IL MERCATO DEI PRODOTTI FLOROVIVAISTICI

Marzo 2018

Indagine a cura di **PAOLA LAURICELLA**

IMPIANTO DEL MONITORAGGIO

OBIETTIVI

ISMEA effettua in maniera continuativa il monitoraggio dei consumi dei prodotti floricoli in Italia, in particolare rileva a mercato totale e per ognuno dei mercati FIORI e PIANTE:

- penetrazione d'acquisto presso la clientela finale e consistenza numerica dei target di consumo
- distribuzione degli acquisti nell'ambito dei diversi canali
- occasioni di acquisto
- spesa totale ed atti d'acquisto per singolo canale utilizzato
- profilo degli acquirenti, in termini di caratteristiche socio-demografiche
- comportamenti in relazione alle occasioni d'acquisto e in relazione alle specie di fiori recisi e piante verdi/fiorite acquistate.

METODOLOGIA

L'indagine viene effettuata con una rilevazione basata su PANEL rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne (TELEPANEL), quindi l'universo rappresentato è quello dei 49.424.499 individui di almeno 18 anni, residenti in Italia.

La raccolta dati viene effettuata «mensilmente» ovvero ogni 4 / 5 settimane, in ogni occasione di rilevazione gli individui appartenenti al PANEL rispondono in auto-compilazione ad un questionario con cui è possibile «registrare» gli acquisti realizzati nel periodo di riferimento. Per aumentare la precisione delle informazioni raccolte ogni 15 giorni viene inviato ai rispondenti un avviso di invito a tenere traccia degli acquisti effettuati.

Nell'ambito del monitoraggio 2017-2018 sono previste 6 rilevazioni «mensili» a copertura dei seguenti periodi:

Rilevazione effettuata	Periodo di riferimento
Week-end di Novembre 2017 immediatamente successivo alle «Festività dei Morti»	Ottobre 2017 incluse «Festività dei Morti»
Primo week-end di Dicembre 2017	Novembre 2017
Primo week-end di Marzo 2018	Gennaio e Febbraio 2018
Primo week-end di Aprile 2018	Marzo 2018
Week-end di Maggio 2018 immediatamente successivo alla Festività 1° Maggio	Aprile 2018
Week-end di giugno 2018 immediatamente successivo alla Festività 2 Giugno	Maggio 2018

METODOLOGIA

La distinzione tra **piante da interno e da esterno nell'ambito della rilevazione** è stata proposta sulla base di queste definizioni.

Per PIANTE DA INTERNO si intendono quelle piante la cui etichetta di acquisto riporti una temperatura dai 5°C in su. Tra le principali piante da interno ci sono:

Piante fiorite da interno:
Begonia elatior
Saint Paulia
Medinilla
Spathiphillum
Orchidea (Phalaenopsis, Cymbidium, Dendrobium)
Calanchoa
Anthurium
Guzmania
Poinsettie o stelle di Natale
Curcuma
Crossandra
Columnea
Bulbose fiorite
Azalee Forzate
Gerbera
Gloxinia\ Sinningia
Stephanotis
Crisantemo programmato
Platycodon
Ephyphyllum o Epifillo\ Schlumbergera
Euphorbia Miliiv
Tilandsia Cyanea

Piante verdi da interno:
Ficus benjamina (Alii - Lyrata - Silver King)
Bonsai
Croton (es.Ficus Elastica)
Peperomia
Dieffenbachia
Cactacee
Pothos o Syngonium su bastone o in basket
Yucca
Schefflera
Kentia
Altre palme (Howea - Chamadorea)
Nephrolepsis e Felci
Calathea
Codiaeum
Marantacee (Calathea - Stromanthe)
Begonia Rex
Bromeliacee (Vriesea - Guzmania - Nidularium - Aechmea)
Tradescantia
Bonsai
Zamioculcas
Hedera (anche in basket)
Dracaena
Nolina \ Beucarnea
Aglaonema
Fittonia
Phylodendron
Clorophytum
Sanseveria

Per PIANTE DA ESTERNO invece si intendono quelle piante la cui etichetta di acquisto riporti una temperatura: inferiore ai 5°C. Inoltre spesso sempre sull'etichetta per le piante da esterno il nome della pianta è preceduta dal termine inglese hardy seguito dal gruppo botanico (es: 'hardy perennial').

CAMPIONE

Il campione TELEPANEL è costituito da circa 2.000 famiglie (dimensione campionaria ideale) entro cui vengono intervistati tutti gli individui d'età uguale o superiore ai 18 anni (circa 4.100 casi).

Il campione è stratificato per numero dei componenti il nucleo familiare, ampiezza del comune di residenza e 20 regioni geografiche italiane, è post-stratificato per sesso, età, livello di istruzione e condizione professionale dei rispondenti.

Un'altra variabile di stratificazione suddivide i centri abitati in due tipologie:

- «centri autorappresentativi» ovvero tutti i capoluoghi di provincia/regione la cui popolazione è superiore a 300.000 abitanti (escluse Venezia e Cagliari), distribuiti sulle quattro aree Nielsen (Nord Ovest, Nord Est, Centro + Sardegna, Sud)
- «altri centri» ovvero tutte le altre località.

Nella tabella seguente sono riportate le precisioni attribuibili ad una ricerca effettuata su TELEPANEL relativamente a due possibili ipotesi campionarie. La determinazione delle precisioni risponde alle seguenti condizioni:

- Calcolo effettuato come per un campione casuale semplice, trascurando effetti secondari legati alla stratificazione e alla correlazione interclasse;
- Valutazione riferita alla condizione più restrittiva e cioè penetrazione del 50%.

Famiglie	Individui (*)	Precisione 10%	Intervallo di confidenza 90%
2000	4200	1,3%	48,7% - 51,3%
1000	2100	1,8%	48,2% - 51,8%

CAMPIONE

In merito al Monitoraggio dei prodotti florovivaistici su TELEPANEL sono state calcolati gli intervalli specifici di confidenza al 90% per i dati di penetrazione e spesa media.

Facendo riferimento alla **penetrazione degli acquirenti fiori e/o piante** rilevata con il Monitoraggio (16,9%) , il livello di significatività del dato è il seguente.

Famiglie	Individui	Precisione 10%	Intervallo di confidenza 90%
2000	4100	1,1%	15,8% - 18,0%

Facendo riferimento alla **spesa media in fiori e/o piante** rilevata con il Monitoraggio (24,2 euro), il livello di significatività del dato è il seguente.

Famiglie	Individui	Precisione 10%	Intervallo di confidenza 90%
2000	4200	1,4	22,8 – 25,6

NOTE ALLA LETTURA DEI RISULTATI

Il totale popolazione riportato nel documento (49.424.499 individui di almeno 18 anni residenti in Italia) rappresenta la base di riferimento generale, su cui sono state calcolate le quote di penetrazione d'acquisto e le dimensioni dei vari Target acquirenti.

