



ISMEA
**IL MERCATO DEI
PRODOTTI
FLOROVIVAISTICI**

**Rilevazione
Agosto-settembre 2008**

Indagine effettuata da ISMEA/Acnielsen-CRA a cura di:

Paola Lauricella

OBIETTIVI
METODOLOGIA
CAMPIONE

ISMEA ha monitorato in maniera continuativa l'andamento dei consumi dei prodotti floricoli in Italia.

A tal fine C.R.A. ha reso disponibili strumenti e conoscenze atte a raggiungere tale scopo.

L'indagine fa seguito a ricerche già effettuate a cavallo tra il 2001 ed il 2002, nel 2004, nel 2005, nel 2006 e nel 2007.

Nell'indagine si sono studiati i mercati dei fiori e delle piante.

Per ognuno dei due sub-mercati, sono stati analizzati i seguenti punti:

- penetrazione d'acquisto presso la clientela finale e consistenza numerica dei target di consumo
- distribuzione rispetto all'utilizzo dei diversi canali d'acquisto
- occasioni di acquisto
- specie di fiori recisi e piante verdi/fiorite acquistate
- spesa per singolo canale utilizzato, sia in termini di spesa totale sia in termini di atti di acquisto
- profilo degli acquirenti, in termini di caratteristiche socio-demografiche

L'indagine è stata organizzata, per l'edizione del 2008, nei seguenti mesi di: Marzo, Aprile, Maggio, Giugno, Luglio, Agosto, Ottobre, Novembre, Dicembre, Gennaio '09.

In questo report viene sintetizzata la fase di rilevazione relativa al bimestre Agosto/Settembre 2008.

L'indagine è stata effettuata con una metodologia di rilevazione basata su Telepanel.

Il campione utilizzato è quello delle 2.000 famiglie e di queste vengono intervistati tutti gli individui d'età uguale o superiore ai 18 anni (4.350 casi).

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

Un'altra variabile di stratificazione è lo "strato per campionamento" che suddivide i centri abitati in due gruppi: "centri autorappresentativi" è costituito da 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 e Sud); "altri centri" è costituito da tutte le altre città.

L'universo rappresentato è quello dei 47.431.775 individui di almeno 18 anni, residenti in Italia. 5/39

NOTA METODOLOGICA

I dati di spesa riportati sono stimati, cioè calcolati sul numero di acquirenti per la spesa media derivata dalla dichiarazione di coloro che ricordano l'ammontare della spesa effettuata (solitamente citata da circa il 90% degli acquirenti).



RISULTATI DELLA RICERCA

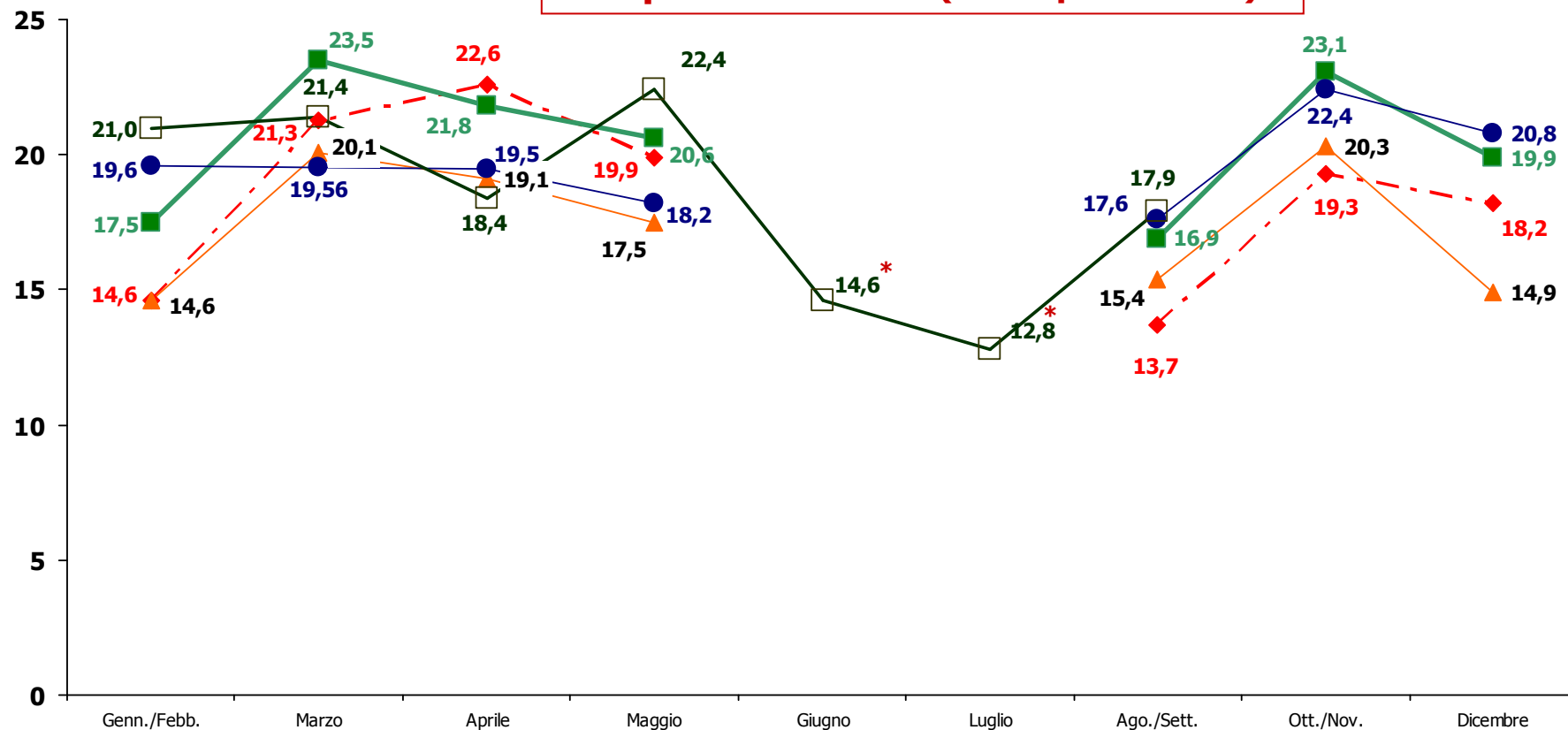
PRINCIPALI RISULTATI

Il bimestre agosto-settembre 2008 presenta un ammontare di spesa simile al bimestre del 2007 e cioè di 240 milioni circa. Tale cifra però riflette un orientamento al consumo differenziato tra fiori e piante, alberi e arbusti. Ambedue i segmenti registrano come fattore positivo una stabilità del numero di acquirenti se non persino un leggero incremento per gli acquirenti di fiori ma che avviene a scapito di una diminuzione degli stessi in alcune aree geografiche. Inoltre le piante, alberi e arbusti sono state acquistate ma con importi medi nettamente più bassi; la spesa media per acquirente da circa 24 euro del bimestre 2007, è passata a 19,5 mentre quella media per canale da circa 19 a 15. Ciò deriva da una propensione alla spesa ben più bassa in termini relativi, in alcune aree geografiche e principalmente nel nord est. Infatti non è la voglia di comprare che viene meno e lo dimostra l'affluenza degli acquirenti presso il dettaglio rimasta inalterata, ma cambia sia la disponibilità a spendere che diminuisce, sia il tipo di offerta che trovano sui punti vendita. Infatti in un periodo economicamente difficile e di bassi consumi, i rifornimenti possono aver privilegiato le dimensioni di piante più piccole e meno costose nonché per effetto della maggior concorrenza della GDO nelle zone del nord ovest e nord est, sono aumentate le promozioni e la scontistica.

Viceversa nel Meridione risultano in aumento il numero di acquirenti sia di fiori sia di piante ma va sottolineato l'incremento del livello della spesa media per acquirente soprattutto nel centro Italia, dovuto ad una minore incisività del canale del libero servizio (GDO + brico-center) in dette aree. Di conseguenza l'aumento della spesa per il segmento del reciso non è indice di un aumento dei consumi in quanto il maggior numero di acquirenti in un periodo di forte esodo estivo, può essere dovuto sia ad una maggiore precisione dell'intervistato nel trascrivere l'acquisto sia ad un minor numero di persone che è andato in vacanza. Per quest'ultimo fattore, va evidenziato in entrambe le aree ma soprattutto nel Centro Italia, una maggiore presenza di clienti presso i super e ipermercati il cui importo medio di spesa è nettamente più basso di quello del canale tradizionale. L'aumento complessivo della spesa in fiori recisi è anche dovuto ad un livello dei prezzi all'origine più elevato di alcune importanti specie che ha innalzato i prezzi al dettaglio soprattutto di negozi e chioschi.

Base: Totale popolazione: 47.431.775

Acquirenti totali – (valori percentuali)

