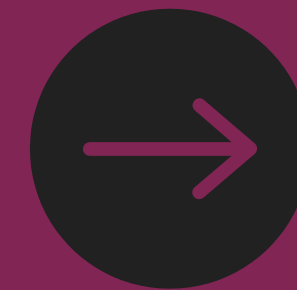


# Report sondaggio Mostra della Minerva 2023

a cura della classe 1° G dell'Istituto TecnicoEconomico  
Antonio Genovesi

A.S 2022/23



# Indice



03	Cos'è la Mostra della Minerva
05	Il nostro obiettivo
06	Il questionario
07	I risultati
18	I dati tra le diverse fasce d'età
30	Generazioni a confronto
38	Gli italiani un popolo di risparmiatori
41	Conclusioni



# Cos'è la Mostra della Minerva?

La Mostra della Minerva, quest'anno giunta alla 21° edizione, è un evento che si tiene annualmente a Salerno presso la villa comunale.

Prende il nome dalla divinità romana Minerva, dea della saggezza, della scienza e delle arti.

La mostra è un'importante manifestazione “di piante rare e di tutto quanto fa giardino”, è una occasione di comunicazione per trasmettere il valore del nostro territorio.

Giardini ecosostenibili, vasi realizzati con tecnica di riciclo, concimi naturali, storie di economia circolare: questo è lo spirito della edizione 2023.



# Cos'è la Mostra della Minerva?

La mostra rappresenta anche un'occasione per valorizzare e promuovere le tradizioni culturali e artistiche del territorio.

Durante l'evento, oltre all'esposizione florovivaistica, vengono organizzati anche spettacoli, concerti, conferenze e altre attività culturali.

La mostra è diventata nel corso degli anni un importante punto di riferimento per gli amanti del mondo floreale, attirando centinaia di visitatori che noi, alunni di 1°G, dell'Istituto Tecnico Economico Genovesi, abbiamo deciso di intervistare.

# Qual è stato il nostro obiettivo?

Il nostro obiettivo era rilevare, attraverso un questionario preparato utilizzando l'applicativo "Google Moduli", i gusti e le preferenze dei visitatori e anche valutare nel complesso l'esperienza d'acquisto dei visitatori della mostra al fine di migliorare l'esperienza.

# Il questionario

Il nostro questionario, composto da 16 domande, conteneva 2 serie di domande:

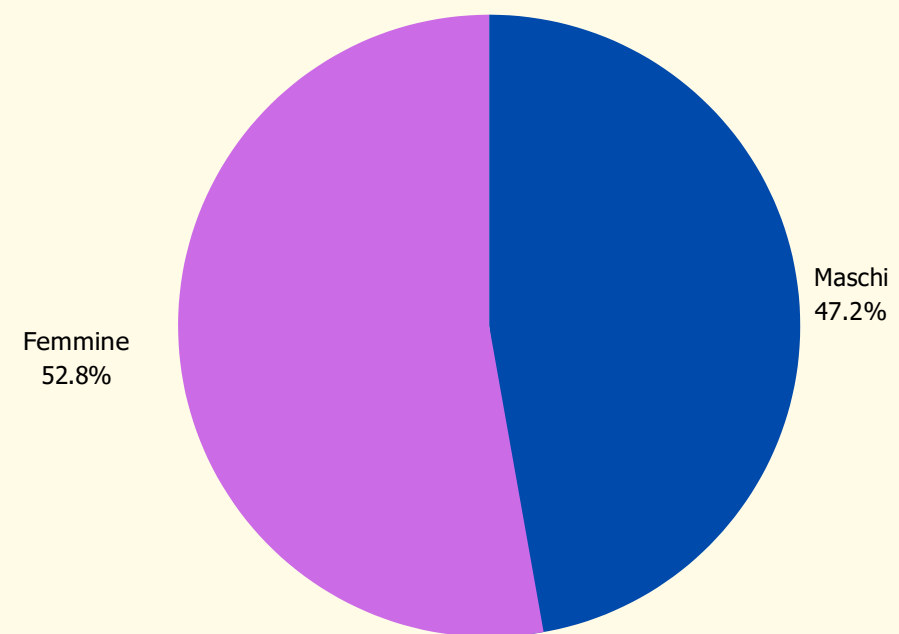
- domande riguardanti la Mostra della Minerva in generale e l'esperienza d'acquisto dei visitatori.
- domande riguardanti l'educazione finanziaria, essendo noi alunni di un istituto tecnico economico abbiamo voluto capire se le persone hanno una conoscenza di base dei concetti finanziari al fine di attuarli concretamente nella vita pratica.

# I risultati

**53**

**IL NUMERO DEGLI  
INTERVISTATI**

Tra il 27 e il 28 maggio



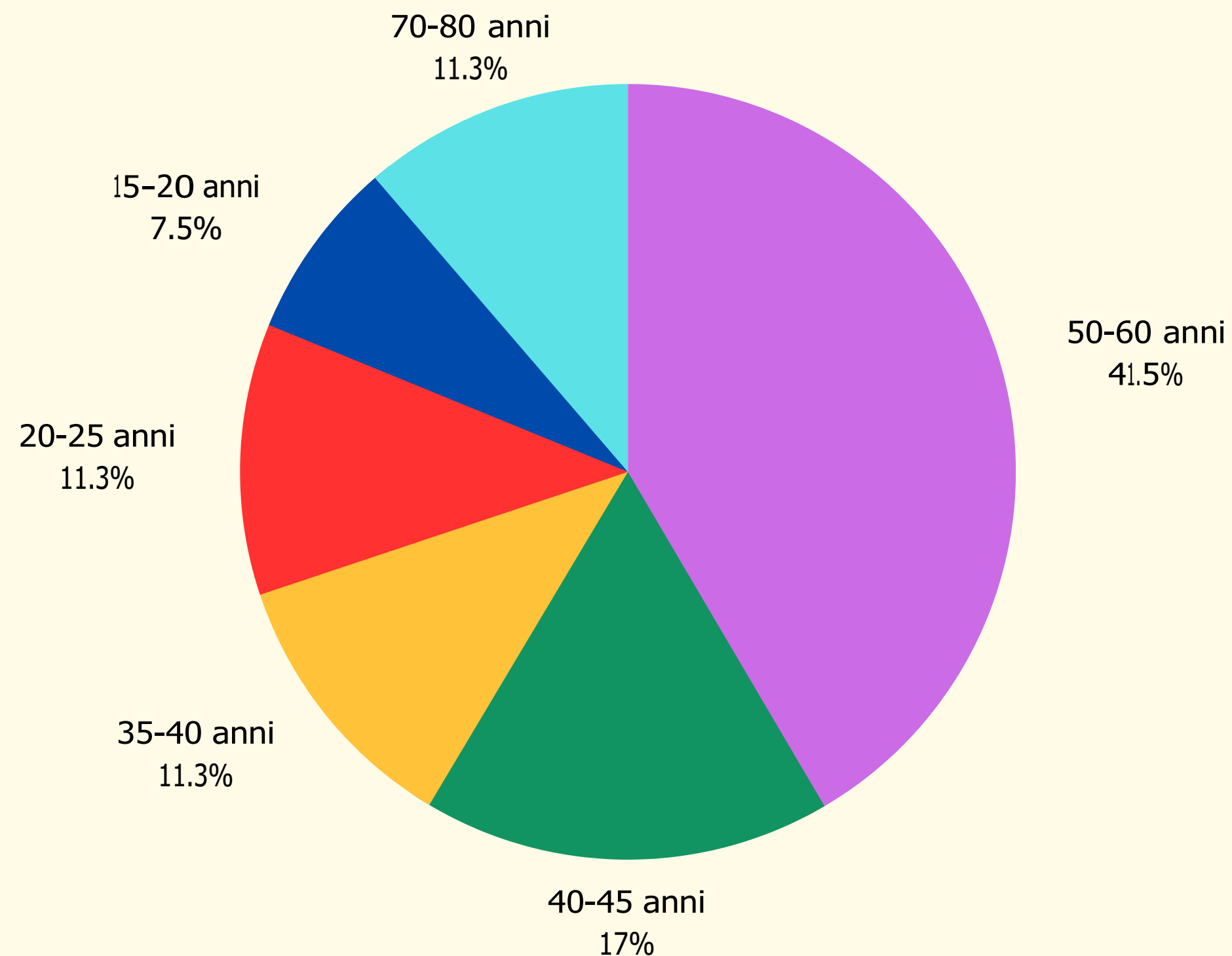
**IL GENERE DELLE PERSONE  
INTERVISTATE**

Il 52,8% era femmina mentre il  
47,2% era maschio

# Fasce d'età dei visitatori

La fascia d'età prevalente, con il 41.5% sul totale degli intervistati, è quella tra i 50 e i 60 anni.

