

Firenze, 16 mar. - (Adnkronos) - Il miglior andamento delle vendite di prodotti LCC si inserisce all'interno di una tendenza di medio periodo in cui si evidenzia una ricomposizione della spesa familiare in cui si e' ridotta la quota di acquisti relativa ai prodotti General Merchandise.

Per quanto riguarda il dettaglio dei prodotti di Largo Consumo Confezionato il risultato piu' sorprendente si evidenzia per le vendite del reparto ortofrutta che, dopo le grosse difficolta' dei mesi precedenti, registrano un +6,0% a novembre ed un +2,0% a dicembre. Positivo anche il giro d'affari del fresco alimentare (+2,2% a novembre e +5,0% a dicembre).

Prosegue poi la crescita dei fatturati di vendita dei prodotti per la cura degli animali (+3,4% a novembre e +2,9% a dicembre) e anche il giro d'affari dei prodotti per la cura della casa risulta in aumento (+2,0% a novembre, +0,2% a dicembre). Le bevande segnalano una flessione dell'1,4% a novembre, ma recuperano completamente a dicembre (+1,4%), stessa situazione per il comparto della drogheria alimentare che registra perdite a novembre (-2,2%), ma reagisce a dicembre con un'inversione di tendenza (+0,6%).