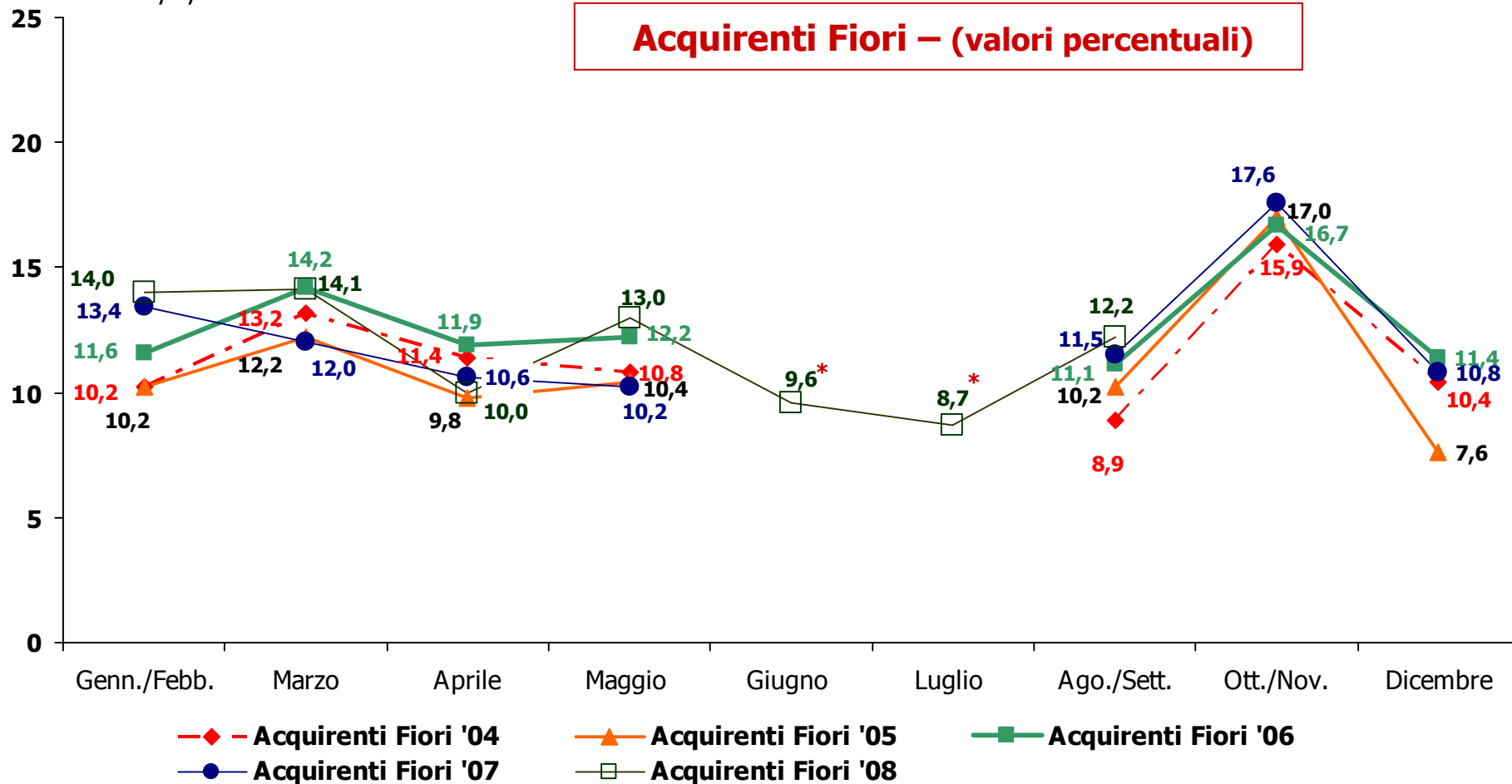


—◆— Acquirenti fiori e/o piante '04
 —▲— Acquirenti fiori e/o piante '05
 —■— Acquirenti fiori e/o piante '06
—●— Acquirenti fiori e/o piante '07
 —□— Acquirenti fiori e/o piante '08

Nota: il totale popolazione 47.431.775 (individui di almeno 18 anni residenti in Italia) rappresenta il 100 su cui sono state calcolate le quote di penetrazione d'acquisto per Fiori e/o Piante

*** Nota: il dato non è confrontabile con il bimestre giugno-luglio degli anni precedenti in quanto è riferito ai singoli mesi di Giugno e Luglio 2008**

Base: Totale popolazione: 47.431.775

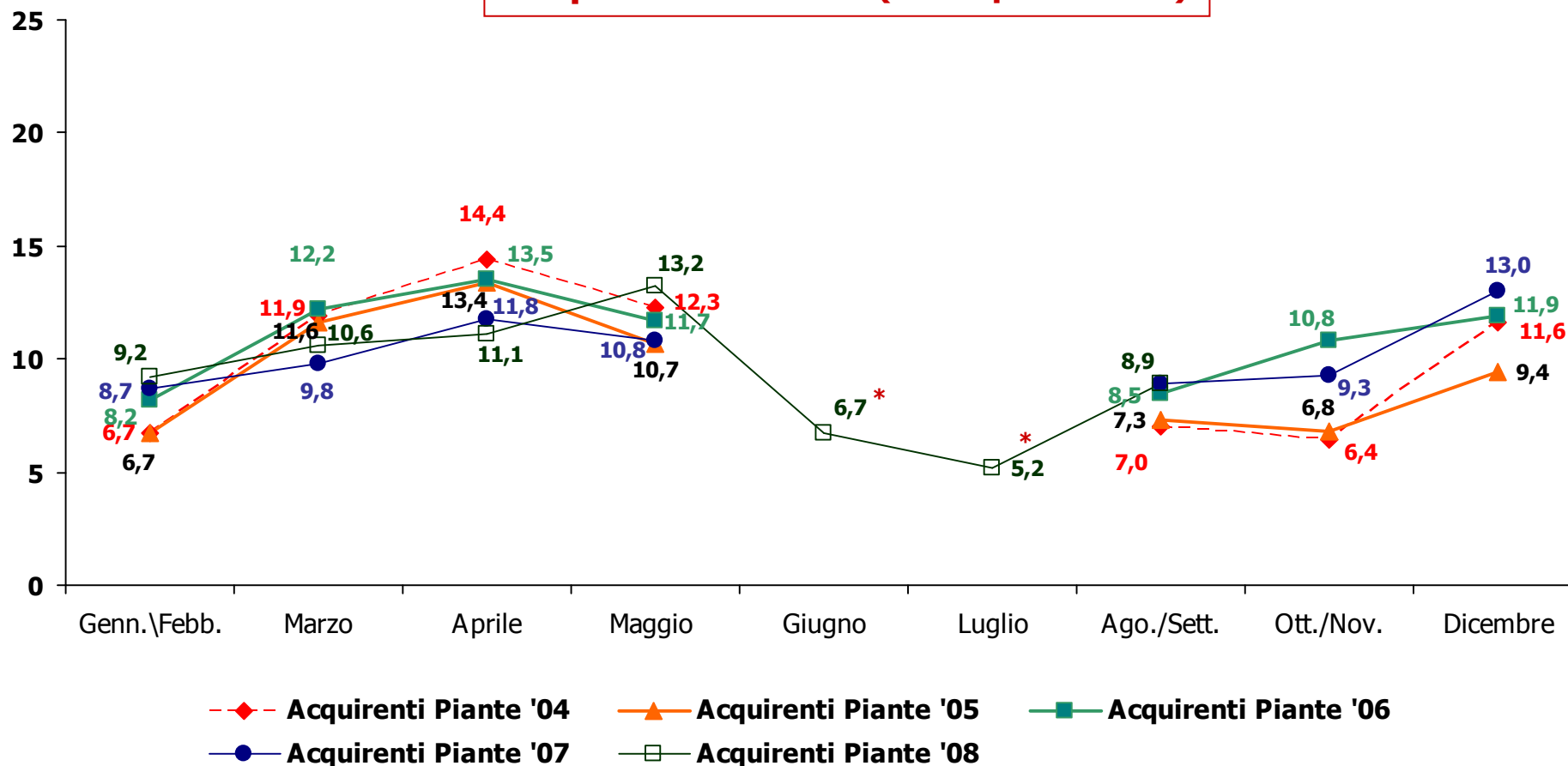


Nota: il totale popolazione 47.431.775 (individui di almeno 18 anni residenti in Italia) rappresenta il 100 su cui sono state calcolate le quote di penetrazione d'acquisto per Fiori

*** Nota: il dato non è confrontabile con il bimestre giugno-luglio degli anni precedenti in quanto è riferito ai singoli mesi di Giugno e Luglio 2008**

Base: Totale popolazione: 47.431.775

Acquirenti Piante – (valori percentuali)



Nota: il totale popolazione 47.431.775 (individui di almeno 18 anni residenti in Italia) rappresenta il 100 su cui sono state calcolate le quote di penetrazione d'acquisto per Piante

* Nota: il dato non è confrontabile con il bimestre giugno-luglio degli anni precedenti in quanto è riferito ai singoli mesi di Giugno e Luglio 2008

PENETRAZIONI D'ACQUISTO

Sovrapposizioni delle categorie di prodotto

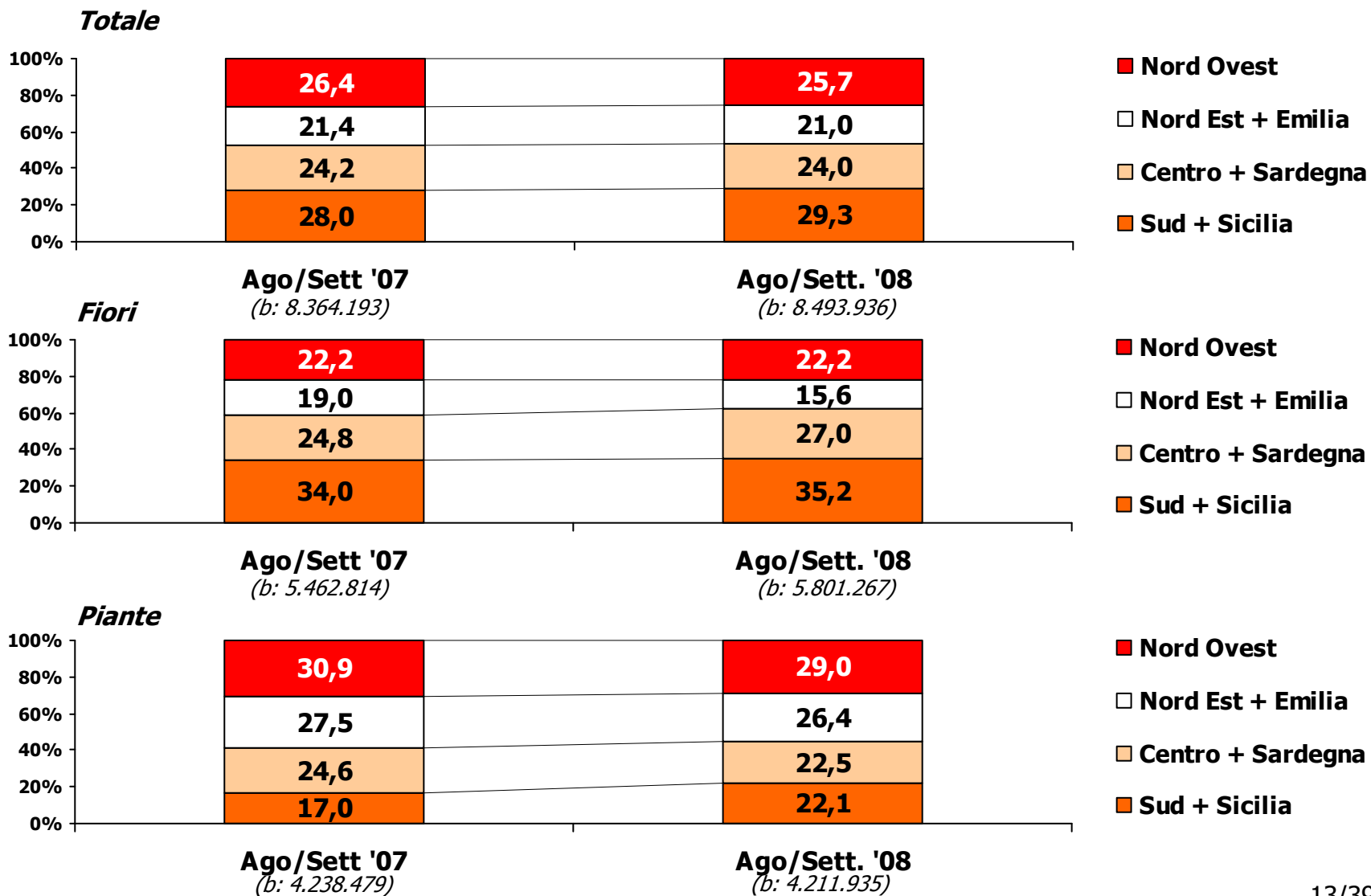
Acquirenti delle categorie di prodotto

Base: Totale popolazione: 47.431.775

	Ottobre/ Novembre '07	Dicembre '07	Gennaio Febbraio '08	Marzo '08	Aprile '08	Maggio '08	Giugno '08	Luglio '08	Agosto/ Settembre '08	Agosto/ Settembre '07
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Acquirenti solo fiori	13,1	7,8	11,8	10,8	7,3	9,2	7,9	7,6	9,0	8,7
Acquirenti solo piante	4,8	10,0	7,0	7,3	8,3	9,4	5,0	4,1	5,7	6,1
Acquirenti sia fiori sia piante	4,5	3,0	2,2	3,3	2,8	3,8	1,7	1,1	3,2	2,8