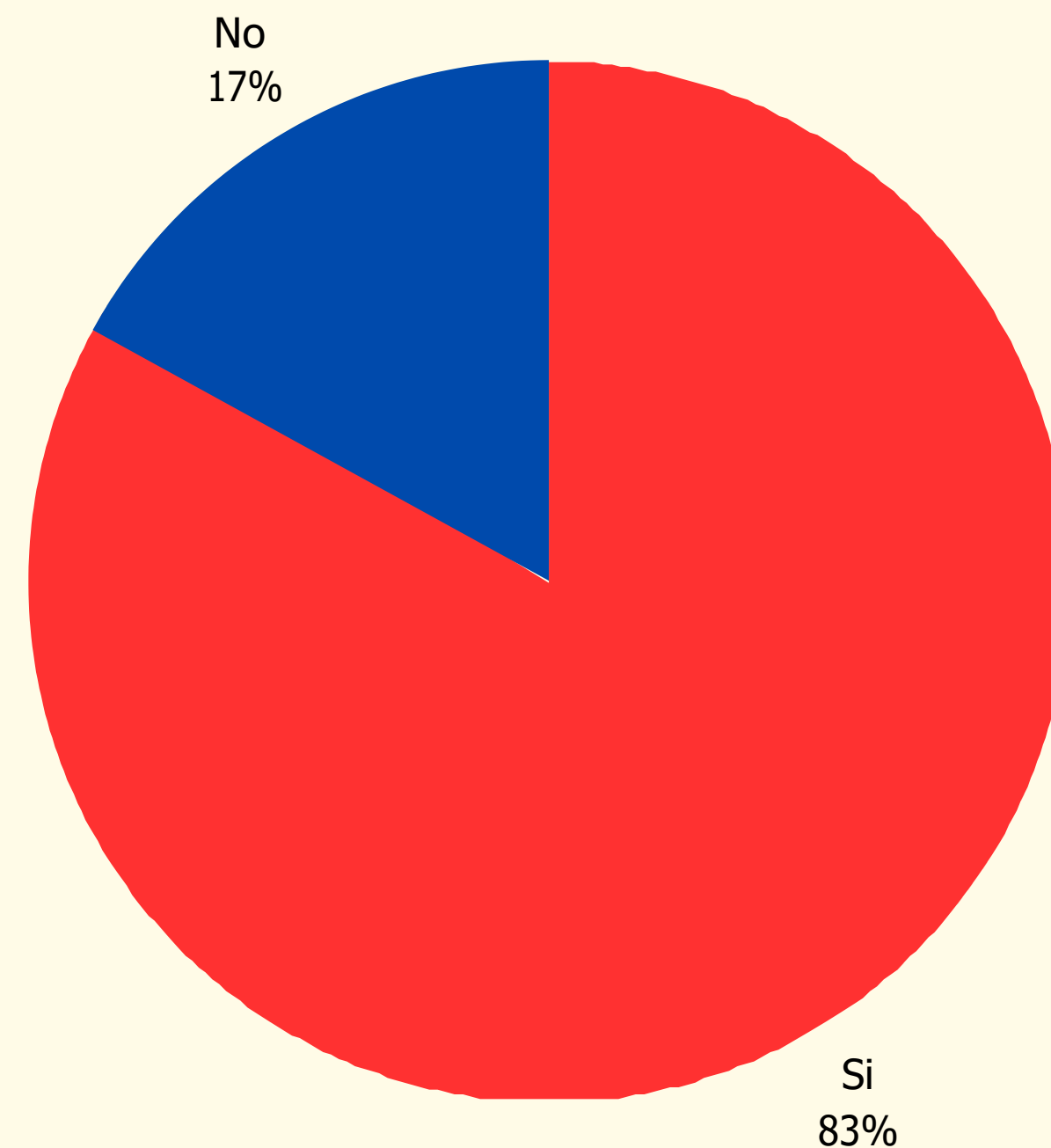
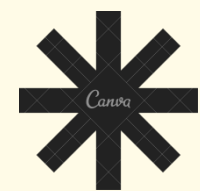
Seguono, in ordine decrescente, quella tra i 40 e i 45 anni, quella tra i 35 e i 40 anni, quella tra i 70 e gli 80 anni, sempre all'11.3%, e infine, con il 7.5%, troviamo la fascia d'età 15-20 anni





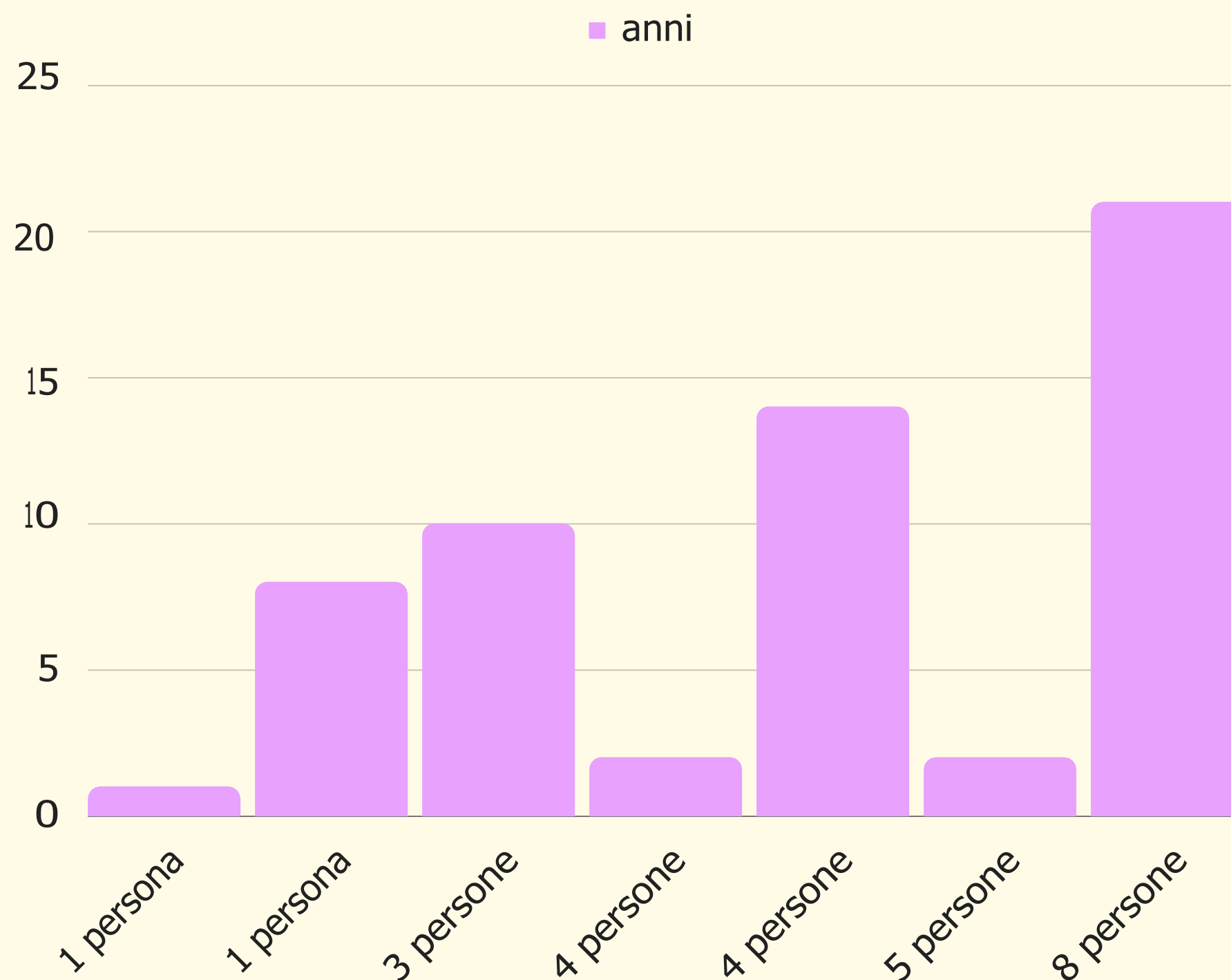
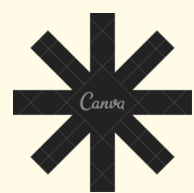
# Quesiti sulla Mostra della Minerva

L'83% degli intervistati conosceva già la mostra della Minerva e vi si era recato già in passato durante le precedenti edizioni. Solo il 17% vi si era recato per la prima volta.