I dati di spesa media riportati nel documento sono stimati in base al numero di acquirenti effettivi e alle dichiarazioni di coloro che ne ricordano l'ammontare (circa il 90% degli acquirenti).

Le informazioni relative ad alcuni canali di acquisto sono potenzialmente soggette a variazioni di entità superiore a quella registrata per gli altri indicatori per ridotta numerosità campionaria.

Le informazioni relative ai mesi di ottobre e novembre sono potenzialmente soggetti a variazioni di entità superiore a quella registrata negli altri mesi a causa dell'occorrenza della festività dei Morti in maggiore / minore prossimità con i giorni di rilevazione (primo week-end di novembre).

I periodi bimestrali (Gennaio/Febbraio) non sono direttamente confrontabili con gli altri periodi di riferimento in quanto sono peculiari in termini di consumi e differenti per intervallo temporale di registrazione ovvero «peso» relativo.

Nei dati di profilo degli intervistati il livello socio-economico è un parametro stimato di sintesi a 5 livelli calcolato utilizzando le variabili istruzione, professione, reddito dichiarato, numero componenti della famiglia. E' un indicatore potenzialmente soggetto a variazioni di entità superiore per alcuni dei livelli con ridotta numerosità campionaria.

RISULTATI DELLA RICERCA

Penetrazione d’acquisto

PENETRAZIONE D'ACQUISTO

Base: Totale popolazione: 49.424.499

L'indicatore fornisce informazioni sulla quota di individui rispetto alla base indicata (Totale popolazione) che in un determinato periodo ha dichiarato di acquistare ognuna delle CATEGORIE evidenziate, corrispondente a tipologie diverse di acquirenti.

Acquirenti delle CATEGORIE

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Totale fiori e/o piante	18,7	19,5	19,9	20,3	19,7	19,2	17,8	16,9	15,2		15,9	
Totale fiori	13,6	14,2	12,0	12,9	13,0	13,0	12,5	12,1	8,2		8,4	
Totale piante	8,2	8,4	7,9	8,4	9,3	9,6	7,9	7,6	9,0		9,2	
Totale piante da interno	5,6	6,0	5,8	6,7	7,1	8,2	3,9	5,3	4,7		5,2	
Totale piante da esterno	3,4	3,5	2,8	3,1	3,6	4,1	5,2	3,0	6,2		5,9	

L'indicatore per ogni categoria è calcolato a sé stante (per come è definita la categoria) e come tale non ha un rapporto diretto con gli altri indicatori

La rilevazione non viene realizzata nei mesi da Giugno a Settembre compresi e nel mese di Dicembre.

PENETRAZIONE D'ACQUISTO

Base: Totale popolazione: 49.424.499

L'indicatore fornisce informazioni sulla quota di individui rispetto alla base indicata (Totale popolazione) che in un determinato periodo ha dichiarato di acquistare ognuna delle CATEGORIE evidenziate, corrispondente a tipologie diverse di acquirenti.

Acquirenti delle CATEGORIE

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Acquirenti solo fiori	10,5	11,1	9,2	11,8	10,4	9,6	9,9	9,3	6,3		6,6	
Acquirenti solo piante	5,1	5,3	7,6	7,3	6,7	6,2	5,3	4,9	7,1		7,4	
Acquirenti sia fiori sia piante	3,1	3,1	3,1	1,1	2,6	3,4	2,6	2,8	1,9		1,8	

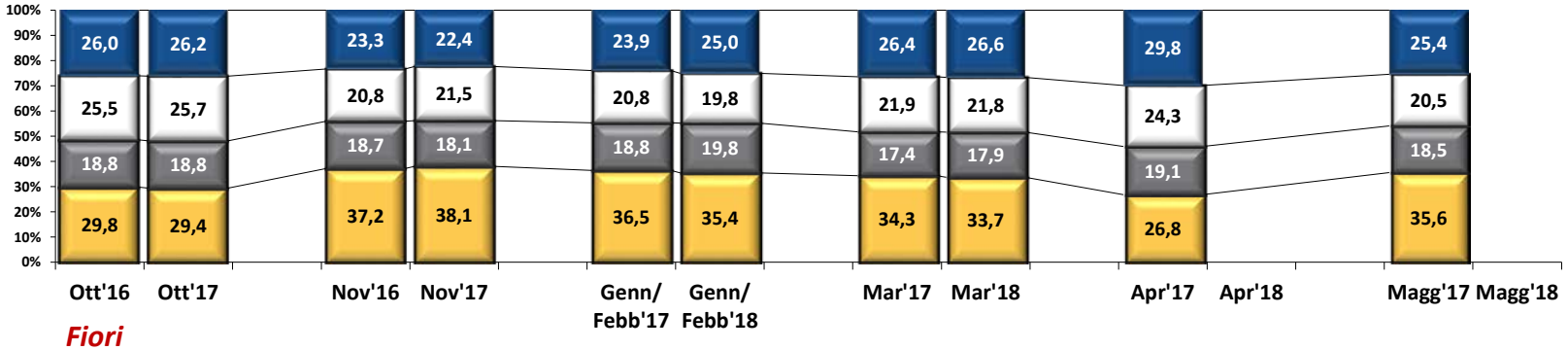
L'indicatore per ogni categoria è calcolato a sé stante (per come è definita la categoria) e come tale non ha un rapporto diretto con gli altri indicatori .

La rilevazione non viene realizzata nei mesi da Giugno a Settembre compresi e nel mese di Dicembre.

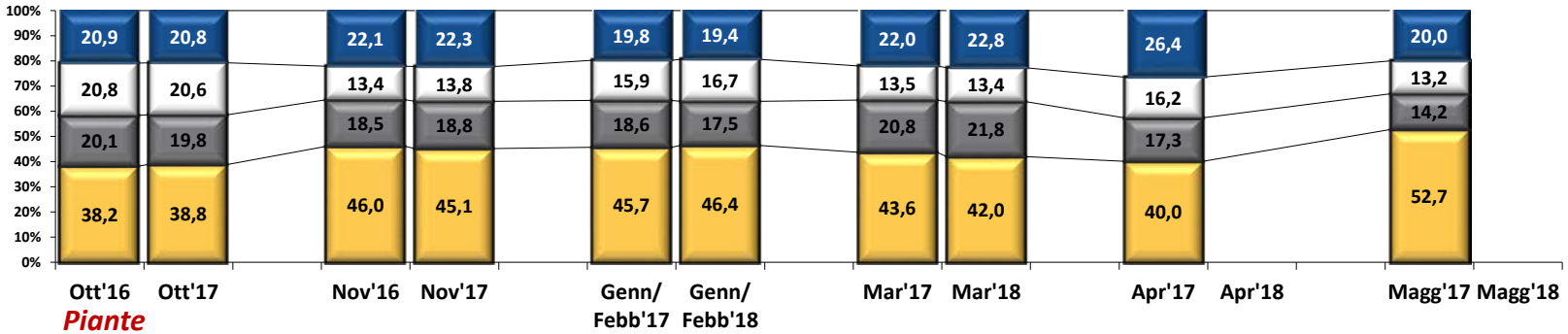
PENETRAZIONE D'ACQUISTO
Ripartizione % per Area Geografica