Nota: le quote di penetrazione d'acquisto per 'Solo Fiori', 'Solo Piante' e 'Sia Fiori Sia Piante' sono state calcolate prendendo come riferimento il 100 che rappresenta il totale popolazione pari a 47.431.775 (individui di almeno 18 anni residenti in Italia)

DISTRIBUZIONE DEGLI ACQUIRENTI PER AREA GEOGRAFICA AGOSTO/SETTEMBRE '08



RISULTATI DELLA RICERCA

- Profilo degli acquirenti -

TOTALE Acquirenti fiori e piante

Base:acquirenti fiori e piante

SESSO

- ☛ Maschi
- ☛ Femmine

ETA'

- ☛ 18-24 anni
- ☛ 25-34 anni
- ☛ 35-44 anni
- ☛ 45-54 anni
- ☛ 55 anni e oltre

AREA GEOGRAFICA

- ☛ Nord Ovest
- ☛ Nord est + Emilia
- ☛ Centro + Sardegna
- ☛ Sud + Sicilia

STRATO PER CAMPIONAMENTO

- ☛ Centri autorappresentativi
- ☛ Altri centri

LIVELLO D'ISTRUZIONE

- ☛ No tit/Lic. Elem.
- ☛ Lic. Media inf.
- ☛ Dipl. media sup.
- ☛ Laurea

	Totale popolaz.	Agosto/ Settembre '08
	47.431.775	8.493.936
	%	%
☛ Maschi	47,8	28,8
☛ Femmine	52,2	71,2
☛ 18-24 anni	9,9	2,5
☛ 25-34 anni	18,6	13,5
☛ 35-44 anni	18,4	17,7
☛ 45-54 anni	16,1	15,6
☛ 55 anni e oltre	37,0	50,7
☛ Nord Ovest	26,9	25,7
☛ Nord est + Emilia	19,1	21,0
☛ Centro + Sardegna	22,4	24,0
☛ Sud + Sicilia	31,6	29,3
☛ Centri autorappresentativi	17,6	17,2
☛ Altri centri	82,4	82,8
☛ No tit/Lic. Elem.	28,0	36,7
☛ Lic. Media inf.	36,3	29,0
☛ Dipl. media sup.	28,4	26,3
☛ Laurea	7,3	8,0

Base:acquirenti fiori e piante

CONDIZIONE PROFESSIONALE

- ☛ Lav. autonomo
- ☛ Lav. dipendente
- ☛ Operaio
- ☛ Casalinga
- ☛ Pensionato
- ☛ In cerca di occup
- ☛ Altro

LIVELLO SOCIO-ECONOMICO

- ☛ Basso
- ☛ Medio basso
- ☛ Medio
- ☛ Medio alto
- ☛ Alto

DISPONIBILITA' DI SPAZI PER FIORI E PIANTE

- ☛ Casette/fioriere su davanzali
- ☛ Balconi/terrazzi
- ☛ Ballatoio/pianerottolo/cortile
- ☛ Giardino
- ☛ Non ha a disposizione spazi esterni

	Totale popolaz.	Agosto/ Settembre '08
	47.431.775	8.493.936
	%	%
☛ Lav. autonomo	12,6	12,6
☛ Lav. dipendente	18,2	19,1
☛ Operaio	15,6	10,3
☛ Casalinga	17,3	28,9
☛ Pensionato	21,4	22,4
☛ In cerca di occup	6,1	4,2
☛ Altro	8,8	2,4
☛ Basso	28,8	22,8
☛ Medio basso	19,4	20,5
☛ Medio	20,4	21,5
☛ Medio alto	23,7	26,8
☛ Alto	7,8	8,4
☛ Casette/fioriere su davanzali	17,6	26,2
☛ Balconi/terrazzi	57,2	64,8
☛ Ballatoio/pianerottolo/cortile	13,5	14,5
☛ Giardino	38,5	42,4
☛ Non ha a disposizione spazi esterni	12,9	4,6

Acquirenti FIORI

Base:acquirenti fiori e piante

SESSO

- ☛ Maschi
- ☛ Femmine

ETA'

- ☛ 18-24 anni
- ☛ 25-34 anni
- ☛ 35-44 anni
- ☛ 45-54 anni
- ☛ 55 anni e oltre

AREA GEOGRAFICA

- ☛ Nord Ovest
- ☛ Nord est + Emilia
- ☛ Centro + Sardegna
- ☛ Sud + Sicilia

STRATO PER CAMPIONAMENTO

- ☛ Centri autorappresentativi
- ☛ Altri centri

LIVELLO D'ISTRUZIONE

- ☛ No tit/Lic. Elem.
- ☛ Lic. Media inf.
- ☛ Dipl. media sup.
- ☛ Laurea

	Totale popolaz.	Agosto/ Settembre '08
	47.431.775	5.801.267
	%	%
☛ Maschi	47,8	32,6
☛ Femmine	52,2	67,4
☛ 18-24 anni	9,9	3,4
☛ 25-34 anni	18,6	13,0
☛ 35-44 anni	18,4	16,9
☛ 45-54 anni	16,1	14,3
☛ 55 anni e oltre	37,0	52,4
☛ Nord Ovest	26,9	22,2
☛ Nord est + Emilia	19,1	15,6
☛ Centro + Sardegna	22,4	27,0
☛ Sud + Sicilia	31,6	35,2
☛ Centri autorappresentativi	17,6	15,5
☛ Altri centri	82,4	84,5
☛ No tit/Lic. Elem.	28,0	39,8
☛ Lic. Media inf.	36,3	28,0
☛ Dipl. media sup.	28,4	25,1
☛ Laurea	7,3	7,1

Base:acquirenti fiori e piante

CONDIZIONE PROFESSIONALE

- ☛ Lav. autonomo
- ☛ Lav. dipendente
- ☛ Operaio
- ☛ Casalinga
- ☛ Pensionato
- ☛ In cerca di occup
- ☛ Altro

LIVELLO SOCIO-ECONOMICO

- ☛ Basso
- ☛ Medio basso
- ☛ Medio
- ☛ Medio alto
- ☛ Alto

DISPONIBILITA' DI SPAZI PER FIORI E PIANTE

- ☛ Cassette/fioriere su davanzali
- ☛ Balconi/terrazzi
- ☛ Ballatoio/pianerottolo/cortile
- ☛ Giardino
- ☛ Non ha a disposizione spazi esterni

	Totale popolaz.	Agosto/ Settembre '08
	47.431.775	5.801.267
	%	%
☛ Lav. autonomo	12,6	14,1
☛ Lav. dipendente	18,2	19,3
☛ Operaio	15,6	8,9
☛ Casalinga	17,3	26,7
☛ Pensionato	21,4	24,4
☛ In cerca di occup	6,1	3,7
☛ Altro	8,8	2,9
☛ Basso	28,8	23,0
☛ Medio basso	19,4	18,9
☛ Medio	20,4	22,0
☛ Medio alto	23,7	27,6
☛ Alto	7,8	8,5
☛ Cassette/fioriere su davanzali	17,6	25,4
☛ Balconi/terrazzi	57,2	63,7
☛ Ballatoio/pianerottolo/cortile	13,5	12,9
☛ Giardino	38,5	40,9
☛ Non ha a disposizione spazi esterni	12,9	4,4

Acquirenti PIANTE

Base: acquirenti fiori e piante

SESSO

- ☛ Maschi
- ☛ Femmine

ETA'

- ☛ 18-24 anni
- ☛ 25-34 anni
- ☛ 35-44 anni
- ☛ 45-54 anni
- ☛ 55 anni e oltre

AREA GEOGRAFICA

- ☛ Nord Ovest
- ☛ Nord est + Emilia
- ☛ Centro + Sardegna
- ☛ Sud + Sicilia

STRATO PER CAMPIONAMENTO

- ☛ Centri autorappresentativi
- ☛ Altri centri

LIVELLO D'ISTRUZIONE

- ☛ No tit/Lic. Elem.
- ☛ Lic. Media inf.
- ☛ Dipl. media sup.
- ☛ Laurea

	Totale popolaz.	Agosto/ Settembre '08
	47.431.775 %	4.211.935 %
☛ Maschi	47,8	18,9
☛ Femmine	52,2	81,1
☛ 18-24 anni	9,9	0,5
☛ 25-34 anni	18,6	14,1
☛ 35-44 anni	18,4	20,1
☛ 45-54 anni	16,1	15,6
☛ 55 anni e oltre	37,0	49,8
☛ Nord Ovest	26,9	29,0
☛ Nord est + Emilia	19,1	26,4
☛ Centro + Sardegna	22,4	22,5
☛ Sud + Sicilia	31,6	22,1
☛ Centri autorappresentativi	17,6	19,3
☛ Altri centri	82,4	80,7
☛ No tit/Lic. Elem.	28,0	34,6
☛ Lic. Media inf.	36,3	29,1
☛ Dipl. media sup.	28,4	27,3
☛ Laurea	7,3	9,0

Base: acquirenti fiori e piante

CONDIZIONE PROFESSIONALE

- ☛ Lav. autonomo
- ☛ Lav. dipendente
- ☛ Operaio
- ☛ Casalinga
- ☛ Pensionato
- ☛ In cerca di occup
- ☛ Altro

LIVELLO SOCIO-ECONOMICO

- ☛ Basso
- ☛ Medio basso
- ☛ Medio
- ☛ Medio alto
- ☛ Alto

DISPONIBILITA' DI SPAZI PER FIORI E PIANTE

- ☛ Cassette/fioriere su davanzali
- ☛ Balconi/terrazzi
- ☛ Ballatoio/pianerottolo/cortile
- ☛ Giardino
- ☛ Non ha a disposizione spazi esterni