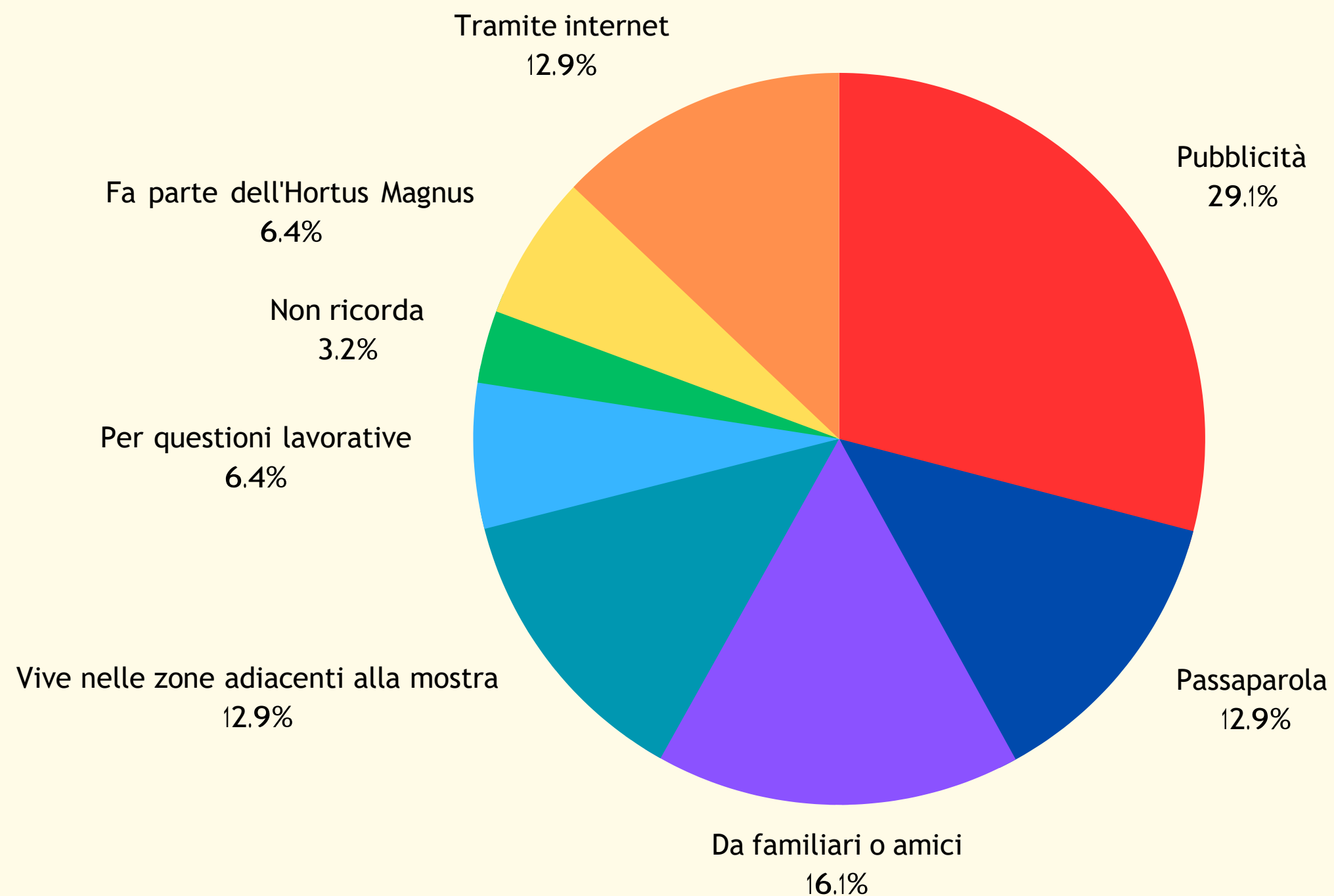


# Quesiti sulla Mostra della Minerva

Tra coloro che conoscevano già la mostra, 8 vi si erano recati dall'anno della sua fondazione, 5 persone da 2 anni, 4 persone da 14 anni, altre 4 persone da 2 anni, 3 persone da 10 anni, 1 persona da 8 anni e infine un'ultima persona da solo un'edizione.



# Come i nostri intervistati hanno conosciuto la mostra

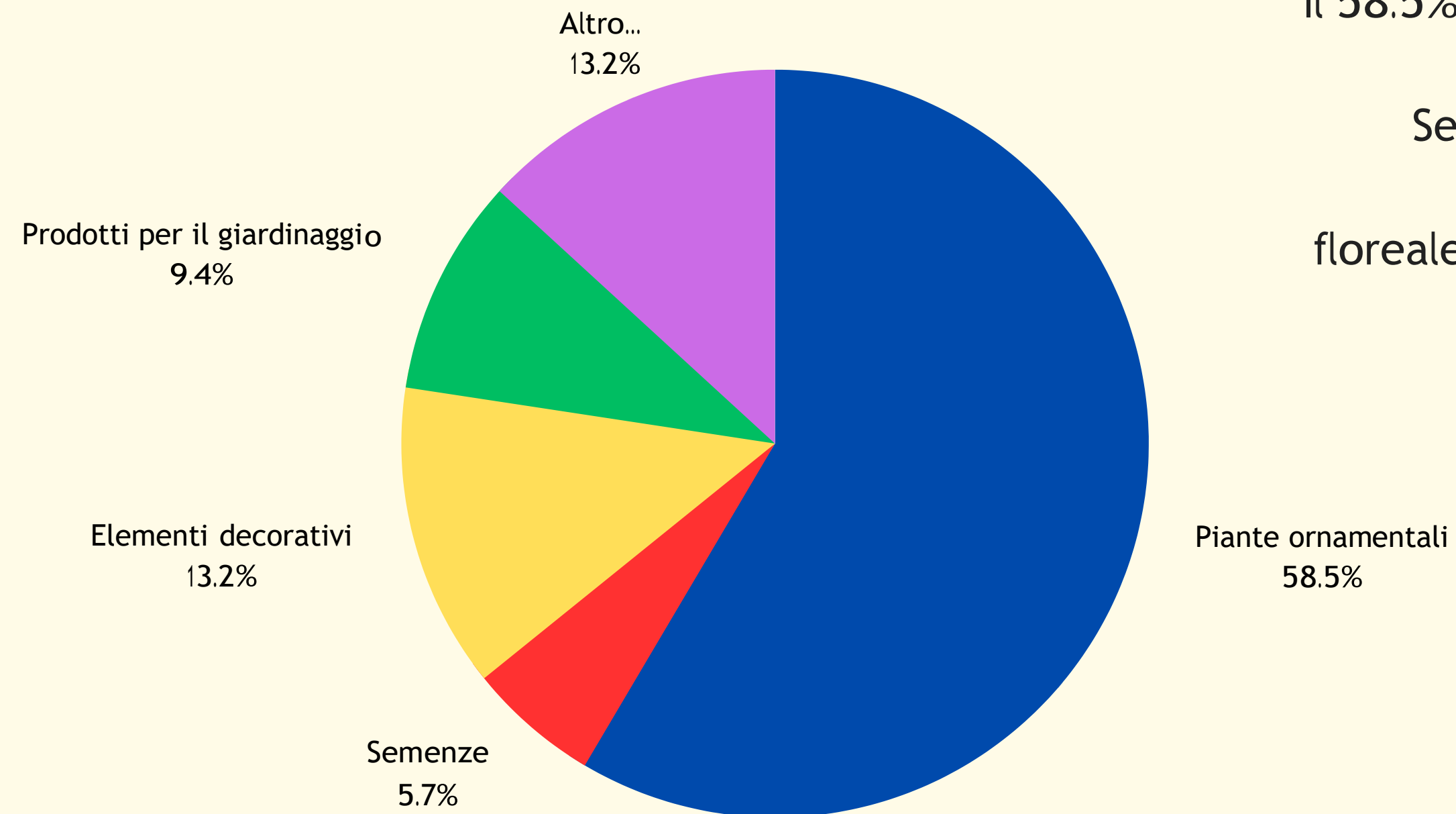


La maggior parte dei nostri intervistati ha conosciuto la Mostra della Minerva attraverso la pubblicità, internet, da familiari o amici o per passaparola.

Altri la conoscono poichè vivono nelle zone adiacenti alla villa comunale, dove si svolge la mostra, mentre solo una piccola percentuale dei nostri intervistati la conosce per lavoro.



