

Nem viselte meg a válság a tisztítószeres, mosóporok, kozmetikumok és más háztartás-vegyipari termékek hazai piacát - derül ki a Világgazdaság összefoglalójából.

A Nielsen piackutató adatai szerint éves összehasonlításban 2008 szeptembere és 2009 augusztusa között értékben három százalékkal nőtt e termékkör forgalma és mennyiségben is csak két százalékkal esett vissza. Egy évvel korábban az előbbi adat négy százalék volt, az utóbbi pedig stagnálást mutatott.

Az augusztusig eltelt 12 hónapban stagnált a mosószeres forgalma, két százalékkal nőtt az öblítőké és 15-tel a mosogatószeresé. A Henkel magyarországi tapasztalatai szerint a háztartási tisztítószeres piacán csak a korábbi növekedési ütem csökkent. A cég körösladányi gyárában a válság ellenére bővül a termelés.

forrás: NAPI.HU