

# DECISIONI D'ACQUISTO: COSA INFLUISCE DI PIÙ?

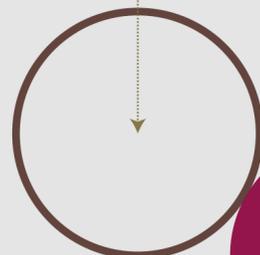
Il prodotto mantiene la sua centralità

(dati in %)



CARATTERISTICHE  
DEL PRODOTTO

92



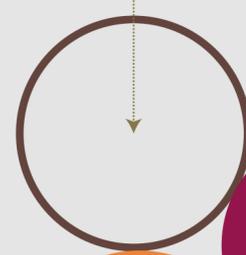
83  
GEN Z

96  
BABY  
BOOMER



SOSTENIBILITÀ/  
AMBIENTE

84



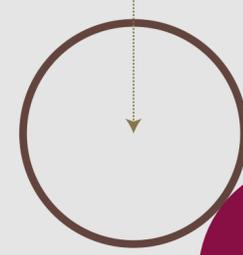
91  
GEN Z

89  
BABY  
BOOMER



STORICITÀ  
E TRADIZIONE

79



84  
BABY  
BOOMER



-1922-  
*Bauli*