# A quali prodotti erano maggiormente interessati

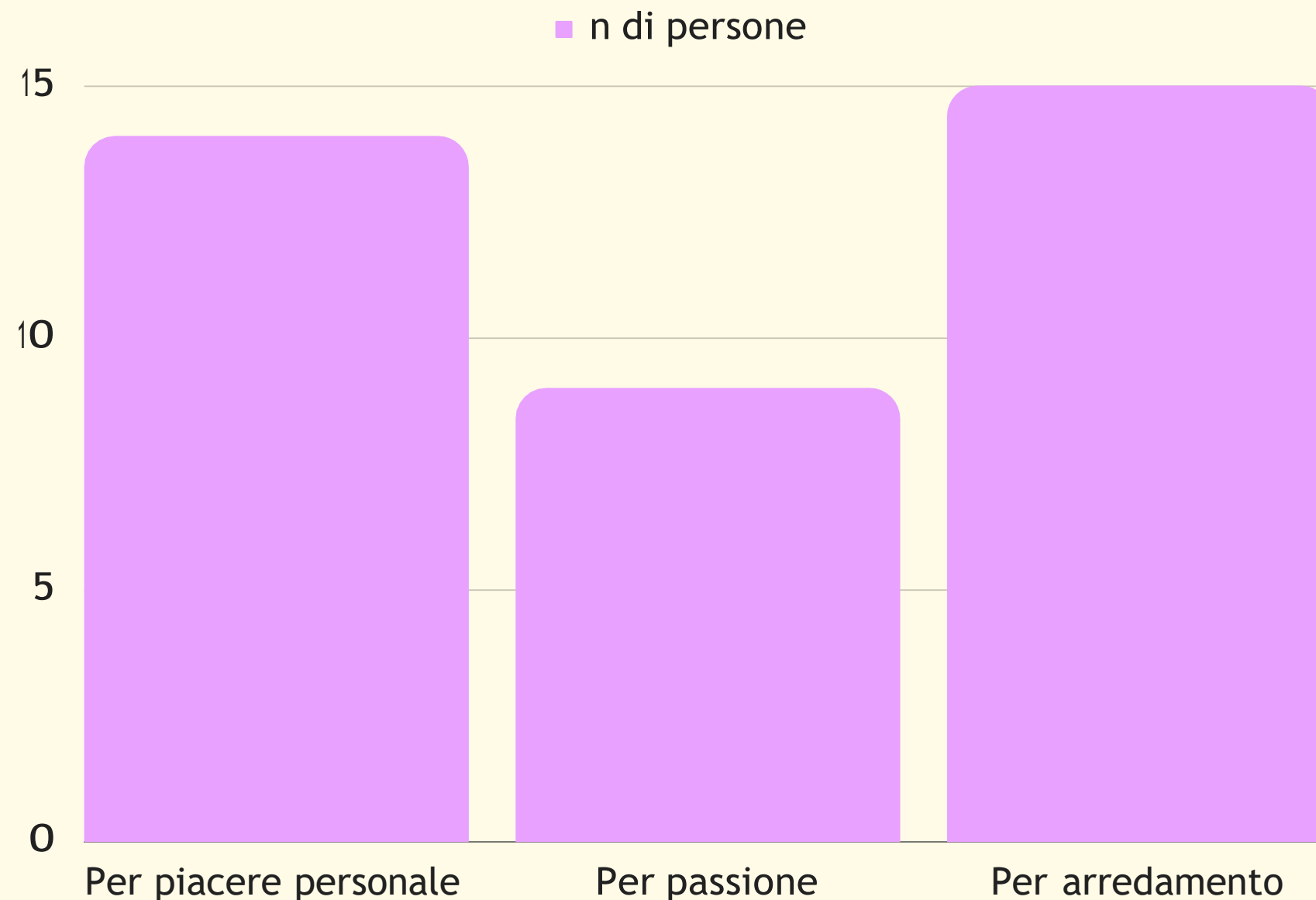


Il 58.5% dei visitatori è maggiormente interessato alle piante ornamentali.

Seguono in ordine di importanza gli elementi decorativi, altri prodotti inerenti il mondo floreale, prodotti per il giardinaggio e le sementi.



# Perché scelgono di acquistare prodotti floreali?



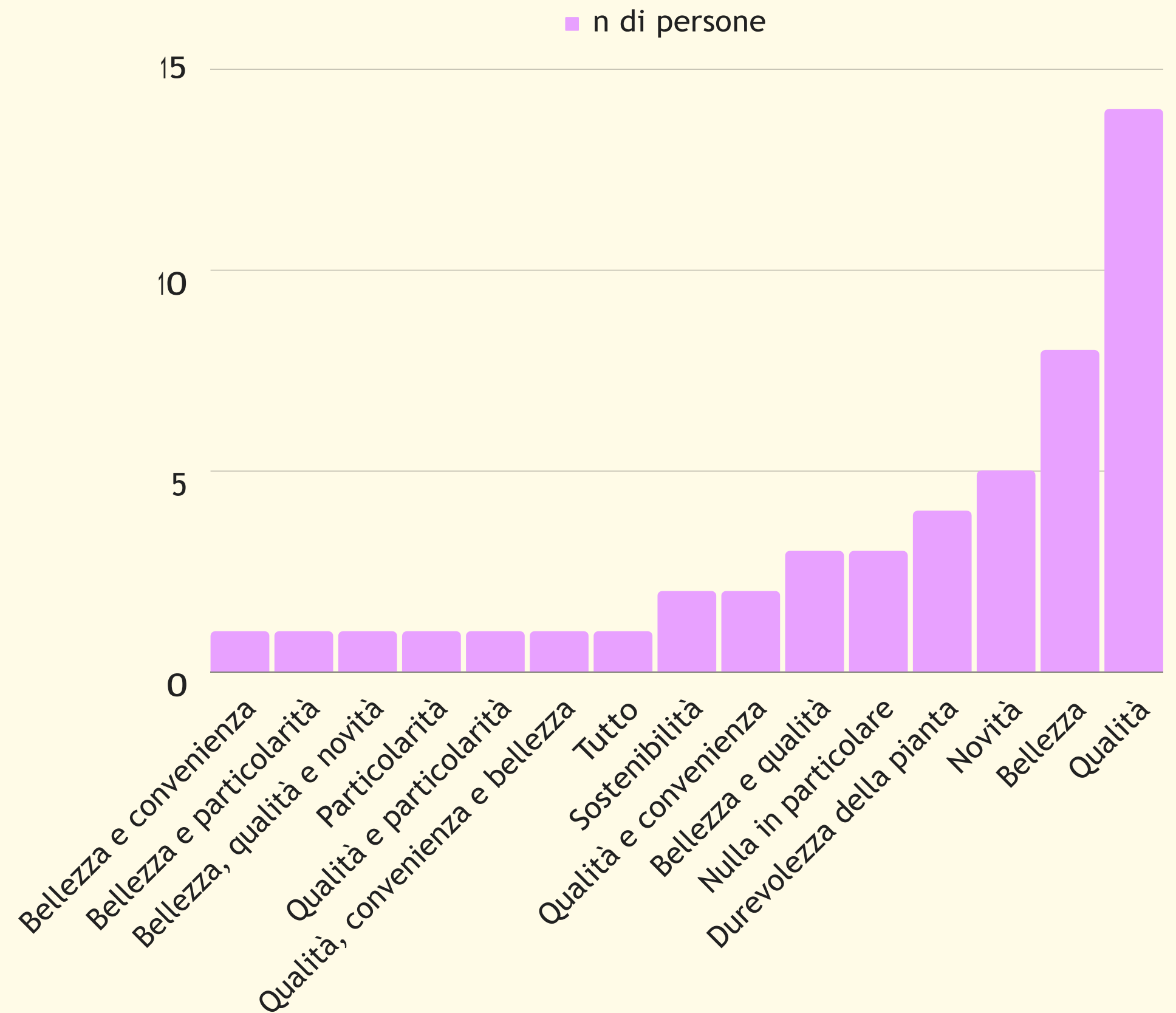
La maggior parte dei nostri intervistati acquista prodotti floreali per piacere personale e per arredamento. Solo una parte di essi acquista prodotti floreali per passione (solo il 23.6%).



