

I PRODOTTI ALIMENTARI PIU' ECONOMICI NON ATTIRANO I CONSUMATORI

(ICE) - ROMA, 26 OTT - Nella grande distribuzione francese ogni ipermercato dedica una parte dello spazio sugli espositori ai prodotti chiamati "premier prix" cioè quelli a costi particolarmente vantaggiosi. Paradossalmente in questi periodi di crisi economica i clienti continuano ad acquistare le marche conosciute prima ancora di verificare i prezzi. Sia il gruppo Auchan che Leclerc e Intermarché, per esempio, hanno confermato questa tendenza con flessioni che vanno dall'1,2 al 5,1%. Comportamento diverso, invece, è stato dichiarato da Carrefour dove la gamma dei prodotti discount è in piena espansione con una crescita del 7,8% annuo e vendite che rappresentano il 25% del totale.

(ICE PARIGI)