Base: Totale campione / Acquirenti delle categorie

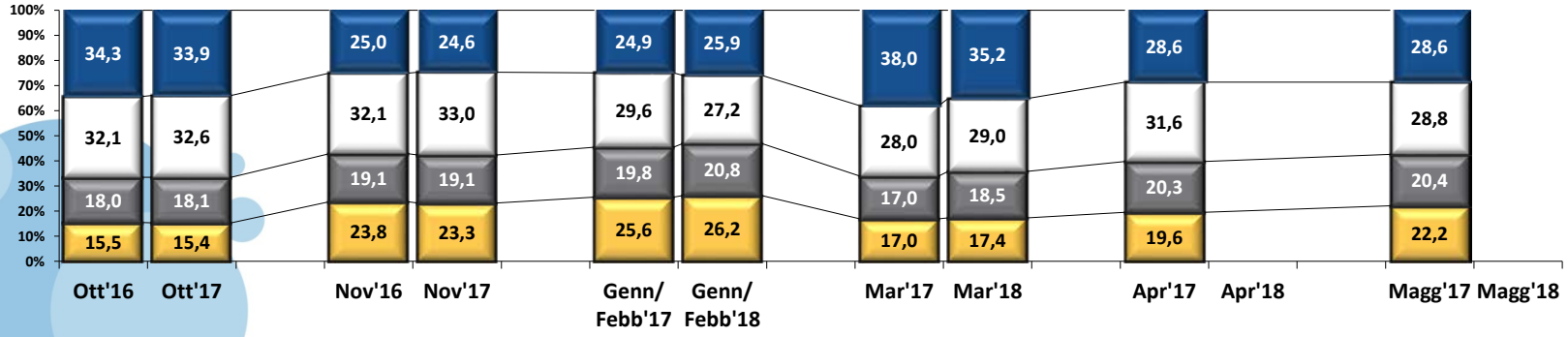
Fiori e/o Piante



Fiori



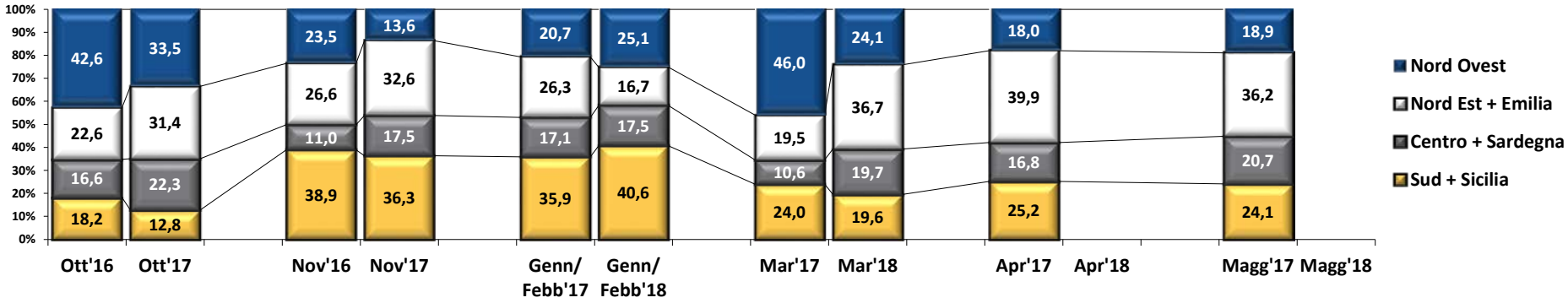
Piante



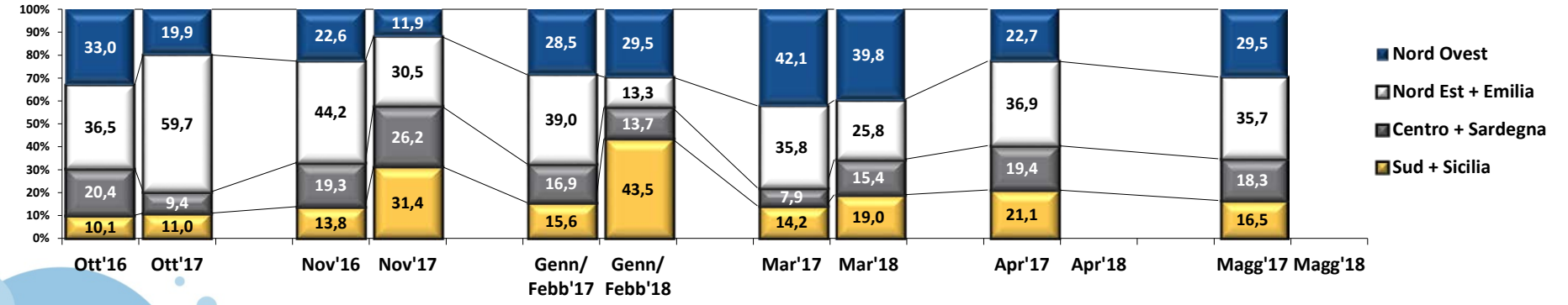
PENETRAZIONE D'ACQUISTO
Ripartizione % per Area Geografica

Base: Totale campione / Acquirenti delle categorie

Piante da INTERNO



Piante da ESTERNO



PENETRAZIONE D'ACQUISTO TOTALE
Canali di acquisto

L'indicatore fornisce informazioni sulla quota di individui rispetto alla base indicata che in un determinato periodo ha dichiarato di acquistare PIANTE E/O FIORI in uno o più di uno dei CANALI di acquisto evidenziati

Acquirenti FIORI E/O PIANTE presso i canali

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Base: Acquirenti Fiori e/o Piante	9.261.626	9.630.858	9.820.014	10.008.924	9.726.899	9.489.504	8.797.561	8.373.891	7.527.920		7.838.071	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
● Negozio di fiori	53,3	49,9	49,0	50,2	61,8	51,9	55,8	55,8	40,9		49,3	
● Chiosco attrezzato in strada	29,0	26,4	26,5	25,6	18,4	17,1	21,1	20,8	19,6		19,4	
● Garden center/Vivaio	19,1	18,0	14,0	13,2	14,5	11,5	17,0	17,3	25,2		26,6	
● NET Altro*	37,4	35,4	26,6	25,8	30,3	33,1	31,1	32,9	35,0		33,8	
● Super/Iper	20,1	19,3	15,9	14,2	18,1	19,8	18,1	19,2	19,9		17,0	
INDICE DI UTILIZZO DEI CANALI	***1,59***	***1,49***	***1,32***	***1,29***	***1,43***	***1,33***	***1,43***	***1,46***	***1,41***		***1,46***	

La somma delle percentuali di acquirenti nei vari CANALI può essere superiore a 100% per la sovrapposizione degli acquisti ovvero la citazione di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente.