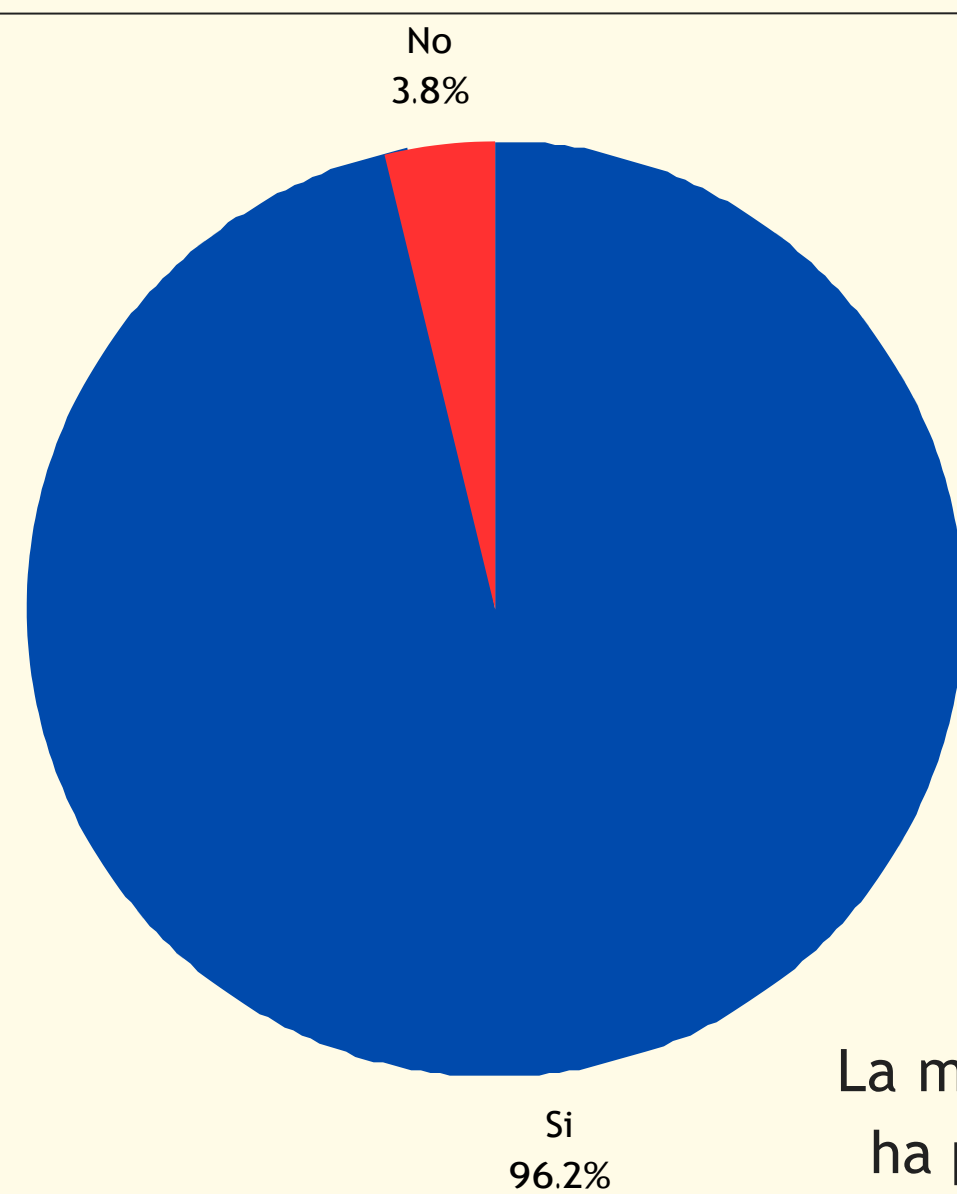
# Cosa cercano in particolare in un prodotto

Il 37.8% degli intervistati cerca in un prodotto soprattutto la qualità, mentre in ordine di importanza anche, la bellezza e la novità.

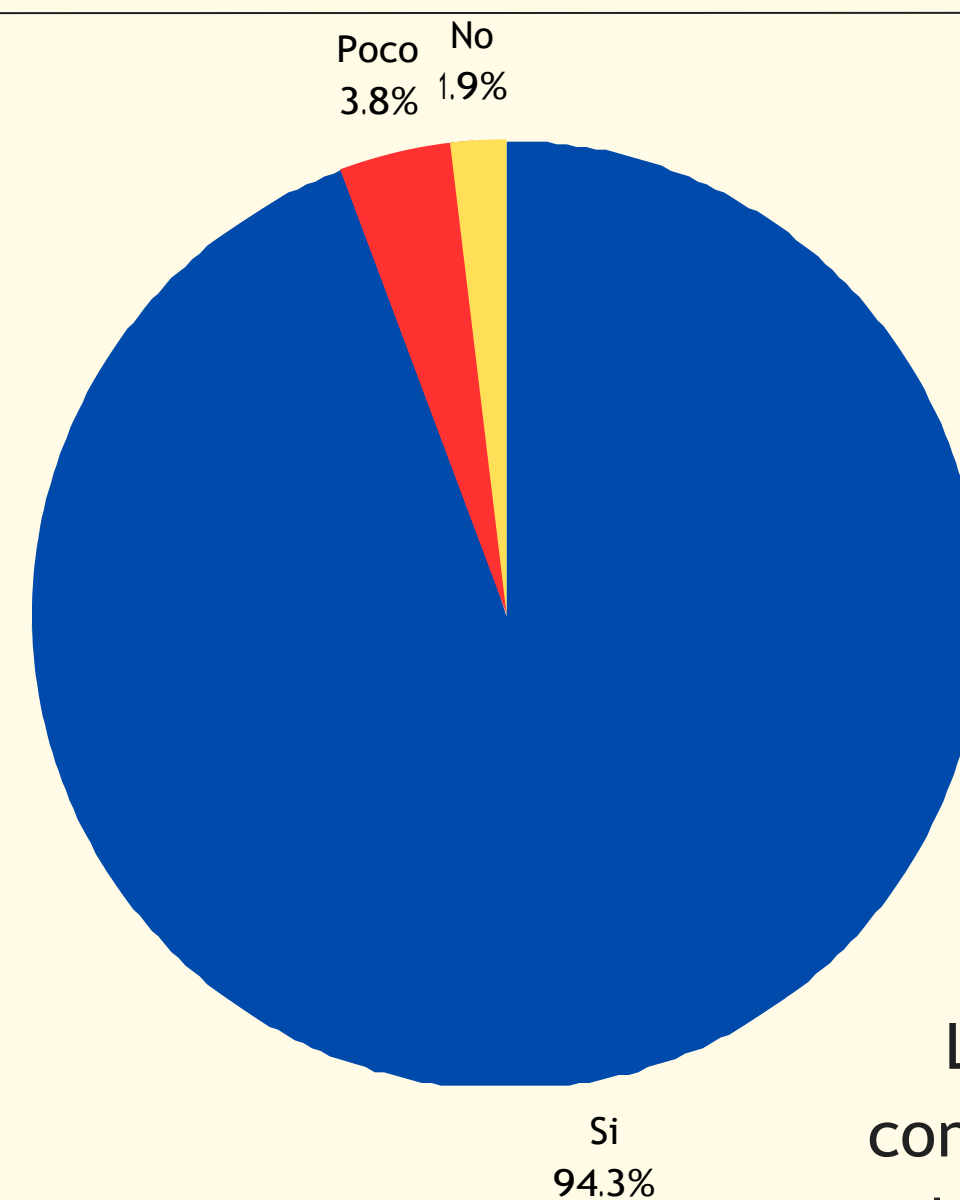
Sono diverse invece le combinazioni fra bellezza, convenienza, particolarità e qualità, che essendo molto soggettive, variano da persona a persona.



# Domande sull'esperienza d'acquisto



La maggior parte dei visitatori ha piacere nel rivedere ogni anno gli stand abituali della mostra



La maggior parte dei consumatori è soddisfatto della propria esperienza d'acquisto

