

L'Italia preferisce il prodotto meno caro

Scritto da R. Selam Eminaj

Domenica 31 Gennaio 2010 16:32 - Ultimo aggiornamento Lunedì 07 Novembre 2011 23:33

In base a recenti inchieste si è osservato che gli italiani scelgono sempre di più i prodotti con marchio della catena di supermercati. Ogni dieci che nel 2009 hanno fatto la spesa, più di nove hanno comperato almeno un prodotto, che aveva una "private label", cioè un marchio del distributore. Così l'anno scorso la quota di mercato di questo tipo di prodotti è passata dal 12,7% del 2008 al 13,6% del 2009. Lo dice il rapporto presentato a Marca (la fiera del settore di Bologna) e coordinato dal docente di marketing dell' università di Parma Guido Cristini. Il settore genera un fatturato di circa 8 miliardi, tra iper e supermercati, discount, minimercati e superette (+10,4%).

Rezarta Selam Emina - DEApres