- *NET Altro = Catalogo + Internet + Mercato rionale / periodico + Super/Iper + Brico + Altro (non specificato).*
- *Il canale d'acquisto Super/Iper è stato evidenziato a sé stante scorporato dalla categoria di sintesi NET Altro*

PENETRAZIONE D'ACQUISTO FIORI
Canali di acquisto

L'indicatore fornisce informazioni sulla quota di individui rispetto alla base indicata che in un determinato periodo ha dichiarato di acquistare FIORI in uno o più di uno dei CANALI di acquisto evidenziati

Acquirenti FIORI presso i canali

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Base: Acquirenti Fiori	6.744.631	7.028.142	5.918.834	6.383.771	6.420.721	6.402.635	6.191.633	5.976.073	4.037.784		4.164.660	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
● Negozio di fiori	52,6	51,6	59,2	55,1	71,9	72,3	64,6	63,4	54,8		57,9	
● Chiosco attrezzato in strada	34,7	31,5	37,6	35,7	22,7	23,3	28,0	27,7	30,3		31,4	
● Garden center/Vivaio	9,7	8,9	8,4	7,5	6,4	6,2	4,9	4,5	10,0		9,4	
● NET Altro*	20,0	17,9	22,1	20,2	18,9	19,2	18,6	19,3	24,7		21,8	
● Super/Iper	8,2	7,9	10,7	9,6	10,0	10,3	9,3	9,4	11,5		8,9	
INDICE DI UTILIZZO DEI CANALI	***1,25***	***1,18***	***1,38***	***1,28***	***1,30***	***1,31***	***1,25***	***1,24***	***1,31***		***1,29***	

La somma delle percentuali di acquirenti nei vari CANALI può essere superiore a 100% per la sovrapposizione degli acquisti ovvero la citazione di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente.

- *NET Altro = Catalogo + Internet + Mercato rionale / periodico + Super/Iper + Brico + Altro (non specificato).*
- *Il canale d'acquisto Super/Iper è stato evidenziato a sé stante scorporato dalla categoria di sintesi NET Altro*

PENETRAZIONE D'ACQUISTO PIANTE
Canali di acquisto

L'indicatore fornisce informazioni sulla quota di individui rispetto alla base indicata che in un determinato periodo ha dichiarato di acquistare PIANTE in uno o più di uno dei CANALI di acquisto evidenziati

Acquirenti PIANTE presso i canali

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Base: Acquirenti Piante	4.066.995	4.150.755	3.909.858	4.155.726	4.607.300	4.765.605	3.911.251	3.769.912	4.426.876		4.565.536	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
● Negozio di fiori	35,7	34,2	40,8	38,7	38,2	36,3	29,7	29,9	29,0		36,9	
● Chiosco attrezzato in strada	9,3	9,3	13,2	11,9	7,6	7,0	7,3	7,1	7,5		7,5	
● Garden center/Vivaio	30,1	28,8	23,0	20,9	24,7	23,6	32,4	33,4	37,3		39,2	
● Altro*	54,7	55,8	37,8	36,1	44,0	44,5	46,9	46,4	43,6		42,7	
● Super/Iper	32,6	32,9	25,4	23,6	26,4	27,1	29,4	30,8	26,8		22,3	
INDICE DI UTILIZZO DEI CANALI	***1,62***	***1,61***	***1,40***	***1,31***	***1,41***	***1,38***	***1,46***	***1,48***	***1,44***		***1,49***	

La somma delle percentuali di acquirenti nei vari CANALI può essere superiore a 100% per la sovrapposizione degli acquisti ovvero la citazione di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente.

- *Altro = Catalogo + Internet + Mercato rionale/periodico + Super/Iper + Brico + altro.*
- *Il canale d'acquisto Super/Iper è stato evidenziato a sé stante scorporato dalla categoria più generale Altro*

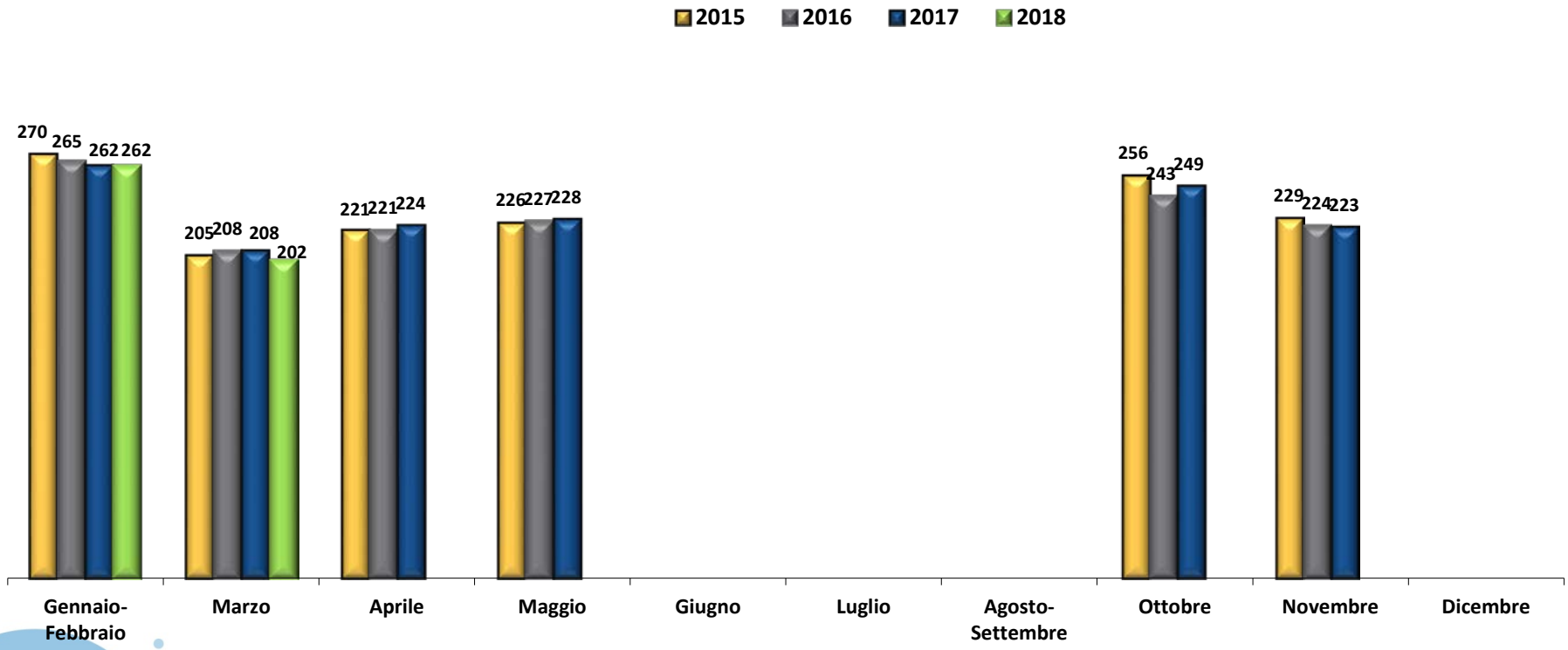
RISULTATI DELLA RICERCA

Spesa media per acquisti

SPESA PER FIORI E/O PIANTE

Base: Acquirenti fiori e/o piante - Valori in milioni (.000.000) di €

L'indicatore è una stima del volume complessivo di spesa rispetto alla base indicata in un determinato periodo