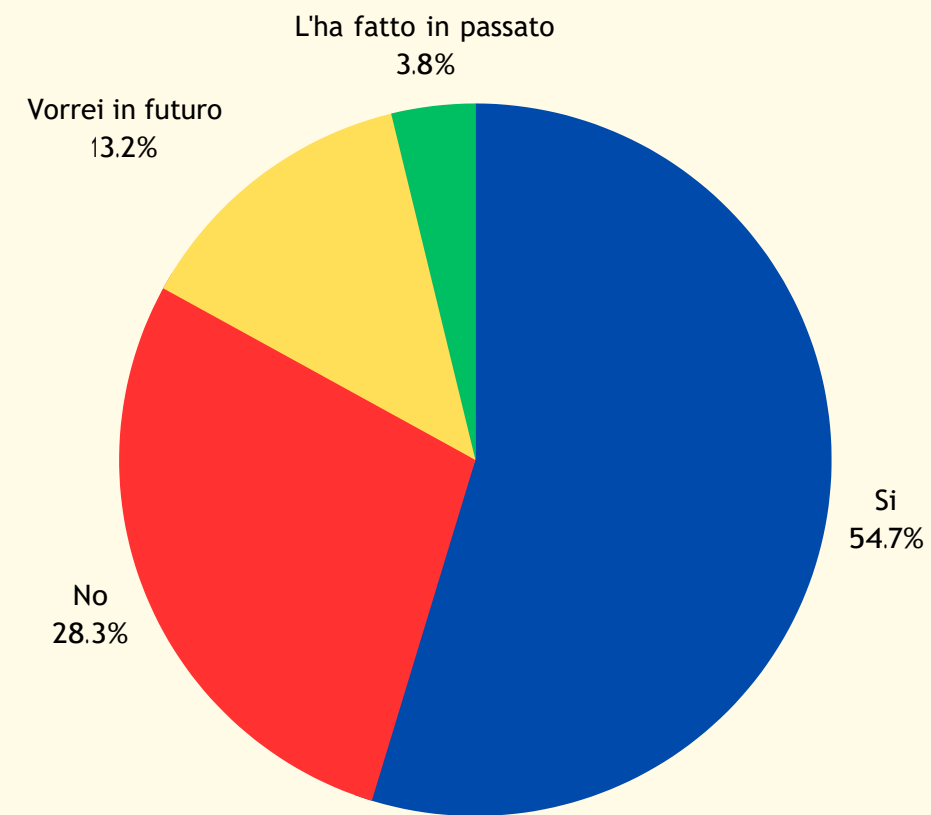
# Seconda parte

## Educazione finanziaria



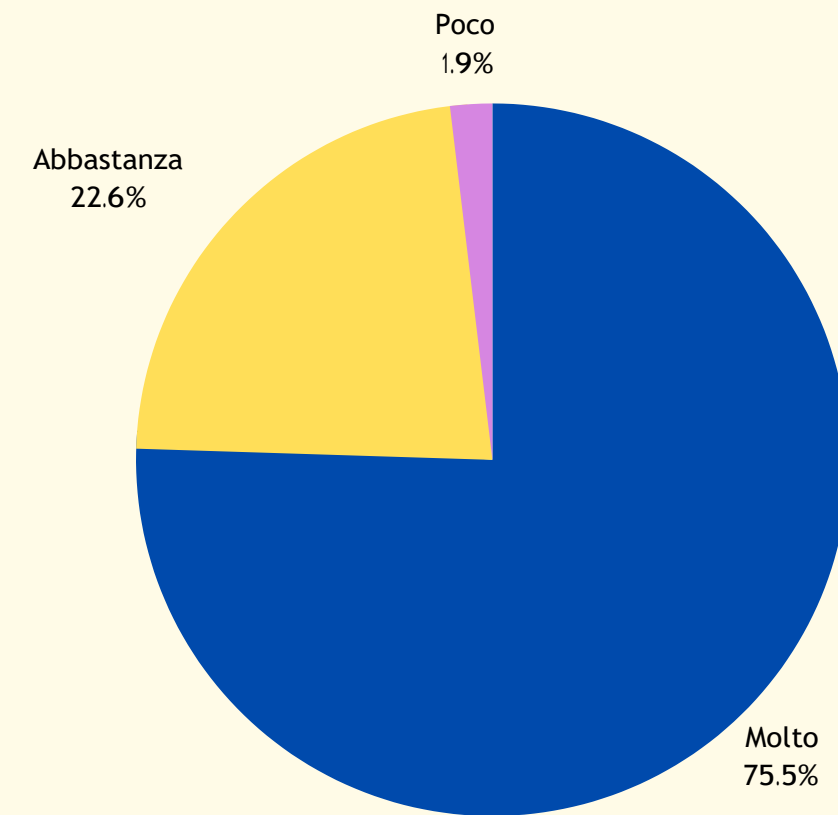


# Investi i tuoi risparmi



Più della metà degli intervistati investe i propri risparmi, anche se il 28% non lo fa, mentre le restanti persone lo vogliono fare in futuro oppure l'hanno già fatto in passato

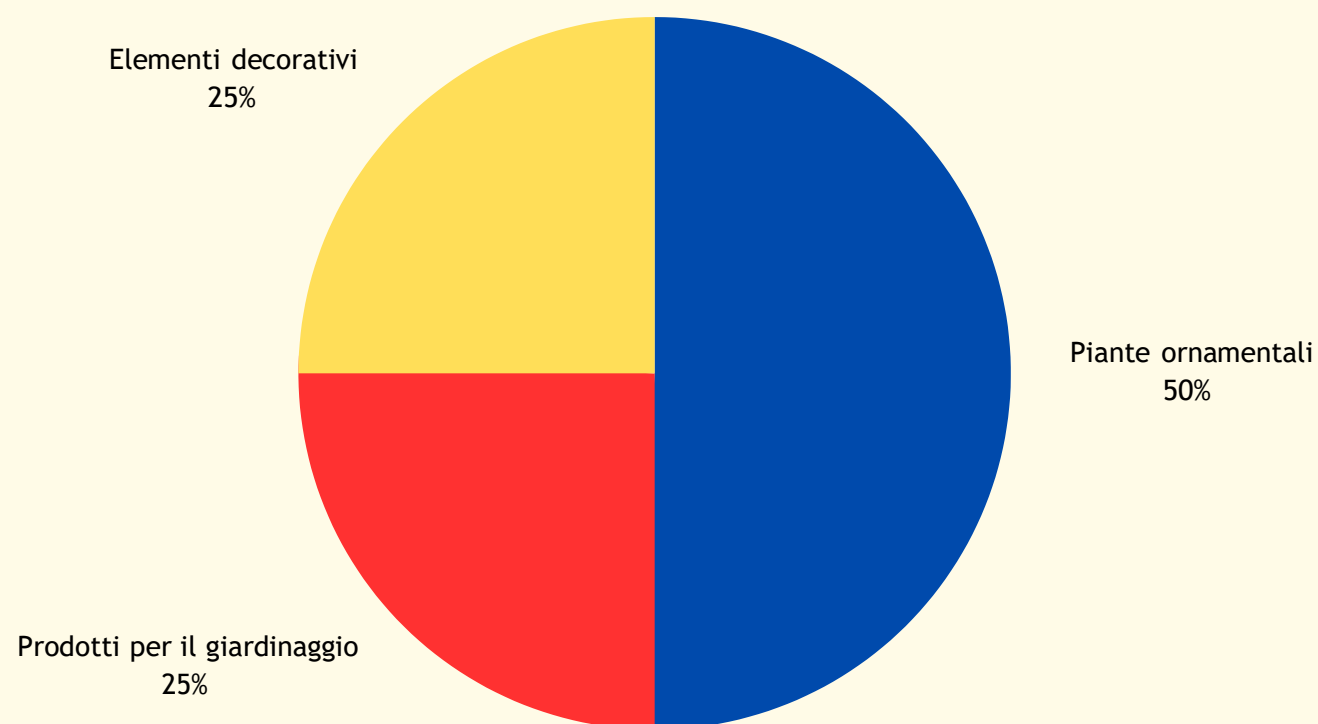
# Reputi importante l'educazione finanziaria



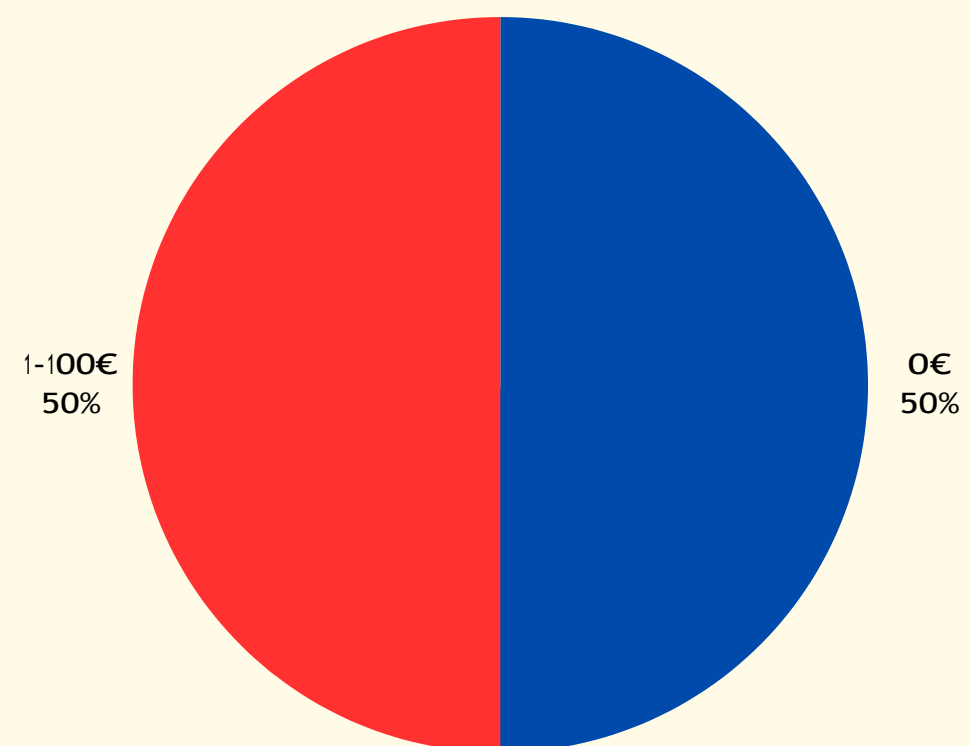
La maggior parte degli intervistati reputa importante l'educazione finanziaria, il 22.6% abbastanza, mentre solo l'1.9% poco

