

Panorama Internazionale

**15 MARZO 2011**

15:04 - Polonia

**I DISCOUNT INCREMENTANO LE VENDITE**

(ICE) - ROMA, 15 MAR - Secondo il giornale Rzeczpospolita", i discount (inclusi Biedronka, Aldi, Lidl e Netto) rappresentano il segmento che si sta sviluppando più velocemente nel settore del commercio a dettaglio in Polonia negli ultimi anni. L'indagine di mercato condotta da Euromonitor International mostra che le vendite dei discount negli ultimi 2 anni si sono incrementate del 14%, mentre la quota degli stessi del 2,6%. La compagnia Nielsen riporta che i discount hanno raggiunto la quota del 18% nel settore alimentare e del 14% nel settore chimico.

In confronto con i beni essenziali come i prodotti caseari, l'acqua minerale e i prodotti igienici essenziali, hanno acquisito una quota maggiore. In confronto con i beni quali i cosmetici, alcool e il cibo per i neonati, dove il valore del marchio è importante, i discount sono meno popolari. I prodotti venduti con il marchio dei discount rappresentano il 58% degli alimentari che gli stessi offrono ad un prezzo di circa il 20-30% più basso di quelli di marca (ICE VARSAVIA)