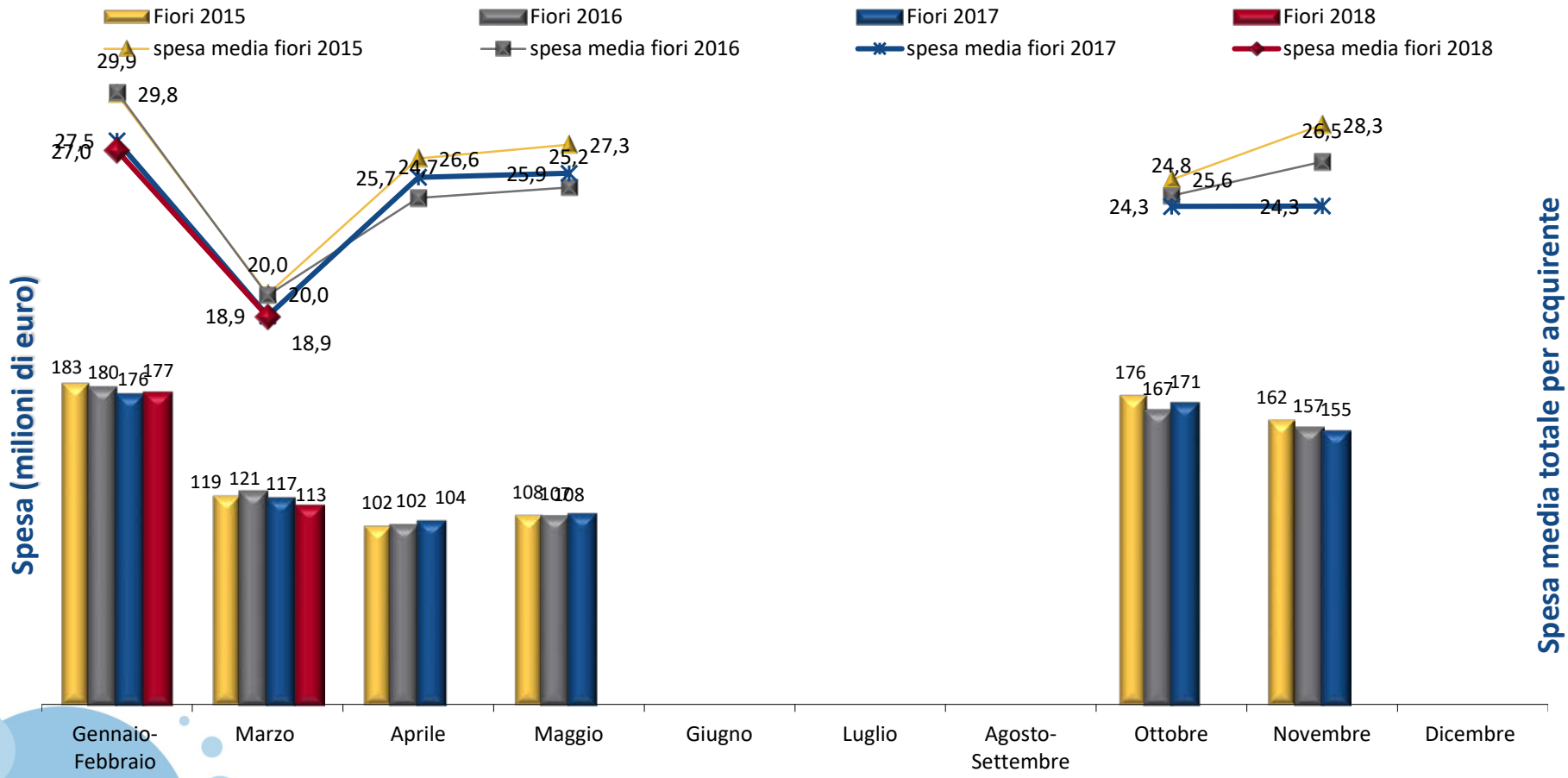


La rilevazione non viene realizzata nei mesi da Giugno a Settembre compresi e nel mese di Dicembre.

SPESA PER FIORI

Base: Acquirenti fiori - Valori in milioni (.000.000) di €

L'indicatore è una stima del volume complessivo di spesa rispetto alla base indicata in un determinato periodo assieme al valore di spesa media