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 15-20 anni



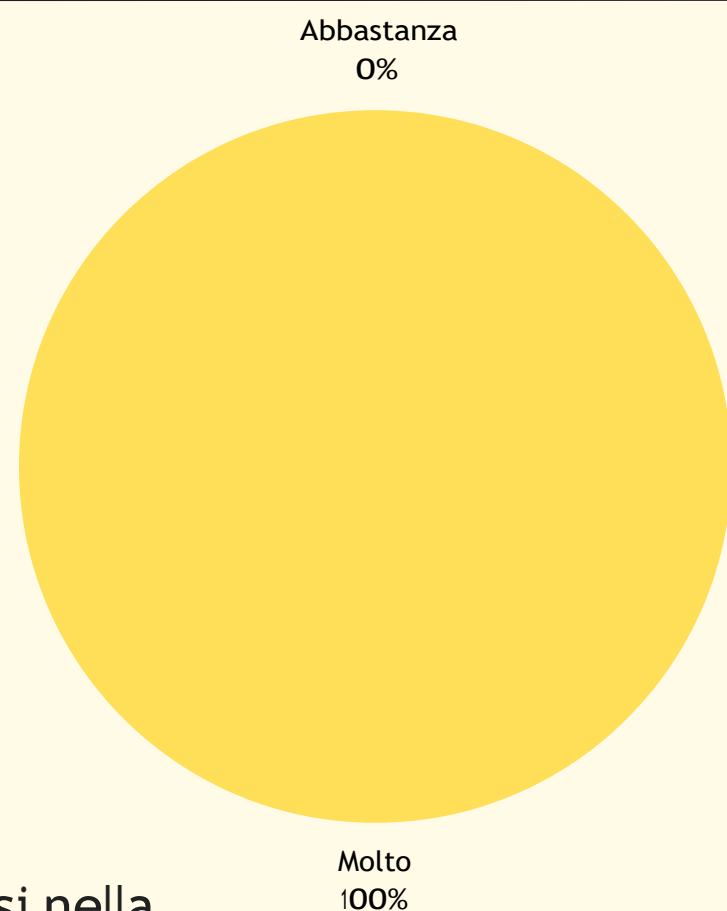
La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età tra i 15 e i 20 anni, è interessato alle piante ornamentali.



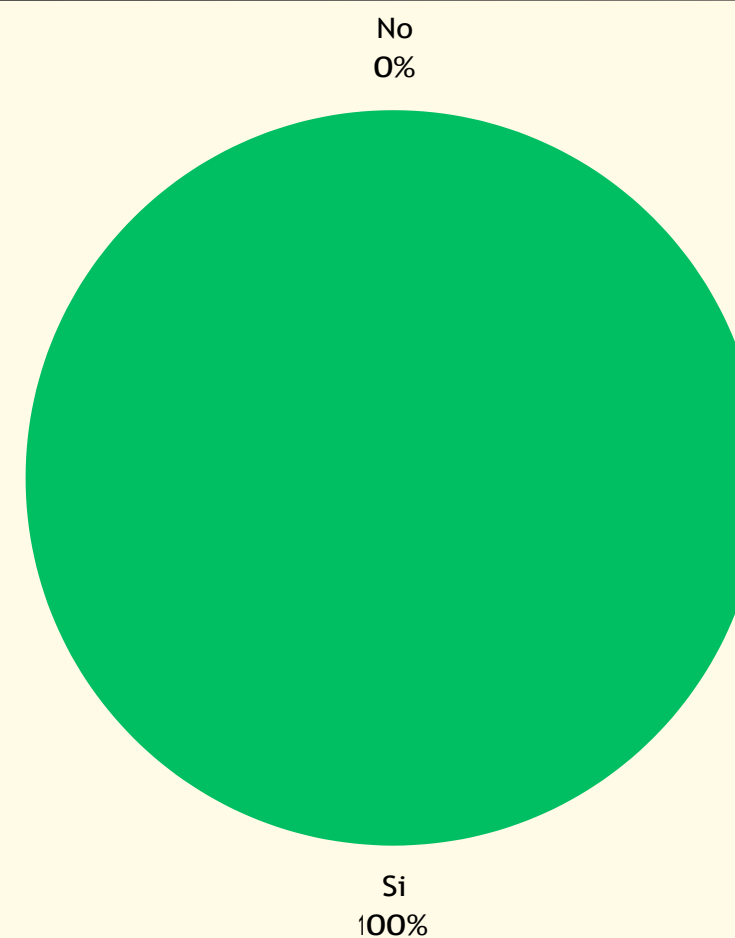
Esattamente il 50% degli intervistati, fra i 15 e i 20 anni, spende rispettivamente ogni anno 0€ oppure da 1 a 100€ in prodotti floreali.

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 15-20 anni



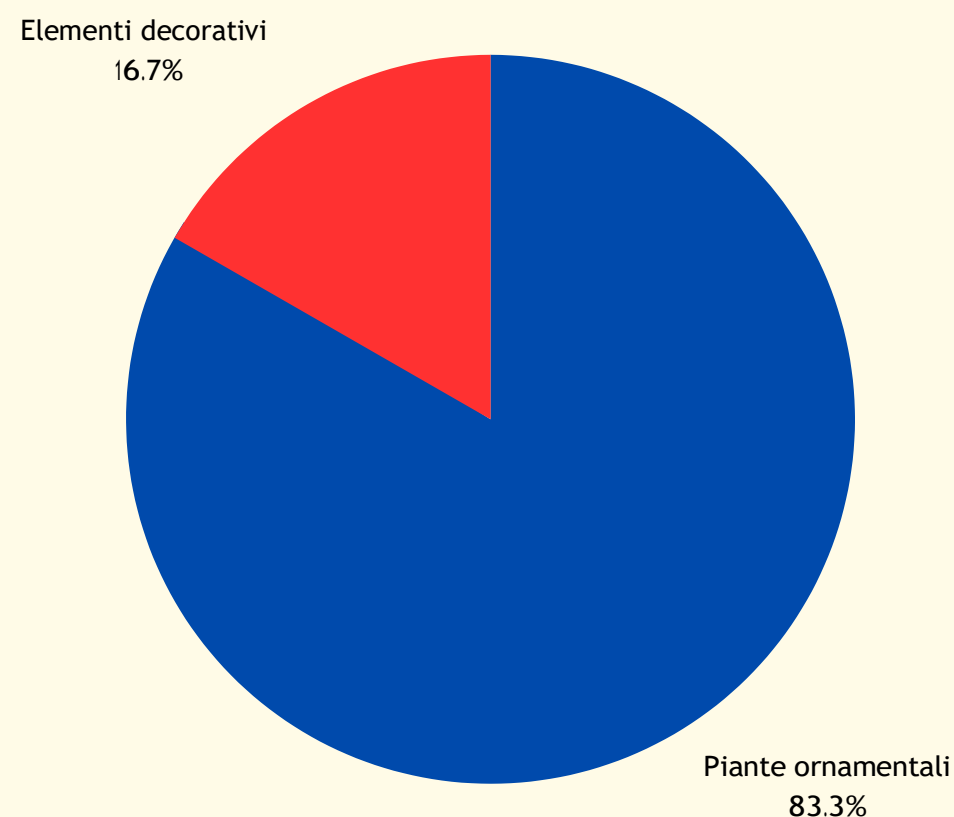
Tutti gli intervistati, compresi nella fascia d'età fra i 15 e i 20 anni, reputano l'educazione finanziaria molto importante.



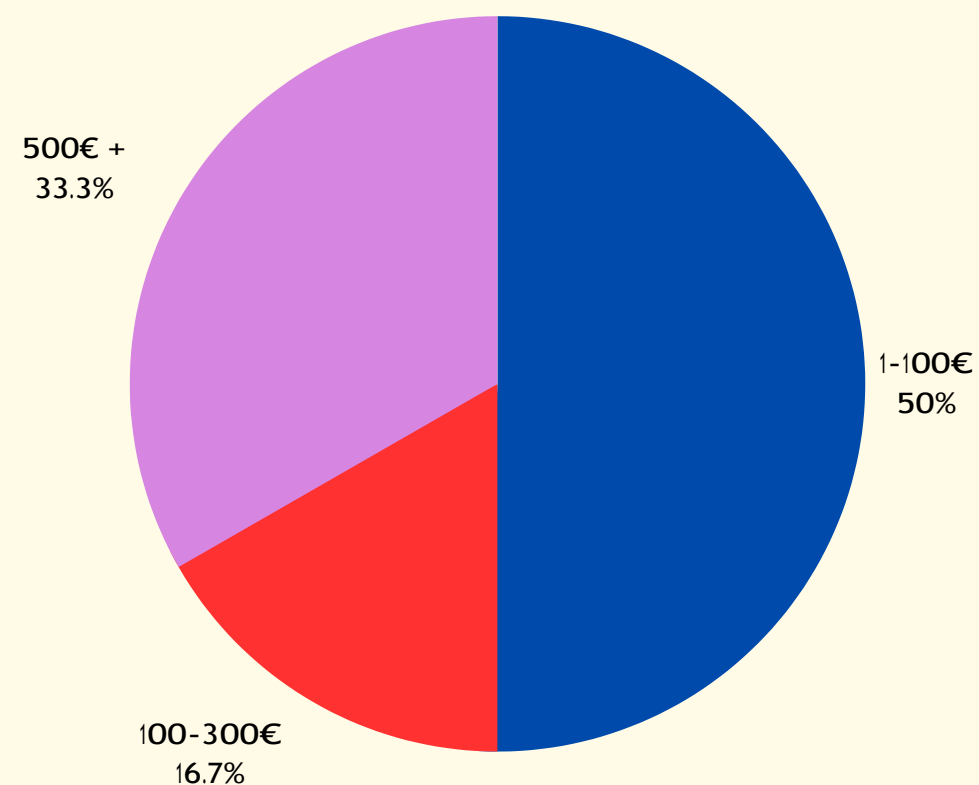
Tutti gli intervistati, tra i 15 e i 20 anni, risparmiano.

