

DECISIONI D'ACQUISTO: COSA INFLUISCE DI PIÙ?

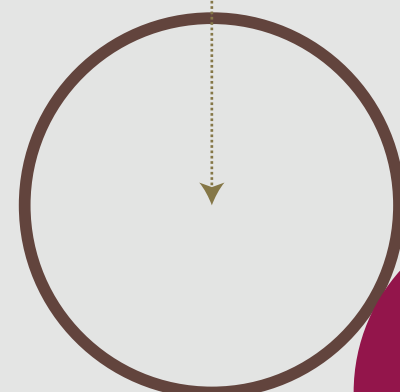
Il prodotto mantiene la sua centralità

(dati in %)



CARATTERISTICHE
DEL PRODOTTO

92



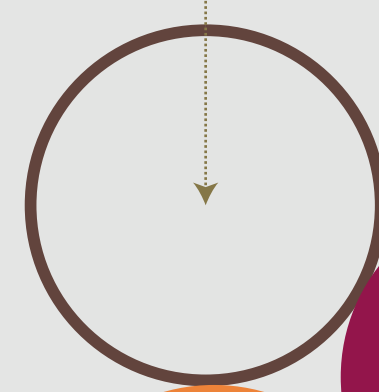
83
GEN Z

96
BABY
BOOMER



SOSTENIBILITÀ/
AMBIENTE

84



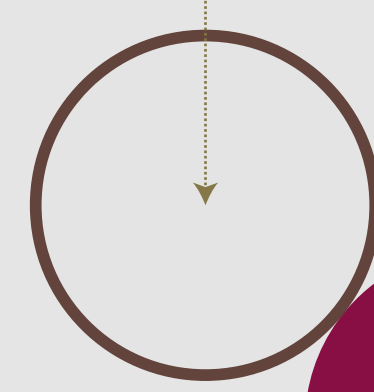
91
GEN Z

89
BABY
BOOMER



STORICITÀ
E TRADIZIONE

79



84
BABY
BOOMER



-1922-
Bauli