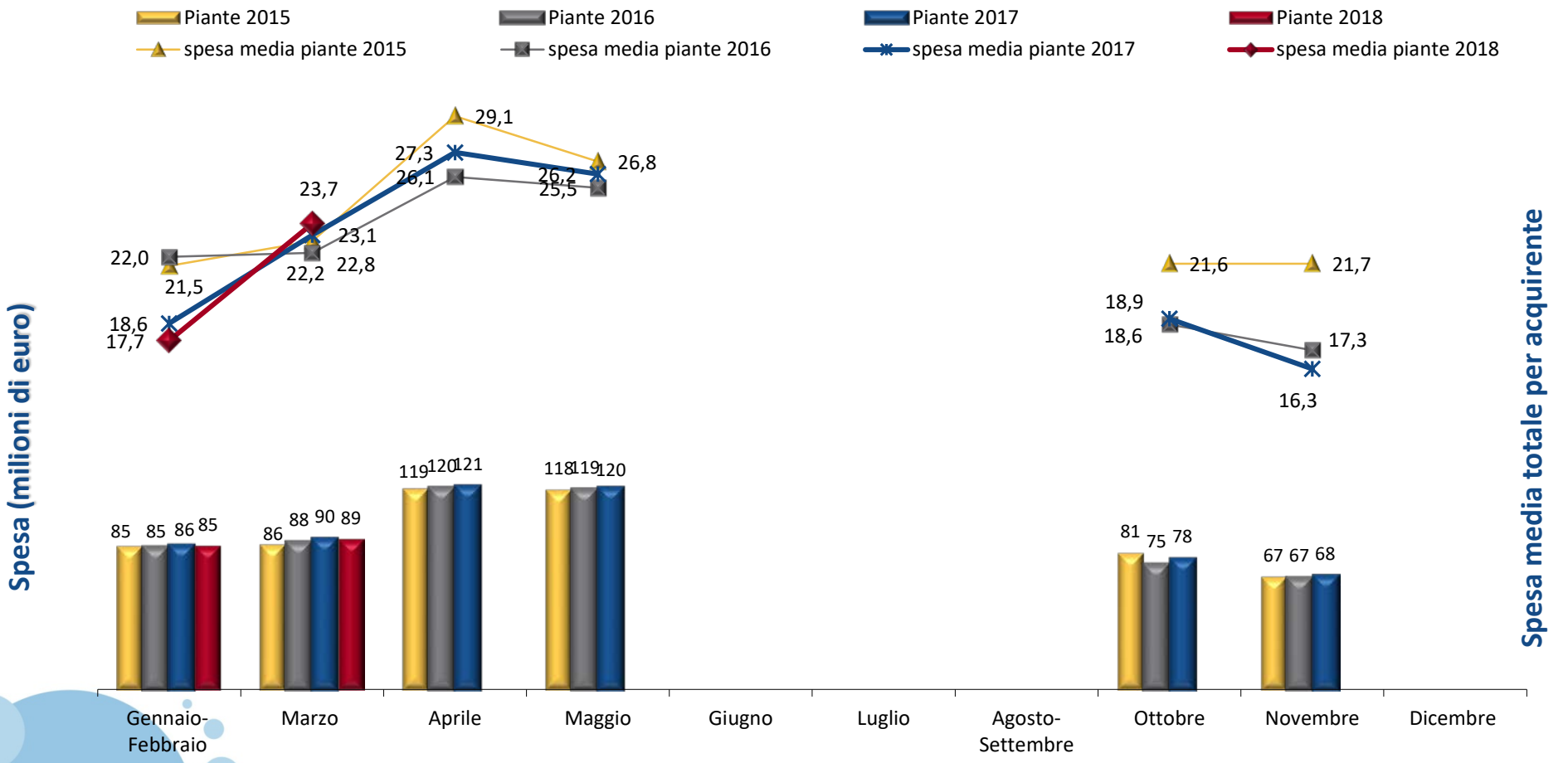


La rilevazione non viene realizzata nei mesi da Giugno a Settembre compresi e nel mese di Dicembre.

SPESA PER PIANTE

Base: Acquirenti fiori - Valori in milioni (.000.000) di €

L'indicatore è una stima del volume complessivo di spesa rispetto alla base indicata in un determinato periodo assieme al valore di spesa media



La rilevazione non viene realizzata nei mesi da Giugno a Settembre compresi e nel mese di Dicembre.

SPESA PER FIORI E/O PIANTE
Ripartizione % per Canali di acquisto

Base: Spesa media acquisto fiori e/o piante

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
● Negozio di fiori	50,4	50,1	51,0	51,8	59,9	59,0	49,8	49,6	39,1		43,3	
● Chiosco attrezzato in strada	18,0	17,4	20,5	20,0	13,4	13,4	13,1	13,2	14,0		14,0	
● Garden center/Vivaio	15,0	15,1	13,0	12,9	10,4	10,5	19,4	19,4	26,6		26,6	
● NET Altro*	16,6	17,4	15,5	15,3	16,3	17,0	17,7	17,8	20,2		16,1	
● Super/Iper	8,0	8,2	7,7	7,6	6,7	7,2	7,4	7,7	9,0		6,9	

- *NET Altro = Catalogo + Internet + Mercato rionale / periodico + Super/Iper + Brico + Altro (non specificato).*
- *Il canale d'acquisto Super/Iper è stato evidenziato a sé stante scorporato dalla categoria di sintesi NET Altro*

SPESA PER FIORI
Ripartizione % per Canali di acquisto

Base: Spesa media acquisto fiori

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
● Negozio di fiori	56,7	56,6	54,0	55,4	66,7	66,4	64,9	64,9	58,1		57,6	
● Chiosco attrezzato in strada	23,1	22,3	25,8	25,0	17,3	17,3	19,0	19,3	20,2		23,7	
● Garden center/Vivaio	9,1	9,4	8,0	7,8	5,1	4,9	5,7	5,1	5,7		8,7	
● NET Altro*	11,1	11,7	12,3	11,7	10,8	11,4	10,3	10,6	16,0		10,0	
● Super/Iper	3,8	3,8	4,7	4,6	3,9	4,2	4,1	4,2	6,3		3,9	

- *NET Altro = Catalogo + Internet + Mercato rionale / periodico + Super/Iper + Brico + Altro (non specificato).*
- *Il canale d'acquisto Super/Iper è stato evidenziato a sé stante scorporato dalla categoria di sintesi NET Altro*

SPESA PER PIANTE
Ripartizione % per Canali di acquisto

Base: Spesa media acquisto piante

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
● Negozio di fiori	36,6	35,9	44,1	43,6	45,8	43,4	30,3	30,3	22,9		30,3	
● Chiosco attrezzato in strada	6,6	6,7	8,4	8,4	5,4	5,3	5,4	5,5	8,7		5,2	
● Garden center/Vivaio	28,0	27,5	24,7	24,5	21,4	22,4	37,1	37,5	44,6		42,9	
● NET Altro*	28,8	29,9	22,9	23,4	27,4	28,9	27,2	26,7	23,8		21,6	
● Super/Iper	17,2	17,7	14,4	14,6	12,5	13,4	11,7	12,1	11,3		9,6	

- *NET Altro = Catalogo + Internet + Mercato rionale / periodico + Super/Iper + Brico + Altro (non specificato).*
- *Il canale d'acquisto Super/Iper è stato evidenziato a sé stante scorporato dalla categoria di sintesi NET Altro*

SPESA MEDIA PER FIORI
Canali di acquisto

Base: hanno effettuato acquisti nel periodo nel canale…..
Valori in Euro

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
● Negozio di fiori	26,70	26,63	24,14	24,48	25,50	25,48	19,04	19,36	27,17		25,83	
● Chiosco attrezzato in strada	16,48	17,13	18,12	17,07	20,93	20,56	12,89	13,18	17,10		19,56	
● Garden center/Vivaio	23,42	25,45	25,19	25,14	21,79	21,75	22,24	21,32	14,71		24,04	
● NET Altro*	13,81	15,96	14,69	14,16	15,75	16,40	10,52	10,45	16,67		11,89	
● Super/Iper	11,44	11,78	11,73	11,58	10,82	11,32	8,25	8,55	14,00		11,37	
TOTALE CANALI **	***24,52***	***23,89***	***26,39***	***23,62***	***27,15***	***27,14***	***18,71***	***18,74***	***25,55***		***25,75***	

- *NET Altro = Catalogo + Internet + Mercato rionale / periodico + Super/Iper + Brico + Altro (non specificato).*
- *Il canale d'acquisto Super/Iper è stato evidenziato a sé stante scorporato dalla categoria di sintesi NET Altro*

*** INDICATORE ottenuto come media delle spese effettuate dall'acquirente presso uno o più dei canali evidenziati e/o presso Mercato rionale / periodico + Super/Iper + Altro (non specificato)*

SPESA MEDIA PER PIANTE
Canali di acquisto

Base: hanno effettuato acquisti nel periodo nel canale…..

