



de cijfers over het vierde kwartaal signaleerde Coca-Cola dat er ook in de VS consumenten zijn die goedkopere alternatieven kiezen. Een andere uitdaging is dat er sinds corona meer mensen vanuit huis werken en dat deze thuiswerkers de goedkopere grootverpakkingen consumeren in plaats van de duurdere kleine flesjes die zij anders tijdens het forensen zouden hebben gekocht.

Ook Pepsi zag – vooral in de VS – lagere verkoopcijfers: het verkocht er in het laatste kwartaal van 2023 ruim 6 procent minder dranken. Het bedrijf uit Harrison merkt dat de rek er bij de klanten wel uit is. Tekenend is de actie van supermarktketen Carrefour, die de producten van Pepsi uit zijn Franse winkels weerde omdat de prijszonderhandelingen op niets waren uitgelopen. In de supermarkten stonden bordjes met de boodschap dat Carrefour de

THUISWERKERS KOPEN DE GOEDKOPERE GROOT- VERPAKKINGEN IN PLAATS VAN DE DUURDERE KLEINE FLESJES ONDERWEG

snacks en frisdranken wegens “onacceptabele prijsverhogingen” niet meer aanbod. Begin april maakten de bedrijven bekend dat de onenigheid was bijgelegd.

MINDER TREK

De aandelen van Coca-Cola en Pepsi kregen in oktober een klap na een bewering van John Furner, ceo van Walmart U.S. Hij stelde dat consumenten minder calorierijke producten kopen als gevolg van het gebruik van gewichtsverliesmedicijnen als Ozempic en Wegovy. Dat type product, bekend onder de soortnaam GLP-1, is zeer effectief bij het onderdrukken van de eetlust van gebruikers. Dat zou de trek in chips en cola kunnen verkleinen, zo leken beleggers te vrezen.

De ceo's van de frisdrankbedrijven deden die zorgen al af als onzin. “Bij vrijwel ieder merk hebben we een optie met weinig of

geen calorieën”, zei Coca-Cola-ceo James Quincey op Bloomberg TV. “We verkopen een heel scala aan dranken. En daarbij: je kunt wel minder calorieën eten, maar je kunt uiteindelijk niet minder gaan drinken.”

Ook PepsiCo-ceo Ramon Laguarta gelooft niet dat de medicijnen veel effect hebben op de winstcijfers: “Het effect is tot nu toe verwaarloosbaar”, zei hij. Ook bij de voedingstak zijn er volgens hem geen zorgen. “Alles wat we de afgelopen vijf tot zes jaar gedaan hebben met het terugdringen van natrium, vetten en suikers, het verkleinen van de porties en de introductie van nieuwe bakmethodes bij onze snacks zal ons helpen als we hierdoor in de toekomst iets moeten aanpassen.”

SUIKER

Toch is de opkomst van de afvalmedicijnen slechts een van de signalen dat beide bedrijven in de hoek zitten waar de klappen vallen. Het is in ieder geval duidelijk dat de vraag naar frisdranken jaar in, jaar uit afneemt. In verschillende Amerikaanse steden zijn belastingen op frisdranken ingevoerd, iets waartegen frisdrankbedrijven stevige campagnes voerden. Ook Nederland kent sinds begin dit jaar een hogere verbruiksbelasting op limonade, frisdranken en vruchtensappen. Suikervrije varianten als Pepsi Max en Coca-Cola Light zijn daarvan niet uitgezonderd.

Daarnaast speelt ook de onzekerheid rond aspartaam, de zoetstof in veel suikervrije producten. De Wereldgezondheidsorganisatie stelde in 2023 vast dat het middel ‘mogelijk kankerverwekkend’ is, maar achtte het niet nodig haar gebruiksvorschriften aan te passen. Bovendien kon het plasticgebruik van beide bedrijven afgelopen jaren al op veel kritiek rekenen.