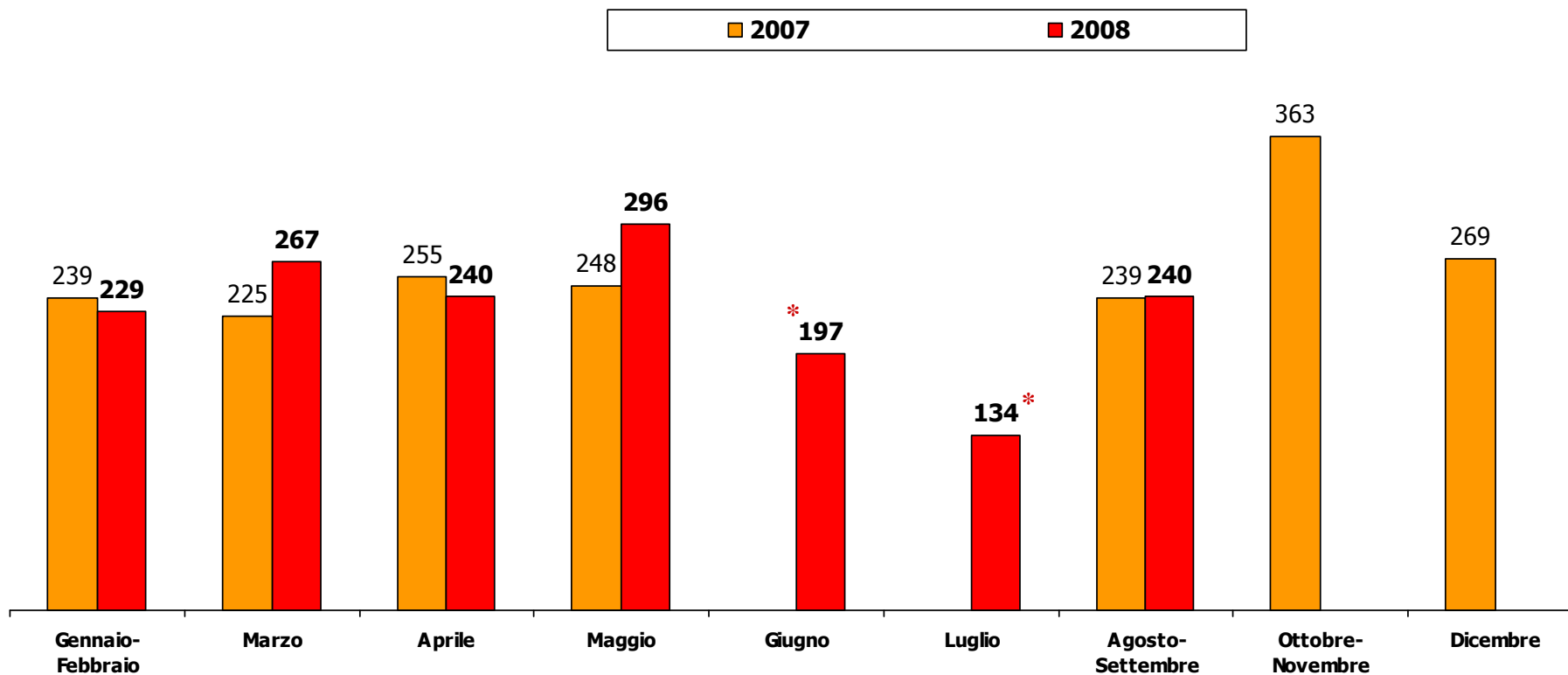
	Totale popolaz.	Agosto/ Settembre '08
	47.431.775 %	4.211.935 %
☛ Lav. autonomo	12,6	9,1
☛ Lav. dipendente	18,2	17,6
☛ Operaio	15,6	10,8
☛ Casalinga	17,3	34,0
☛ Pensionato	21,4	23,0
☛ In cerca di occup	6,1	4,0
☛ Altro	8,8	1,5
☛ Basso	28,8	20,5
☛ Medio basso	19,4	22,1
☛ Medio	20,4	23,3
☛ Medio alto	23,7	24,0
☛ Alto	7,8	10,1
☛ Cassette/fioriere su davanzali	17,6	26,2
☛ Balconi/terrazzi	57,2	67,0
☛ Ballatoio/pianerottolo/cortile	13,5	14,7
☛ Giardino	38,5	41,4
☛ Non ha a disposizione spazi esterni	12,9	4,2

RISULTATI DELLA RICERCA

- Luoghi d'acquisto e spesa -

SPESA TOTALE FIORI E PIANTE – Confronto con stessi periodi anno precedente

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



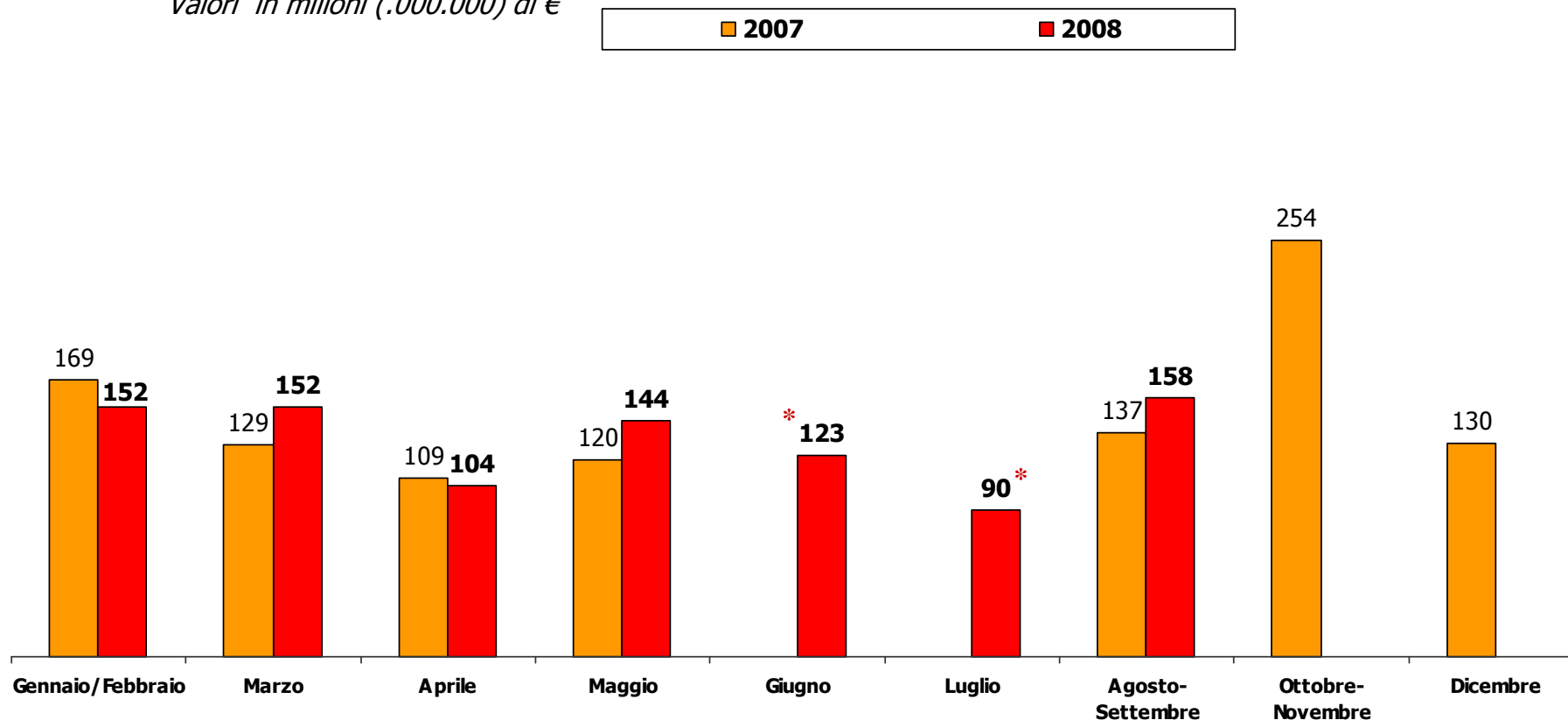
Nota: nel grafico sono riportati i dati a partire da Gennaio-Febbraio 07

*** Nota: spesa non confrontabile con il bimestre Giugno-Luglio '07 in quanto il dato è riferito ai singoli mesi di Giugno e Luglio 2008**

FIORI - SPESA TOTALE – Confronto con stessi periodi anno precedente

Base: Acquirenti fiori

Valori in milioni (.000.000) di €



Nota: nel grafico sono riportati i dati a partire da Gennaio-Febbraio 07

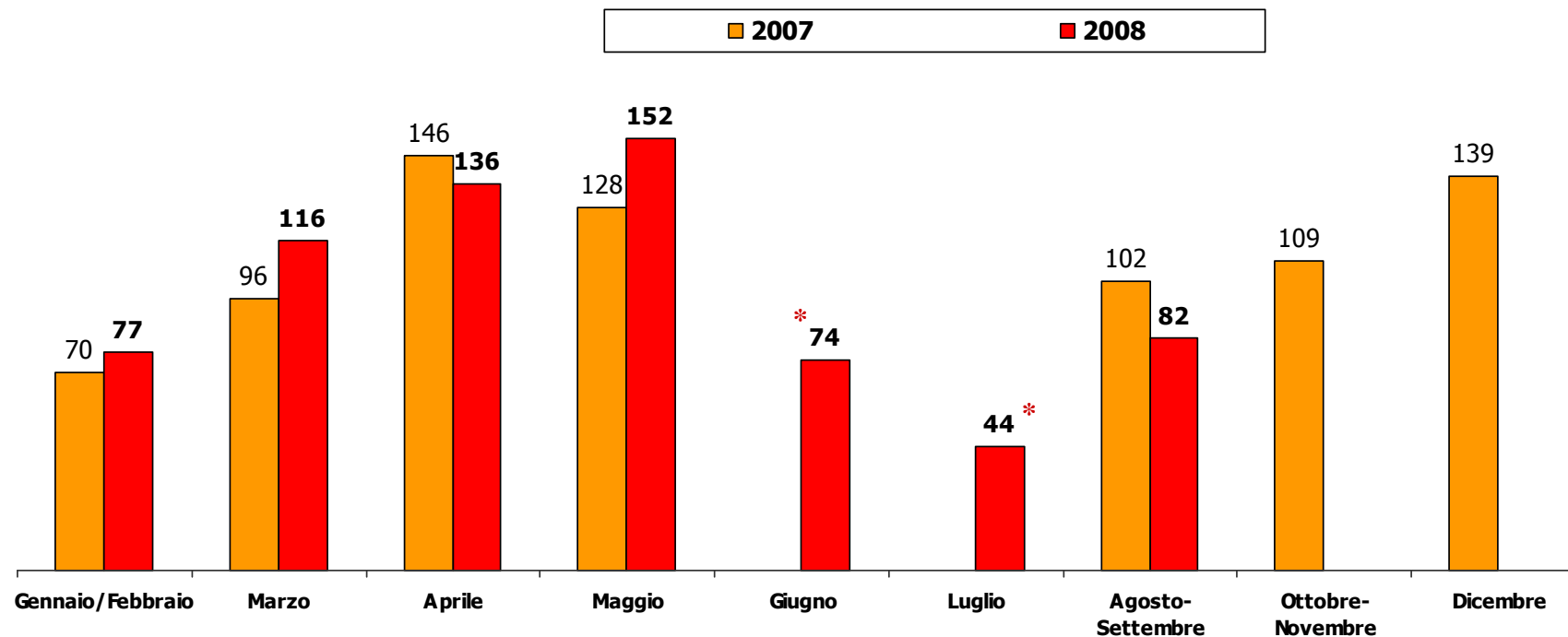
*** Nota: spesa non confrontabile con il bimestre Giugno-Luglio '07 in quanto il dato è riferito ai singoli mesi di Giugno e Luglio 2008**

