Sterker nog, Nederland behoorde tot de meest aanwezige landen op de beurs. Een goede ontwikkeling.

Vernieuwing is uiteraard ook het thema van Supermarkt Actueels verkiezing SuperIntro 2008. Dit jaar kunnen lezers voor het eerst online hun voorkeur uitspreken over wat volgens hen de beste introductie van het afgelopen jaar is. Op deze plaats wil ik iedereen oproepen om zijn stem te laten horen en mee te stemmen in de verkiezing tot beste introductie van 2008. Dit kan door op onze website www.supermarktactueel.nl te klikken op de SuperIntro-button. Vernieuwing is hard nodig. Ondersteun dat door uw stem te laten gelden.

René de Wit

