

NIET PIEPEN

De inkoopmacht van de supermarktorganisaties is de laatste jaren niet gegroeid. Dat blijkt uit onderzoek van het Centraal Planbureau. Sinds 2003 is er volgens het CPB een volledige status quo te melden. Dit zou voor een groot deel te danken zijn aan de consolidatieslag in onze branche. Hierdoor krijgen de fabrikanten weer een deel van hun macht terug die hen is afgenomen door de opkomst van het huismerk. Met andere woorden, de consolidatie speelt fabrikanten in de kaart. Heineken en Coca-Cola zullen hier waarschijnlijk heel anders over denken. De redenatie van het CPB volgend zou de positie van de fabrikanten binnen de verdere consolidatie in de branche versterken. Daar geloof ik helemaal niets van.



Uit het onderzoek blijkt dat er geen specifieke aanwijzingen zijn dat de prijzenslag alleen over de rug van fabrikanten wordt gespeeld. De gemiddelde winstmarge van voedingsmiddelenfabrikanten is zelfs minder gedaald dan die van supermarkten. En ook absoluut gezien ligt hun winstmarge zeker niet onder die van supermarkten. Fabrikanten moeten dus niet piepen. Wat de CPB-rekenwonders daar misschien vergeten, is dat er bij fabrikanten hele andere rekensommetjes gemaakt moeten worden dan bij supermarktorganisaties. Die spenderen niet 1 tot 4% van hun omzet aan R&D. En supermarkten lopen niet het risico dat de resultaten van al deze R&D-inspanningen linea recta naar de prullenbak wordt verwezen omdat er ruimte moet worden gegeven aan de groei van het huismerk. Al met al denk ik dat het wel meevalt met de 'overwinning' van de fabrikanten ten aanzien van de marges. Niet dat het bij supermarkten zo'n vetpot is. Maar goed, die hebben er zelf voor gekozen om hun prijzen te verlagen.

René de Wit