PIANTE - SPESA TOTALE

Confronto con stessi periodi anno precedente

Base: Acquirenti piante

Valori in milioni (.000.000) di €



Nota: nel grafico sono riportati i dati a partire da Gennaio-Febbraio 07

*** Nota: spesa non confrontabile con il bimestre Giugno-Luglio '07 in quanto il dato è riferito ai singoli mesi di Giugno e Luglio 2008**

FIORI E PIANTE - % DI SPESA PER CANALE Confronto con i periodi precedenti

	Ottobre/ Novembre '07	Dicembre '07	Gennaio/ Febbraio '08	Marzo '08	Aprile '08	Maggio '08	Giugno '08	Luglio '08	Agosto/ Settembre '08	Agosto/ Settembre '07
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
• Negozio di fiori	50,7	53,2	56,1	46,2	42,0	48,9	51,2	50,8	55,8	53,0
• Chiosco attrezzato in strada	18,3	13,8	15,8	17,0	14,0	11,6	15,3	20,4	15,5	13,5
• Garden center/Vivaio	14,7	15,4	10,4	16,1	24,2	23,2	17,4	14,0	13,6	15,6
• Mercato rionale/ periodico	6,5	6,3	7,9	7,9	9,3	9,1	6,6	7,2	7,6	6,9
• Super/Iper	5,7	8,1	5,8	8,5	7,3	5,0	5,2	6,3	6,2	8,1
• Altro (catalogo, internet, brico/ fai da te, altro)	4,0	3,1	4,0	4,3	3,2	2,2	4,3	1,3	1,3	2,9

FIORI - % DI SPESA PER CANALE **Confronto con i periodi precedenti**

	Ottobre/ Novembre '07	Dicembre '07	Gennaio/ Febbraio '08	Marzo '08	Aprile '08	Maggio '08	Giugno '08	Luglio '08	Agosto/ Settembre '08	Agosto/ Settembre '07
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
• Negozio di fiori	52,2	60,2	65,1	54,6	51,8	63,5	59,5	57,6	62,4	62,4
• Chiosco attrezzato in strada	23,3	21,8	19,6	24,3	25,5	17,3	19,4	27,2	20,3	19,8
• Garden center/Vivaio	7,5	8,9	4,4	6,0	6,9	6,0	9,1	4,8	6,1	7,1
• Mercato rionale/periodico	7,4	4,4	6,2	6,7	11,6	8,5	4,7	4,3	7,2	6,1
• Super/Iper	5,4	3,1	2,2	5,0	3,2	3,3	3,5	4,6	3,5	2,4
• Altro (catalogo, internet, brico/fai da te, altro) *	4,2	1,6	2,5	3,4	1,0	1,4	3,8	1,5	0,5	2,2

(*) Nota: valori suscettibili di variazioni a causa della esigua numerosità dei casi sulla base dei quali vengono fatte le stime

PIANTE - % DI SPESA PER CANALE **Confronto con i periodi precedenti**

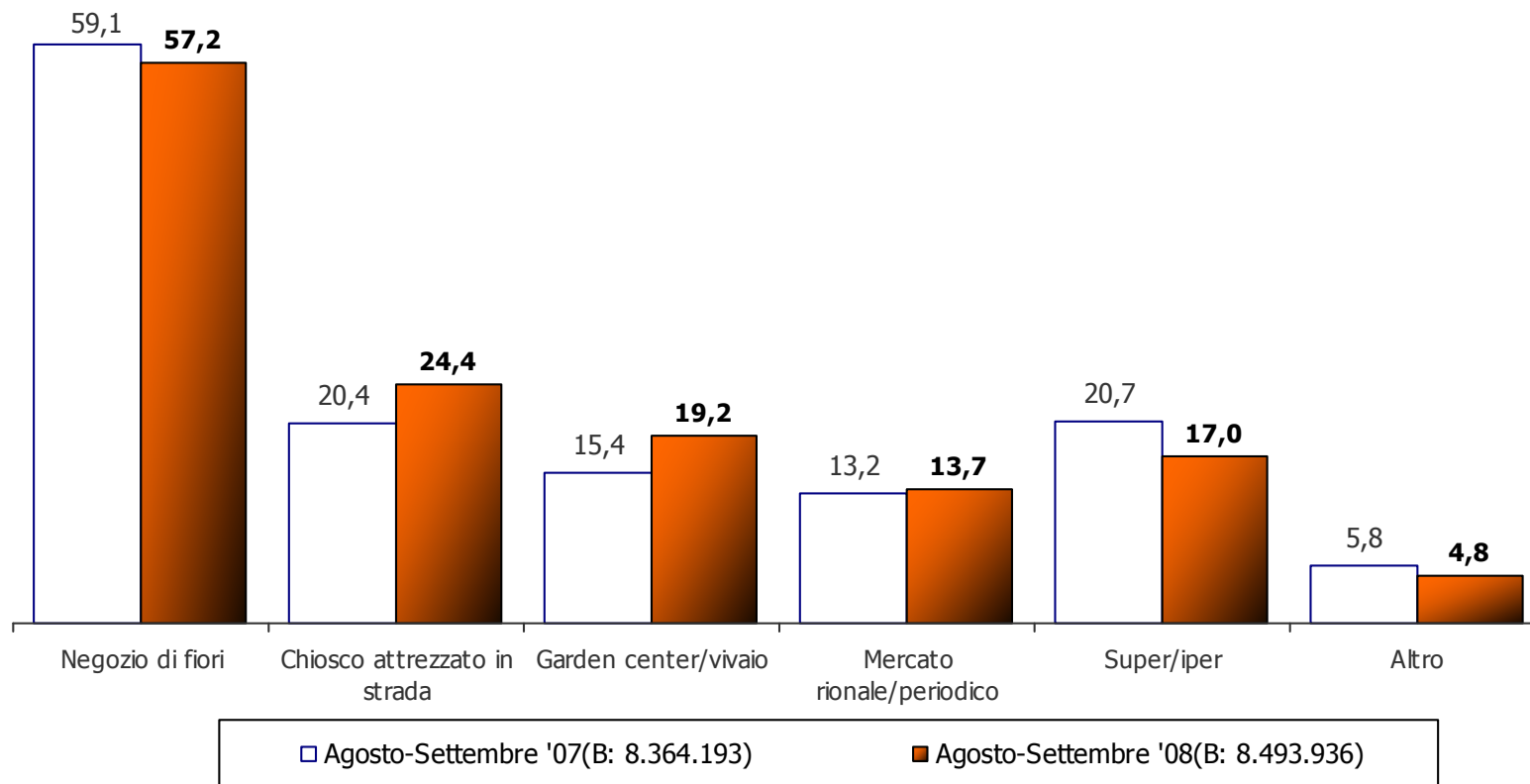
	Ottobre/ Novembre '07	Dicembre '07	Gennaio/ Febbraio '08	Marzo '08	Aprile '08	Maggio '08	Giugno'08	Luglio '08	Agosto/ Settembre '08	Agosto/ Settembre '07
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
• Negozio di fiori	47,4	46,5	38,6	35,0	34,4	34,9	37,0	36,9	43,2	40,3
• Chiosco attrezzato in strada	6,5	6,4	8,3	7,3	5,3	6,1	8,3	6,6	6,5	5,0
• Garden center/Vivaio	31,6	21,6	22,1	29,3	37,4	39,6	31,5	32,6	27,9	27,2
• Mercato rionale/ periodico	4,6	8,1	11,2	9,6	7,5	9,6	10,0	13,1	8,4	7,9
• Super/Iper	6,4	12,8	12,8	13,2	10,5	6,6	8,0	9,8	11,3	15,9
• Altro (catalogo, internet, brico/ fai da te, altro) *	3,6	4,6	7,0	5,6	4,9	3,2	5,2	1,0	2,7	3,7

(*) Nota: valori suscettibili di variazioni a causa della esigua numerosità dei casi sulla base dei quali vengono fatte le stime

FIORI E PIANTE - % DI ACQUIRENTI * PER CANALE - Agosto/Settembre '08

% di penetrazione presso i canali calcolata sugli acquirenti

Base: Acquirenti fiori e piante



* La somma delle percentuali di acquirenti può essere superiore a 100% a causa del fenomeno di sovrapposizione. Tale è l'uso di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente da cui deriva l'indice di sovrapposizione o indice di utilizzo dei canali.

FIORI E PIANTE - % DI ACQUIRENTI * PER CANALE Confronto con i periodi precedenti

% di penetrazione presso i canali calcolata sugli acquirenti

Base: Acquirenti netti fiori e piante

	Ottobre/ novembre '07	Dicembre '07	Gennaio/ Febbraio '07	Marzo '08	Aprile '08	Maggio '08	Giugno '08	Luglio '08	Agosto/ Settembre '08	Agosto/ Settembre '07
Base:	10.624.396	9.875.610	9.946.364	10.150.339	8.710.115	10.626.439	6.911.941	6.063.596	8.493.936	8.364.193
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
• Negozio di fiori	58,2	50,3	52,3	48,6	41,8	51,6	52,0	51,5	57,2	59,1
• Chiosco attrezzato in strada	31,6	22,9	22,7	25,8	22,7	19,4	24,0	26,7	24,4	20,4
• Garden center/Vivaio	17,5	16,6	12,6	20,0	24,1	26,1	18,7	12,4	19,2	15,4
• Mercato rionale/periodico	12,5	10,8	13,6	14,5	17,5	16,2	15,9	13,0	13,7	13,2
• Super/Iper	14,2	21,3	16,2	19,8	18,9	13,2	12,8	13,4	17,0	20,7
• Altro (catalogo, internet, brico/fai da te/ altro)	5,7	6,0	6,2	6,2	5,6	4,6	6,3	3,9	4,8	5,8
INDICE DI UTILIZZO DEI CANALI	1,39	1,28	1,24	1,39	1,32	1,31	1,32	1,23	1,36	1,35

