

IL CONTRIBUTO DELL'INNOVAZIONE ALLA CRESCITA DEI REPARTI



valore vendite gdo 2006 (miliardi di euro)	valore vendite nuovi prodotti (miliardi di euro)	trend di sviluppo dei reparti '06/'05 (var. %)	trend di sviluppo dei reparti senza i nuovi prodotti (var. %)	quota nuovi lanci su totale crescita di reparto (%)
---	---	---	--	--

Cura casa

Cura persona

Food & beverage

Totale

Fonte: Iri

Largo Consumo