Valori in Euro

	Ottobre		Novembre		Gennaio/Febbraio		Marzo		Aprile		Maggio	
	2016	2017	2016	2017	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
● Negozio di fiori	19,02	19,81	18,65	18,39	22,29	21,24	23,56	24,00	21,51		21,49	
● Chiosco attrezzato in strada	13,28	13,57	10,95	11,55	13,36	13,37	17,04	18,42	31,50		18,24	
● Garden center/Vivaio	17,29	18,01	18,46	19,19	16,13	16,81	26,49	26,60	32,61		28,62	
● NET Altro*	9,76	10,09	10,43	10,62	11,59	11,54	13,43	13,64	14,90		13,24	
● Super/Iper	9,81	10,15	9,78	10,13	8,82	8,80	9,23	9,32	11,48		11,29	
TOTALE CANALI **	***18,41***	***18,47***	***17,08***	***15,91***	***17,70***	***16,83***	***22,50***	***23,39***	***27,03***		***26,18***	

- *NET Altro = Catalogo + Internet + Mercato rionale / periodico + Super/Iper + Brico + Altro (non specificato).*
- *Il canale d'acquisto Super/Iper è stato evidenziato a sé stante scorporato dalla categoria di sintesi NET Altro*

*** INDICATORE ottenuto come media delle spese effettuate dall'acquirente presso uno o più dei canali evidenziati e/o presso Mercato rionale / periodico + Super/Iper + Altro (non specificato)*

RISULTATI DELLA RICERCA

Occasioni d’acquisto

OCCASIONI DI ACQUISTO PER FIORI

Base: Acquirenti Fiori

	Ottobre 2017	Novembre 2017	Gennaio - Febbraio 2018	Marzo 2018	Marzo 2017
	%	%	%	%	%
• Per regalo in una cerimonia o ricorrenza (es. matrimonio, battesimo, anniversari)	4,9	12,4	17,9	15,5	12,6
• Per regalo nella ricorrenza della festa della mamma	x	x	x	x	x
• Per la particolare ricorrenza di San Valentino	x	x	31,0	x	x
• Per la particolare ricorrenza dell'8 marzo - Festa della donna	x	x	x	24,6	24,3
• Per la particolare ricorrenza di dei defunti/Ognissanti	67,6	48,2	x	x	x
• Per la particolare ricorrenza della Pasqua	x	x	x	x	x
• Per portarli in dono, come ospite ad amici e/o parenti in occasione di pranzi, cene, etc.)	6,8	5,3	34,8	14,3	10,4
• Per me/per abbellire la mia casa	6,0	6,8	18,9	18,4	21,2
• In occasione di funerali (corone, cuscini, ecc)	2,4	4,7	10,2	2,6	3,8
• Per portarli al cimitero piu' o meno regolarmente (ad esclusione dei funerali)	25,6	48,6	32,3	32,7	42,5
• Per altri motivi/circostanze	1,3	2,7	4,5	5,0	2,6
Numero medio di occasioni	***1,15***	***1,29***	***1,50***	***1,13***	***1,17***

La somma delle percentuali di acquirenti nelle varie OCCASIONI può essere superiore a 100% per la sovrapposizione degli acquisti ovvero la citazione di più occasioni d'acquisto da parte dello stesso acquirente nel periodo (durante il quale le piante e/o i fiori hanno quindi avuto diverse destinazioni d'uso).
Le ricorrenze particolari sono state rilevate solo nel loro mese di competenza

OCCASIONI DI ACQUISTO PER PIANTE

Base: Acquirenti Piante

	Ottobre 2017	Novembre 2017	Gennaio - Febbraio 2018	Marzo 2018	Marzo 2017
	%	%	%	%	%
• Per regalo in una cerimonia o ricorrenza (es. matrimonio, battesimo, anniversari)	5,9	13,2	18,9	18,2	18,9
• Per regalo nella ricorrenza della festa della mamma	x	x	x	x	x
• Per la particolare ricorrenza di San Valentino	x	x	20,7	x	x
• Per la particolare ricorrenza dell'8 marzo - Festa della donna	x	x	x	14,1	11,5
• Per la particolare ricorrenza di dei defunti/Ognissanti	48,6	26,2	x	x	x
• Per la particolare ricorrenza della Pasqua	x	x	x	x	x
• Per portarli in dono, come ospite ad amici e/o parenti in occasione di pranzi, cene,etc.)	12,8	11,7	29,3	8,3	6,1
• Per me/per abbellire la mia casa	33,4	46,4	66,3	54,8	71,3
• In occasione di funerali (corone, cuscini, ecc)	1,9	1,9	0,7	3,3	0,1
• Per portarli al cimitero piu' o meno regolarmente (ad esclusione dei funerali)	15,1	16,1	7,5	3,6	5,2
• Per altri motivi/circostanze	3,5	1,7	5,1	3,2	4,7
Numero medio di occasioni	***1,21***	***1,17***	***1,49***	***1,05***	***1,18***

La somma delle percentuali di acquirenti nelle varie OCCASIONI può essere superiore a 100% per la sovrapposizione degli acquisti ovvero la citazione di più occasioni d'acquisto da parte dello stesso acquirente nel periodo (durante il quale le piante e/o i fiori hanno quindi avuto diverse destinazioni d'uso).
Le ricorrenze particolari sono state rilevate solo nel loro mese di competenza

RISULTATI DELLA RICERCA

Profilo degli acquirenti

PROFILO DEGLI ACQUIRENTI FIORI E/O PIANTE

	% popolaz. italiana	% campione Ottobre '17	% campione Novembre '17	% campione Gennaio - Febbraio '18	% campione Marzo '18	% campione Marzo '17
Base:acquirenti fiori e/o piante	49.424.499	9.630.858	10.008.924	9.489.504	8.373.891	8.797.561
	%	%	%	%	%	%
SESSO						
● Maschi	47,7	28,2	28,8	35,8	40,6	31,3
● Femmine	52,3	71,8	71,2	64,2	59,4	68,7
ETA'						
● 18-24 anni	8,6	0,4	1,6	2,5	1,2	1,9
● 25-34 anni	14,3	6,1	7,1	22,4	17,2	17,3
● 35-44 anni	18,9	15,3	10,7	16,5	18,2	23,2
● 45-54 anni	18,0	19,0	14,9	14,2	14,4	24,1
● 55 anni e oltre	40,2	59,2	65,6	44,4	48,9	33,5
AREA GEOGRAFICA						
● Nord Ovest	26,7	26,2	22,4	25,0	26,6	26,4
● Nord est + Emilia	19,3	25,7	21,5	19,8	21,8	21,9
● Centro + Sardegna	22,5	18,8	18,1	19,8	17,9	17,4
● Sud + Sicilia	31,4	29,4	38,1	35,4	33,7	34,3
STRATO PER CAMPIONAMENTO						
● Centri autorappresentativi	15,9	15,0	8,7	20,4	19,1	8,2
● Altri centri	84,1	85,0	91,3	79,6	80,9	91,8
LIVELLO D'ISTRUZIONE						
● No tit/Lic. Elem.	23,2	31,2	31,4	17,7	19,9	11,3
● Lic. Media inf.	35,5	30,7	31,0	26,9	29,4	28,2
● Dipl. media sup.	29,8	28,0	29,5	43,3	34,1	32,0
● Laurea	11,5	10,1	8,2	12,1	16,7	28,5
CONDIZIONE PROFESSIONALE						
● Lav. autonomo	11,4	6,2	9,1	12,6	12,8	11,8
● Lav. dipendente	18,9	18,5	12,8	17,1	19,0	33,2
● Operaio	15,4	7,5	6,1	9,1	16,3	13,8
● Casalinga	16,8	29,1	27,3	27,6	13,4	23,2
● Pensionato	23,2	32,3	37,5	25,0	31,4	12,0
● In cerca di occup	4,1	3,7	4,8	4,1	2,4	3,4
● Altro	10,2	2,6	2,3	4,3	4,6	2,5
LIVELLO SOCIO-ECONOMICO						
● Basso	17,0	17,7	15,9	16,8	15,5	10,4
● Medio basso	32,1	32,2	31,2	22,4	30,0	26,8
● Medio	28,7	30,8	29,8	26,7	27,3	22,5
● Medio alto	17,4	25,1	14,7	18,5	15,1	18,9
● Alto	4,7	0,0	8,3	15,7	12,2	21,3