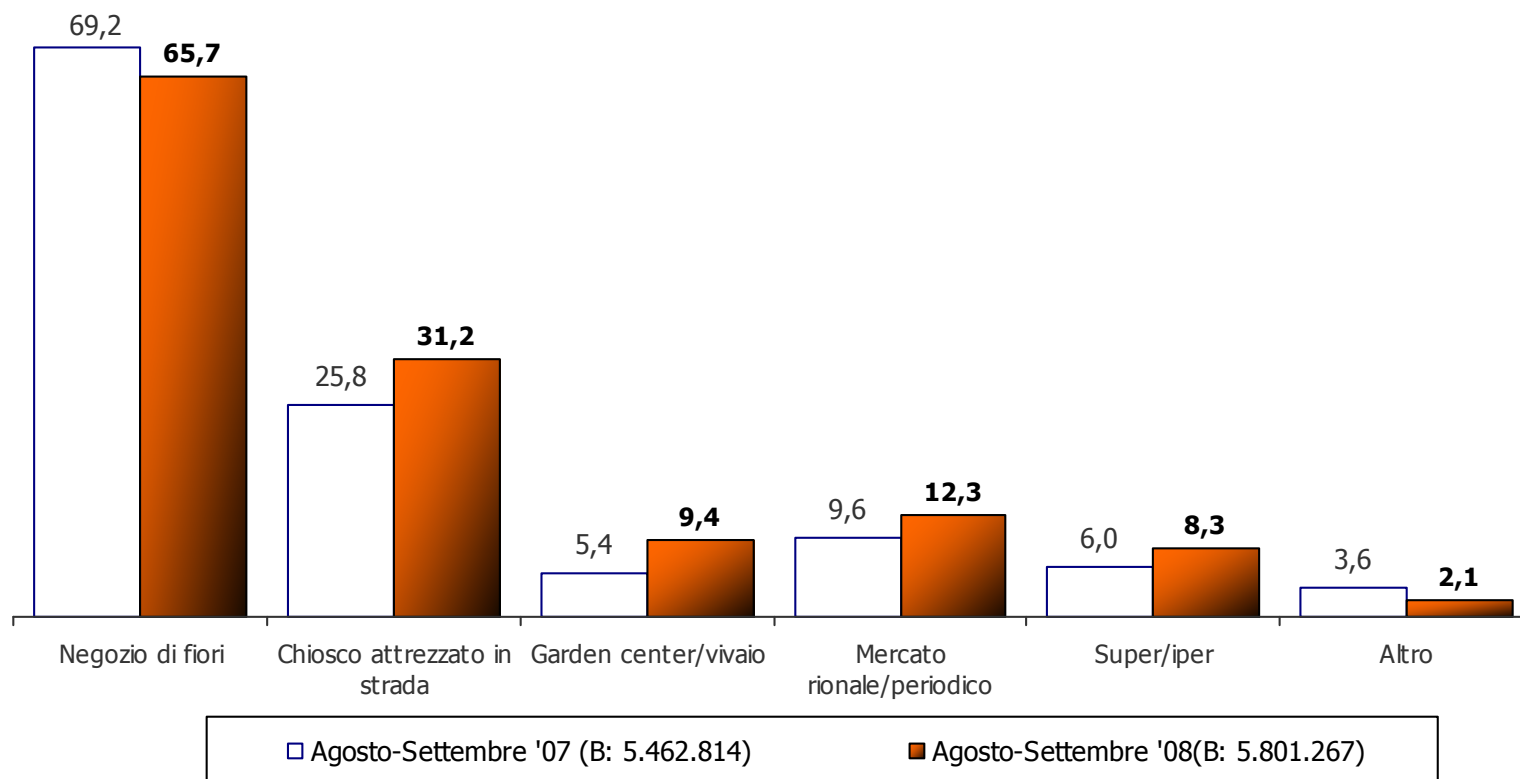
* La somma delle percentuali di acquirenti può essere superiore a 100% a causa del fenomeno di sovrapposizione. Tale è l'uso di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente da cui deriva l'indice di sovrapposizione o indice di utilizzo dei canali.

** L' incremento significativo dei valori dovuto soprattutto al canale 'Catalogo, Internet..', è soggetto a sensibili variazioni a causa della esigua numerosità campionaria.

FIORI - % DI ACQUIRENTI * PER CANALE Agosto/Settembre '08

% di penetrazione presso i canali calcolata sugli acquirenti

Base: Acquirenti fiori



* La somma delle percentuali di acquirenti può essere superiore a 100% a causa del fenomeno di sovrapposizione. Tale è l'uso di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente da cui deriva l'indice di sovrapposizione o indice di utilizzo dei canali.

FIORI - % DI ACQUIRENTI * PER CANALE Confronto con i periodi precedenti

% di penetrazione presso i canali calcolata sugli acquirenti

Base: Acquirenti fiori

	Ottobre/ Novembre '07	Dicembre '07	Gennaio/ Febbraio '08	Marzo '08	Aprile '08	Maggio '08	Giugno '08 (*)	Luglio '08 (*)	Agosto/ Settembre '08	Agosto/ Settembre '07
Base totale	8.343.075	5.141.493	6.644.230	6.668.284	4.754.495	6.162.477	4.548.854	4.127.016	5.801.267	5.462.814
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
• Negozio di fiori	59,5	57,8	63,1	56,5	50,4	64,0	62,1	58,9	65,7	69,2
• Chiosco attrezzato in strada	37,3	33,6	28,2	33,1	34,1	25,3	31,0	34,2	31,2	25,8
• Garden center/Vivaio	8,8	8,0	4,7	7,6	8,5	9,2	9,2	4,4	9,4	5,4
• Mercato rionale/ periodico	11,0	7,8	10,2	11,7	17,0	13,4	11,2	8,0	12,3	9,6
• Super/Iper	11,0	6,8	5,7	11,2	8,7	7,8	7,7	10,1	8,3	6,0
• Altro (catalogo, internet, brico/fai da te/ altro)	4,8	2,4	2,4	3,9	2,0	2,9	5,1	4,3	2,1	3,6

INDICE DI UTILIZZO DEI CANALI	1,32	1,16	1,14	1,28	1,22	1,23	1,26	1,22	1,29	1,20
----------------------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

* La somma delle percentuali di acquirenti può essere superiore a 100% a causa del fenomeno di sovrapposizione. Tale è l'uso di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente da cui deriva l'indice di sovrapposizione o indice di utilizzo dei canali.

FIORI – % DI ACQUIRENTI PER CANALE

% di acquirenti presso gli specifici canali in funzione della disponibilità di spazi

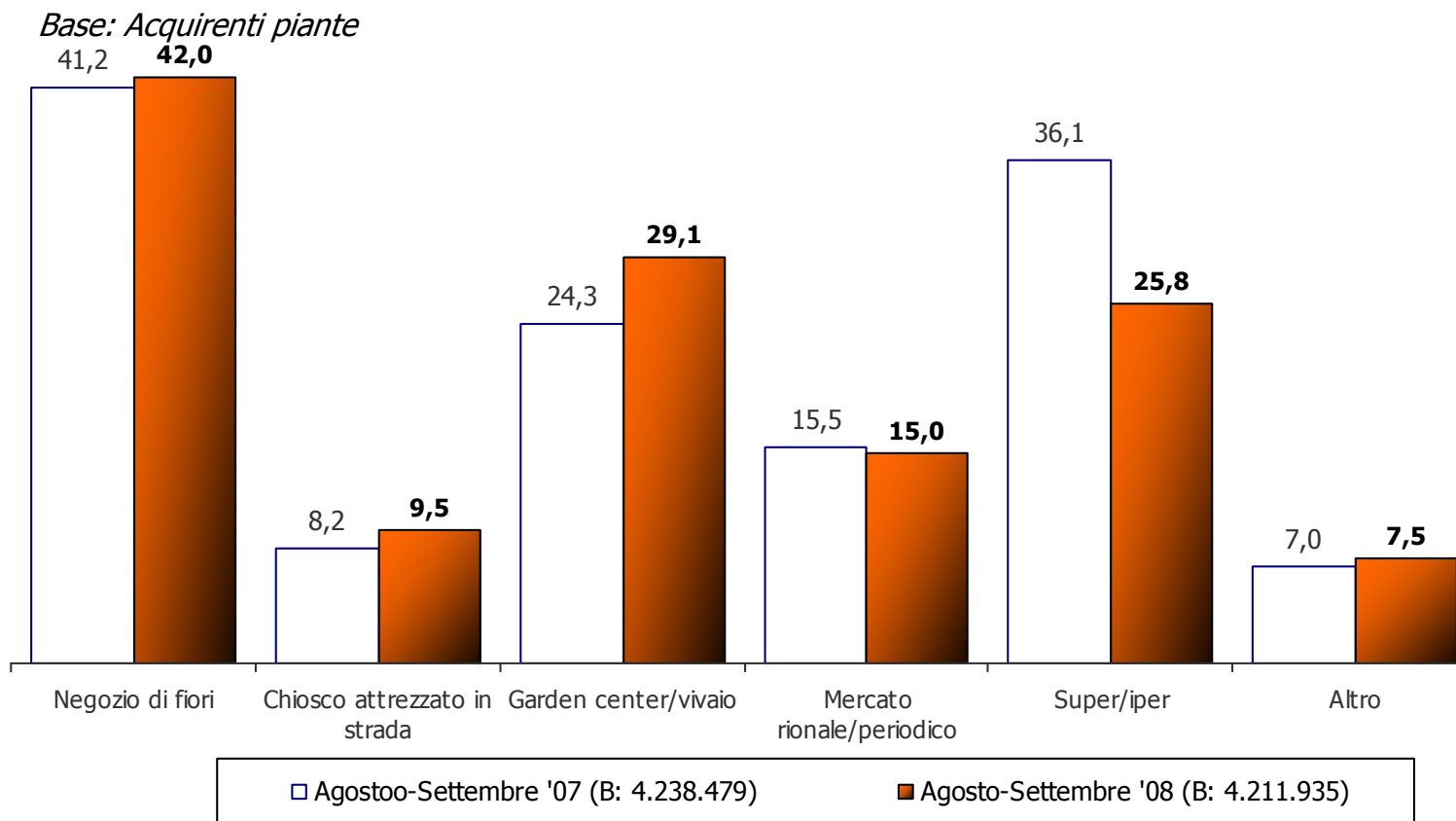
Base: Acquirenti fiori

	Agosto/ Settembre '08	Cassette/ Fioriere su Davanzali	Balconi/ Terrazzi	Ballatoio/ Pianerot./ Cortile	Giardino	Non ha a disposizio- ne spazi esterni
Base:	5.801.267	1.476.039	3.696.272	747.571	2.371.704	255.100
	%	%	%	%	%	%
• Negozio di fiori	65,7	63,6	64,3	57,7	63,1	70,3
• Chiosco attrezzato in strada	31,2	29,4	31,8	23,4	30,8	47,6
• Garden center/Vivaio	9,4	12,0	8,5	19,1	11,8	-
• Mercato rionale/periodico	12,3	6,0	10,6	11,7	16,3	10,0
• Super/Iper	8,3	10,5	7,2	13,9	10,7	11,5
• Altro (catalogo, internet, brico/fai da te, altro)	2,1	2,7	2,1	-	1,0	-

NOTA: Questi dati riguardano la distribuzione degli spazi interni e/o esterni di coloro che hanno acquistato fiori recisi nei diversi canali di acquisto. Le percentuali per tipo di spazio contengono in parte le sovrapposizioni di chi nelle proprie case dispone di più tipologie di spazi esterni. Anche l'acquisto per canale non è legato alla destinazione d'uso del tipo di spazio esterno considerato per colonna.

PIANTE- % DI ACQUIRENTI * PER CANALE Agosto/Settembre '08

% di penetrazione presso i canali calcolata sugli acquirenti



* La somma delle percentuali di acquirenti può essere superiore a 100% a causa del fenomeno di sovrapposizione. Tale è l'uso di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente da cui deriva l'indice di sovrapposizione o indice di utilizzo dei canali.

PIANTE- % DI ACQUIRENTI * PER CANALE Confronto con i periodi precedenti

% di penetrazione presso i canali calcolata sugli acquirenti

Base: Acquirenti piante

	Ottobre/ Novembre '07	Dicembre '07	Gennaio/ Febbraio '08	Marzo '08	Aprile '08	Maggio '08	Giugno '08 (*)	Luglio '08 (*)	Agosto/ Settembre '08	Agosto/ Settembre '07
Base totale	4.392.954	6.160.445	4.367.414	5.016.890	5.257.458	6.274.966	3.156.639	2.470.714	4.211.935	4.238.479
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
• Negozio di fiori	49,4	45,6	34,8	34,5	33,3	34,0	36,8	38,4	42,0	41,2
• Chiosco attrezzato in strada	11,0	10,6	9,9	11,0	8,5	10,7	10,5	10,2	9,5	8,2
• Garden center/Vivaio	29,7	20,3	22,9	33,3	35,3	38,7	32,0	24,0	29,1	24,3
• Mercato rionale/ periodico	11,3	12,0	18,4	17,3	15,7	17,5	19,6	20,9	15,0	15,5
• Super/Iper	18,7	29,3	29,4	28,3	26,1	15,4	19,1	18,2	25,8	36,1
• Altro (catalogo, internet, brico/fai da te/ altro)	6,8	8,0	10,9**	7,7	7,7	5,1	8,4	2,8	7,5	7,0
INDICE DI UTILIZZO DEI CANALI	1,27	1,26	1,26	1,35	1,28	1,21	1,26	1,15	1,29	1,35

* La somma delle percentuali di acquirenti può essere superiore a 100% a causa del fenomeno di sovrapposizione. Tale è l'uso di più tipologie di canali d'acquisto da parte dello stesso acquirente da cui deriva l'indice di sovrapposizione o indice di utilizzo dei canali.

** L'incremento significativo dei valori dovuto soprattutto al canale 'Catalogo, Internet..', è soggetto a sensibili variazioni a causa della esigua numerosità campionaria.

PIANTE – % DI ACQUIRENTI PER CANALE

% di acquirenti presso gli specifici canali in funzione della disponibilità di spazi

Base: Acquirenti piante

	Agosto/ Settembre '08	Cassette/ Fioriere su Davanzali	Balconi/ Terrazzi	Ballatoio /Pianerot./ Cortile	Giardino	Non ha a disposizio- ne spazi esterni
Base:	4.211.935	1.102.628	2.821.746	617.589	1.742.674	176.587
	%	%	%	%	%	%
• Negozio di fiori	42,0	36,8	42,1	53,3	37,4	20,3
• Chiosco attrezzato in strada	9,5	13,4	8,7	3,8	3,7	14,1
• Garden center/Vivaio	29,1	28,4	24,6	16,9	35,0	35,8
• Mercato rionale/periodico	15,0	7,3	15,4	18,6	13,2	13,5
• Super/Iper	25,8	27,4	29,8	17,7	27,9	23,4
• Altro (catalogo, internet, brico/fai da te, altro)	7,5	8,8	7,8	7,6	4,0	20,6

NOTA: Questi dati riguardano la distribuzione degli spazi interni e/o esterni di coloro che hanno acquistato piante nei diversi canali di acquisto. Le percentuali per tipo di spazio contengono in parte le sovrapposizioni di chi nelle proprie case dispone di più tipologie di spazi esterni. Anche l'acquisto per canale non è legato alla destinazione d'uso del tipo di spazio esterno considerato per colonna.

FIORI - MEDIA DELLA SPESA PER CANALE **Confronto con i periodi precedenti**

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

	Ottobre/ Novembre '07	Dicembre '07	Gennaio/ Febbraio '08	Marzo '08	Aprile '08	Maggio '08	Giugno '08	Luglio '08	Agosto/ Settembre '08	Agosto/ Settembre '07
	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
• Negozio di fiori	26,75	26,35	23,58	22,02	22,44	23,26	26,82	21,52	26,10	22,66
• Chiosco attrezzato in strada	19,11	16,41	15,85	16,73	16,28	16,00	17,56	17,49	17,87	19,26
• Garden center/Vivaio	26,02	27,88	21,43	17,90	17,46	15,46	27,51	23,83	18,02	33,05
• Mercato rionale/ periodico	20,40	14,33	13,93	12,99	14,95	14,90	11,70	11,88	16,09	16,07
• Super/Iper	14,91	11,63	8,77	10,11	8,09	9,94	12,71	9,94	11,67	10,00
• Altro (catalogo, internet, brico/fai da te, altro) *	26,84	16,81	23,73	19,76	11,33	10,55	21,09	7,81	6,49	15,62
TOTALE PERIODO **	22,76	21,10	19,87	17,94	18,42	19,17	21,73	18,51	21,50	21,51

(*) Nota: valori suscettibili di variazioni a causa della esigua numerosità dei casi sulla base dei quali vengono fatte le stime

(**) Nota: INDICATORE DI CONFRONTO TRA LE MEDIE DELLE SPESE PER CANALE (SPESA MEDIA ottenuta come media delle spese effettuate dall'acquirente presso tutti i canali da lui visitati)

PIANTE - MEDIA DELLA SPESA PER CANALE **Confronto con i periodi precedenti**

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

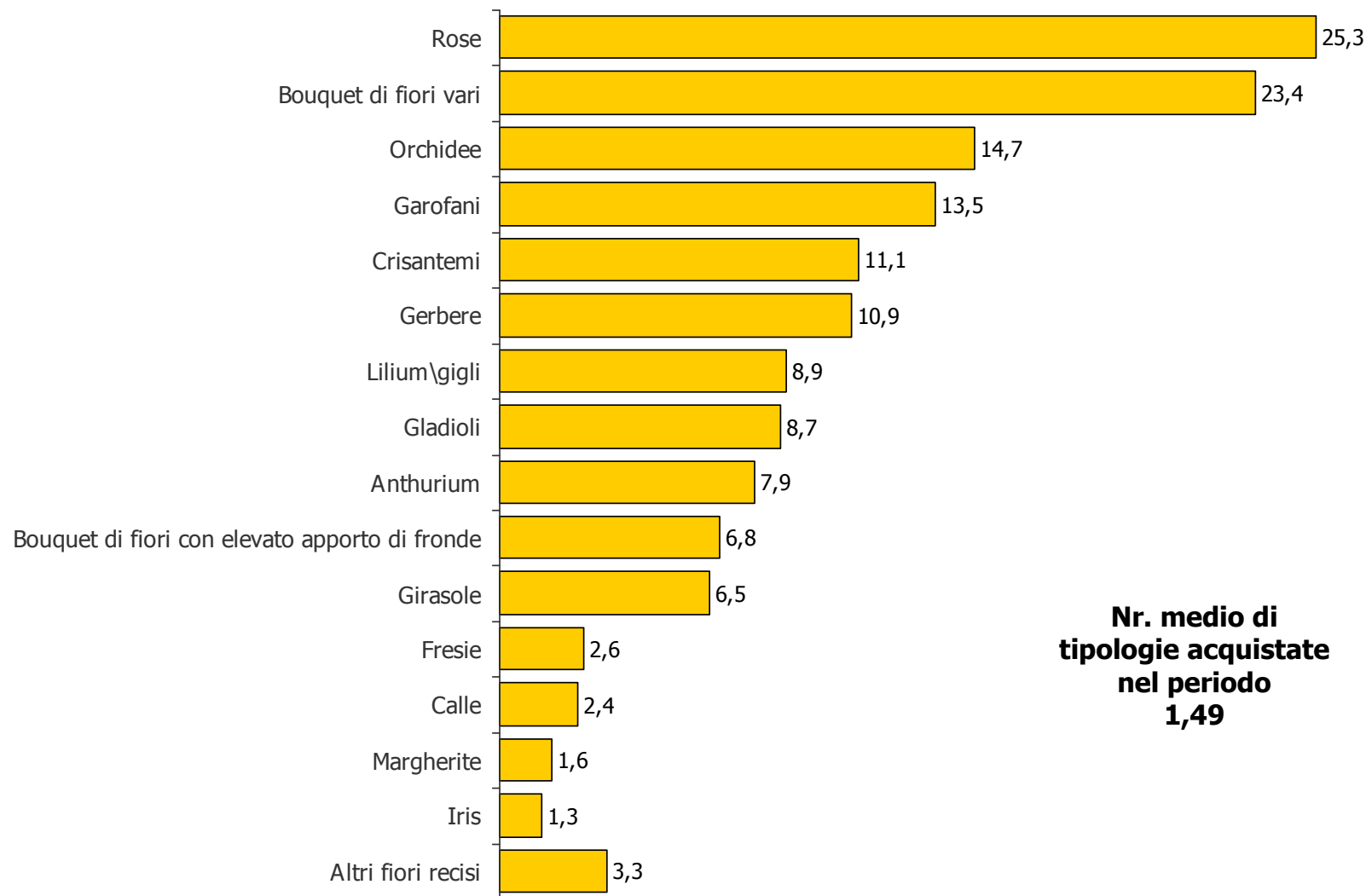
	Ottobre/ Novembre '07	Dicembre '07	Gennaio/ Febbraio '08	Marzo '08	Aprile '08	Maggio '08	Giugno '08	Luglio '08	Agosto/ Settembre '08	Agosto/ Settembre '07
	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
• Negozio di fiori	23,73	22,96	19,68	23,42	26,85	24,85	23,82	17,37	20,40	23,44
• Chiosco attrezzato in strada	14,56	13,60	14,89	15,29	16,07	13,80	18,70	11,58	13,45	14,61
• Garden center/Vivaio	26,25	23,95	17,19	20,30	27,52	24,72	23,26	24,58	18,98	26,89
• Mercato rionale/ periodico	10,01	15,10	10,83	12,78	12,37	13,30	12,09	11,34	11,05	12,25
• Super/Iper	8,39	9,85	7,72	10,73	10,39	10,37	9,86	9,78	8,62	10,61
• Altro (catalogo, internet, brico/fai da te, altro) *	12,96	12,88	11,42	17,03	16,53	14,76	14,50	6,31	7,42	12,87
TOTALE PERIODO **	19,54	18,25	13,24	16,82	20,11	20,03	18,83	15,95	15,54	18,70