PROFILO DEGLI ACQUIRENTI FIORI

	% popolaz. italiana	% campione Ottobre '17	% campione Novembre '17	% campione Gennaio - Febbraio '18	% campione Marzo '18	% campione Marzo '17
Base:acquirenti fiori	49.424.499	7.028.142	6.383.771	6.402.635	5.976.073	6.191.633
	%	%	%	%	%	%
SESSO						
● Maschi	47,7	29,7	27,7	36,2	45,6	27,4
● Femmine	52,3	70,3	72,3	63,8	54,4	72,6
ETA'						
● 18-24 anni	8,6	0,3	1,7	2,0	1,5	2,6
● 25-34 anni	14,3	7,7	8,0	25,8	17,3	15,6
● 35-44 anni	18,9	18,8	11,8	16,5	20,0	26,2
● 45-54 anni	18,0	18,8	16,2	14,2	12,8	28,0
● 55 anni e oltre	40,2	54,4	62,2	41,6	48,3	27,5
AREA GEOGRAFICA						
● Nord Ovest	26,7	20,8	22,3	19,4	22,8	22,0
● Nord est + Emilia	19,3	20,6	13,8	16,7	13,4	13,5
● Centro + Sardegna	22,5	19,8	18,8	17,5	21,8	20,8
● Sud + Sicilia	31,4	38,8	45,1	46,4	42,0	43,6
STRATO PER CAMPIONAMENTO						
● Centri autorappresentativi	15,9	17,5	8,3	18,0	24,2	5,6
● Altri centri	84,1	82,5	91,7	82,0	75,8	94,4
LIVELLO D'ISTRUZIONE						
● No tit/Lic. Elem.	23,2	28,7	29,1	19,1	27,0	12,8
● Lic. Media inf.	35,5	31,4	31,9	24,3	31,6	25,9
● Dipl. media sup.	29,8	30,2	31,4	46,0	24,2	24,8
● Laurea	11,5	9,6	7,6	10,7	17,1	36,5
CONDIZIONE PROFESSIONALE						
● Lav. autonomo	11,4	5,0	10,5	12,0	15,3	11,6
● Lav. dipendente	18,9	22,0	13,1	13,2	18,6	38,6
● Operaio	15,4	7,7	6,8	12,1	19,2	13,5
● Casalinga	16,8	34,4	26,5	31,0	13,0	20,0
● Pensionato	23,2	23,8	36,5	24,4	30,3	9,7
● In cerca di occup	4,1	4,5	4,4	3,5	1,6	3,3
● Altro	10,2	2,6	2,1	3,9	1,9	3,3
LIVELLO SOCIO-ECONOMICO						
● Basso	17,0	13,4	21,6	19,4	20,7	12,7
● Medio basso	32,1	37,1	22,4	20,5	34,4	23,0
● Medio	28,7	33,6	29,7	22,5	23,9	19,0
● Medio alto	17,4	15,9	14,6	16,3	12,2	14,9
● Alto	4,7	0,0	11,7	21,2	8,7	30,3

PROFILO DEGLI ACQUIRENTI PIANTE

	% popolaz. italiana	% campione Ottobre '17	% campione Novembre '17	% campione Gennaio - Febbraio '18	% campione Marzo '18	% campione Marzo '17
Base:acquirenti piante	49.424.499	4.150.755	4.155.726	4.765.605	3.769.912	3.911.251
	%	%	%	%	%	%
SESSO						
● Maschi	47,7	26,0	33,7	31,9	31,5	37,3
● Femmine	52,3	74,0	66,3	68,1	68,5	62,7
ETA'						
● 18-24 anni	8,6	0,4	0,9	2,0	0,6	0,4
● 25-34 anni	14,3	2,3	5,5	29,0	13,1	29,3
● 35-44 anni	18,9	16,9	16,2	14,8	18,9	18,2
● 45-54 anni	18,0	17,1	15,5	14,2	17,9	15,1
● 55 anni e oltre	40,2	63,2	62,0	40,0	49,5	37,0
AREA GEOGRAFICA						
● Nord Ovest	26,7	33,9	24,6	25,9	35,2	38,0
● Nord est + Emilia	19,3	32,6	33,1	27,2	29,0	28,0
● Centro + Sardegna	22,5	18,1	19,1	20,8	18,5	17,0
● Sud + Sicilia	31,4	15,4	23,3	26,2	17,4	17,0
STRATO PER CAMPIONAMENTO						
● Centri autorappresentativi	15,9	15,1	9,9	20,6	9,9	11,4
● Altri centri	84,1	84,9	90,1	79,4	90,1	88,6
LIVELLO D'ISTRUZIONE						
● No tit/Lic. Elem.	23,2	37,9	25,4	10,8	7,8	5,2
● Lic. Media inf.	35,5	27,8	26,9	26,1	28,6	35,2
● Dipl. media sup.	29,8	22,7	39,3	49,8	50,0	49,5
● Laurea	11,5	11,6	8,4	13,3	13,5	10,1
CONDIZIONE PROFESSIONALE						
● Lav. autonomo	11,4	6,8	11,1	14,9	11,2	21,2
● Lav. dipendente	18,9	14,3	14,5	15,1	17,1	17,3
● Operaio	15,4	6,3	7,1	6,9	14,5	12,9
● Casalinga	16,8	27,6	25,3	37,2	13,1	29,0
● Pensionato	23,2	38,1	32,4	18,6	32,9	13,6
● In cerca di occup	4,1	5,5	7,6	4,5	3,5	4,9
● Altro	10,2	1,4	1,9	2,8	7,7	1,1
LIVELLO SOCIO-ECONOMICO						
● Basso	17,0	6,4	4,5	14,9	5,4	8,4
● Medio basso	32,1	31,3	44,5	21,1	31,5	28,9
● Medio	28,7	28,7	32,0	24,3	28,1	31,2
● Medio alto	17,4	33,6	18,9	14,4	20,4	31,5
● Alto	4,7	0,0	0,0	25,3	14,6	0,0