(*) Nota: valori suscettibili di variazioni a causa della esigua numerosità dei casi sulla base dei quali vengono fatte le stime

(**) Nota: INDICATORE DI CONFRONTO TRA LE MEDIE DELLE SPESE PER CANALE (SPESA MEDIA ottenuta come media delle spese effettuate dall'acquirente presso tutti i canali da lui visitati)

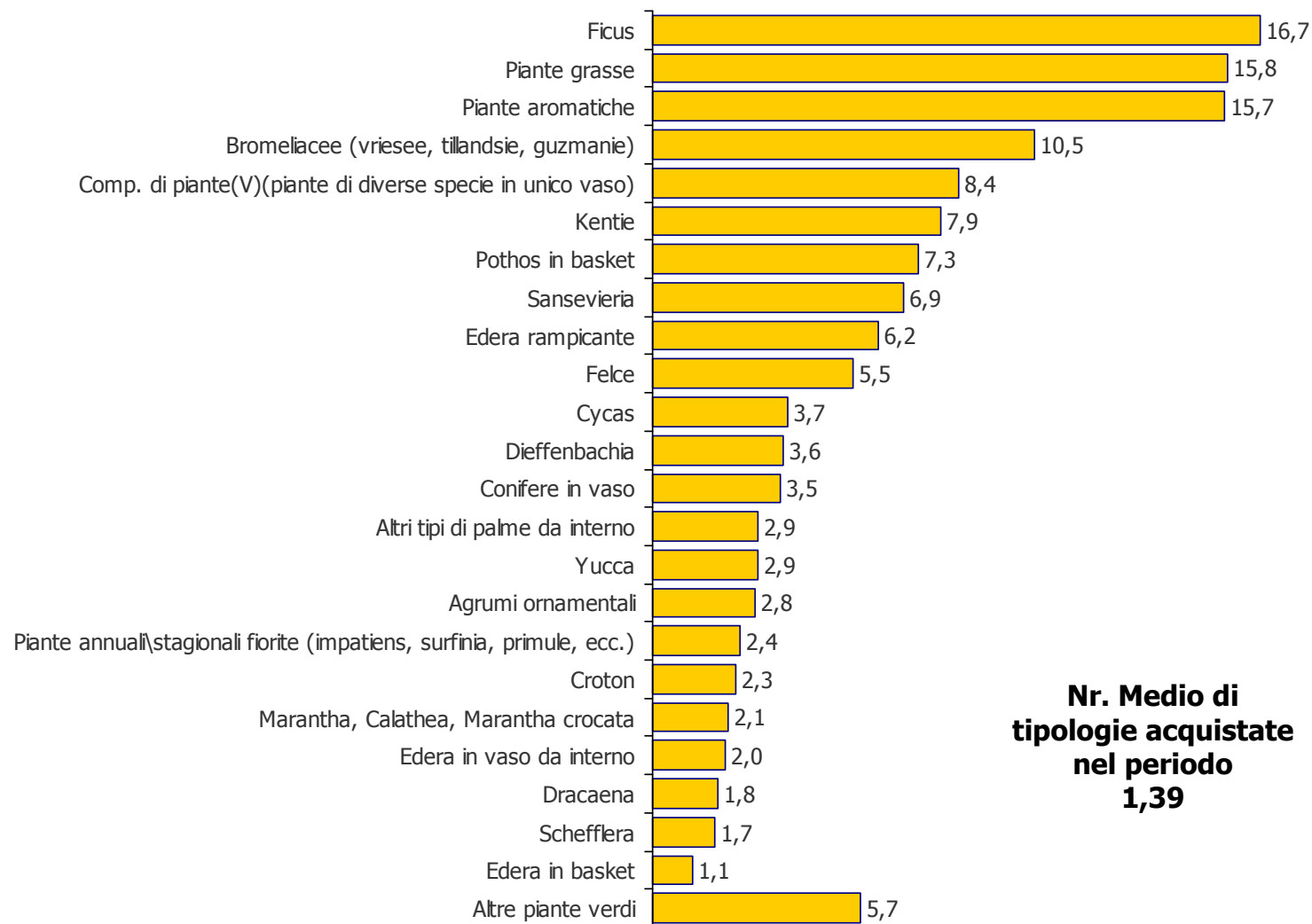
TIPOLOGIE DI FIORI ACQUISTATE – AGOSTO/SETTEMBRE '08

Base: Acquirenti fiori (5.801.267)



NOTA: quota percentuale calcolata come rapporto tra il numero di dichiarazioni di acquisto di ciascuna tipologia di fiore ed il numero complessivo di acquirenti fiori.

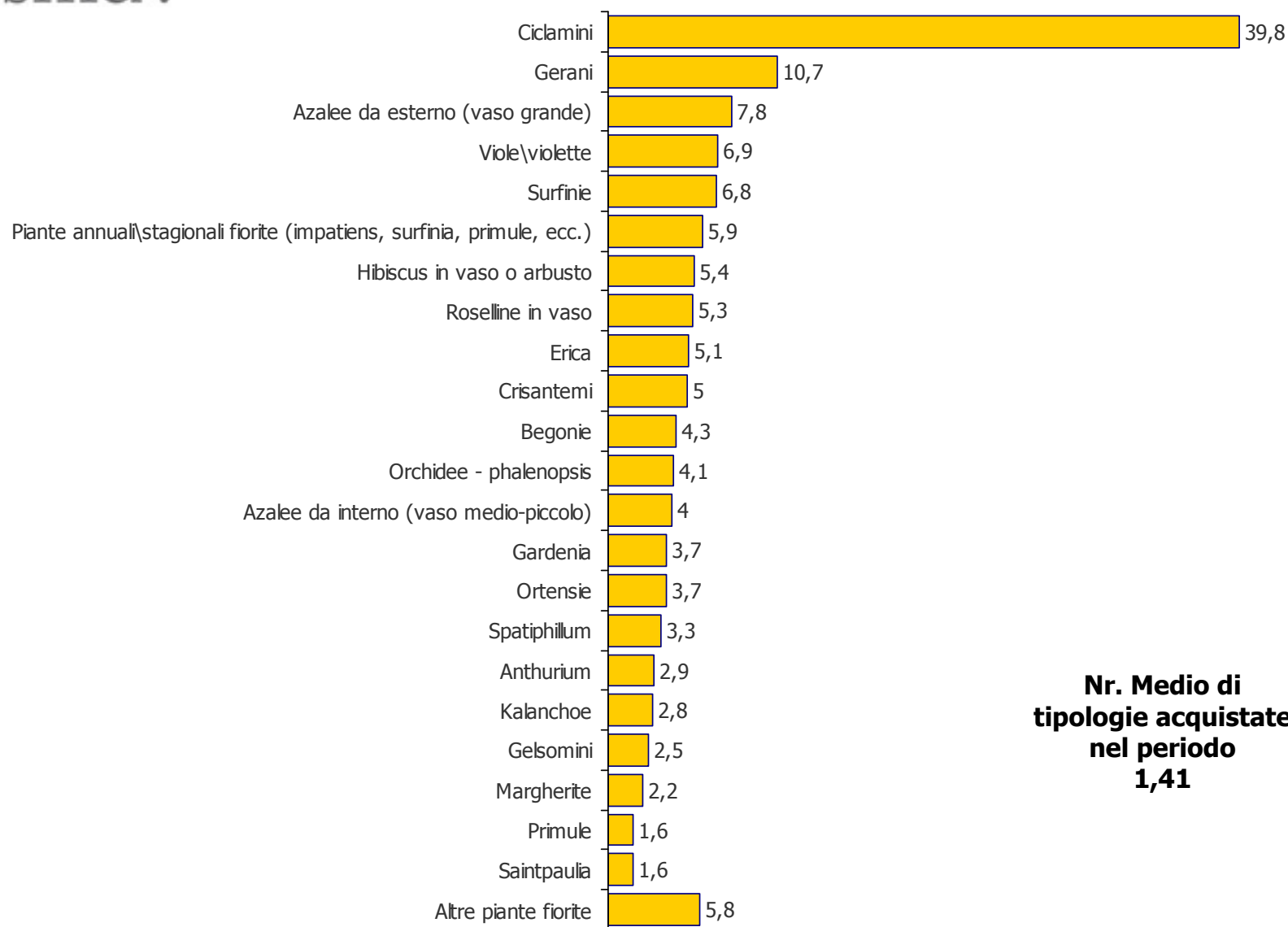
TIPOLOGIE DI PIANTE VERDI ACQUISTATE – AGOSTO/SETTEMBRE '08



NOTA: quota percentuale calcolata come rapporto tra il numero di dichiarazioni di acquisto di ciascuna tipologia di piante verdi ed il numero complessivo di acquirenti piante.

TIPOLOGIE DI PIANTE FIORITE ACQUISTATE – AGOSTO/SETTEMBRE '08

Base: Acquirenti piante (4.211.935)



**Nr. Medio di
tipologie acquistate
nel periodo
1,41**

NOTA: quota percentuale calcolata come rapporto tra il numero di dichiarazioni di acquisto di ciascuna tipologia di piante fiorite ed il numero complessivo di acquirenti piante.

FIORI – OCCASIONI DI ACQUISTO

% di occasioni di acquisto calcolata sugli acquirenti

Base: Acquirenti fiori (5.801.267)

	Agosto/ Settembre '08
• per portarli al cimitero piu' o meno regolarmente (ad esclusione dei funerali)	51,0
• per regalo in una cerimonia o ricorrenza (es. matrimonio, battesimo, anniversario, compleanni, alla fidanzata/o o altre occasioni simili)	32,1
• per me/per abbellire la mia casa	11,4
• per portarli in dono, come ospite ad amici e/o parenti in occasione di pranzi, cene, visite a casa o all'ospedale ecc.	9,6
• in occasione di funerali (corone, cuscini, ecc.)	5,7
• per altri motivi/circostanze	2,1
<i>N° medio di occasioni</i>	<i>1,12</i>



PIANTE – OCCASIONI DI ACQUISTO

% di occasioni di acquisto calcolata sugli acquirenti

Base: Acquirenti piante (4.211.935)

	Agosto/ Settembre '08
• per me/per abbellire la mia casa	62,9
• per regalo in una cerimonia o ricorrenza (es. matrimonio, battesimo, anniversario, compleanni, alla fidanzata/o o altre occasioni simili)	19,8
• per portarli in dono, come ospite ad amici e/o parenti in occasione di pranzi, cene, visite a casa o all'ospedale ecc.	14,9
• per portarli al cimitero piu' o meno regolarmente (ad esclusione dei funerali)	7,9
• in occasione di funerali (corone, cuscini, ecc.)	0,9
• per altri motivi/circostanze	4,4
<i>N° medio di occasioni</i>	<i>1,11</i>