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 20-25 anni



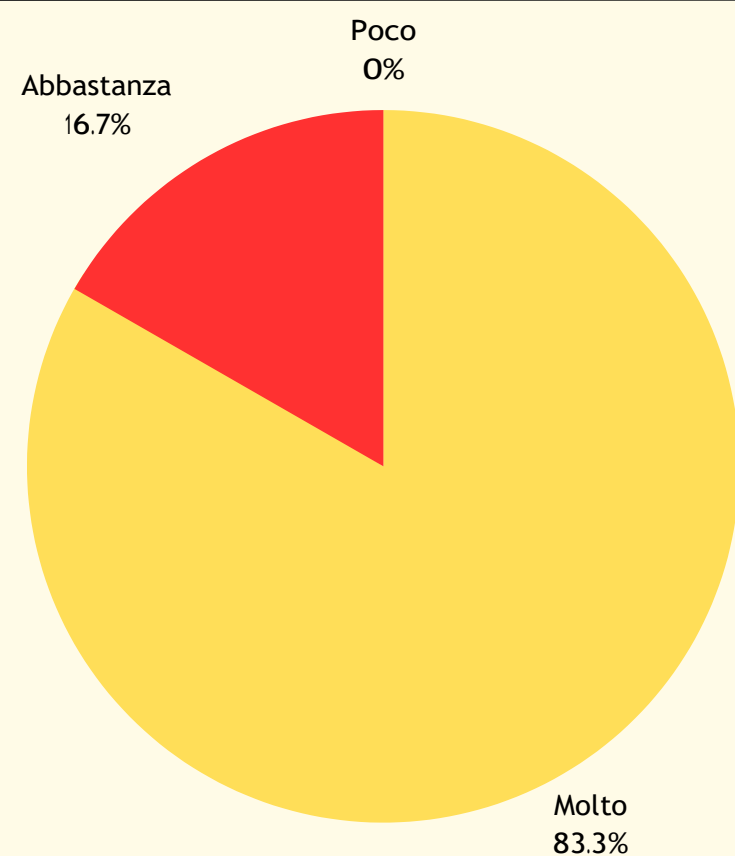
La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età tra i 20 e i 25 anni, è interessato alle piante ornamentali. La restante parte di essi, invece, è interessato agli elementi decorativi.



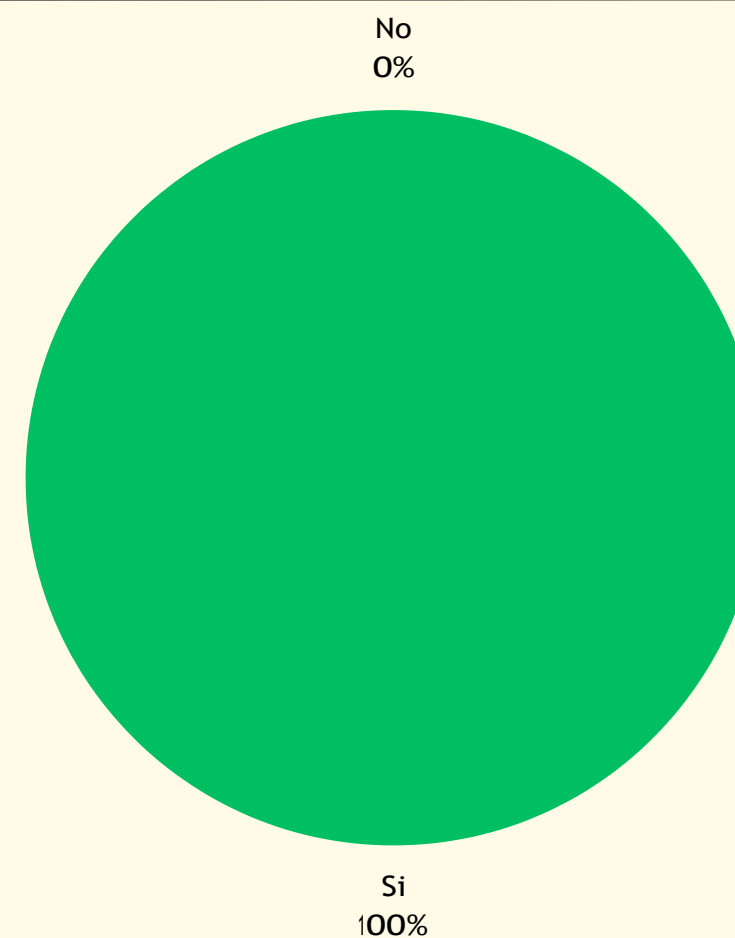
Esattamente la metà degli intervistati, fra i 20 e i 25 anni, spende ogni anno tra 1 e i 100€ in prodotti floreali. Il 33%, invece, ne spende mediamente più di 500, mentre solo il 16.7% dai 100 ai 300€.

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 20-25 anni



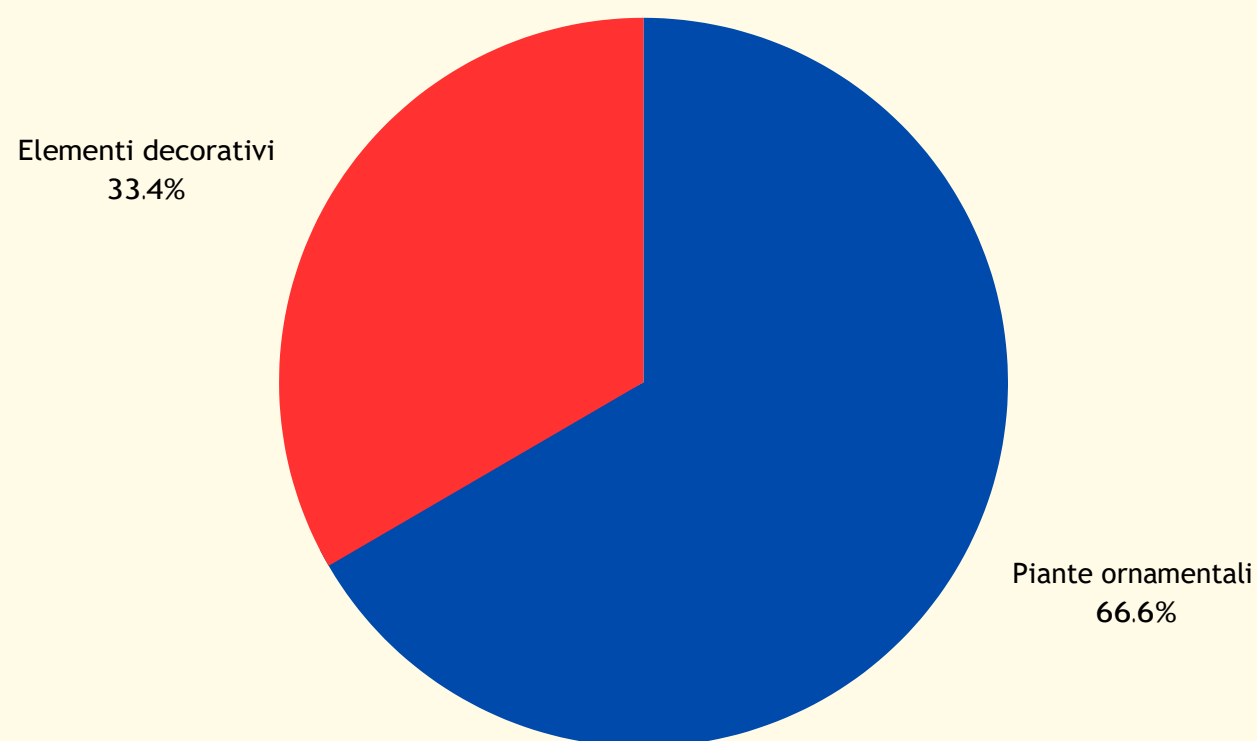
La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età fra i 20 e i 25 anni, reputano l'educazione finanziaria molto importante. Mentre solo il 16.7%, abbastanza importante.



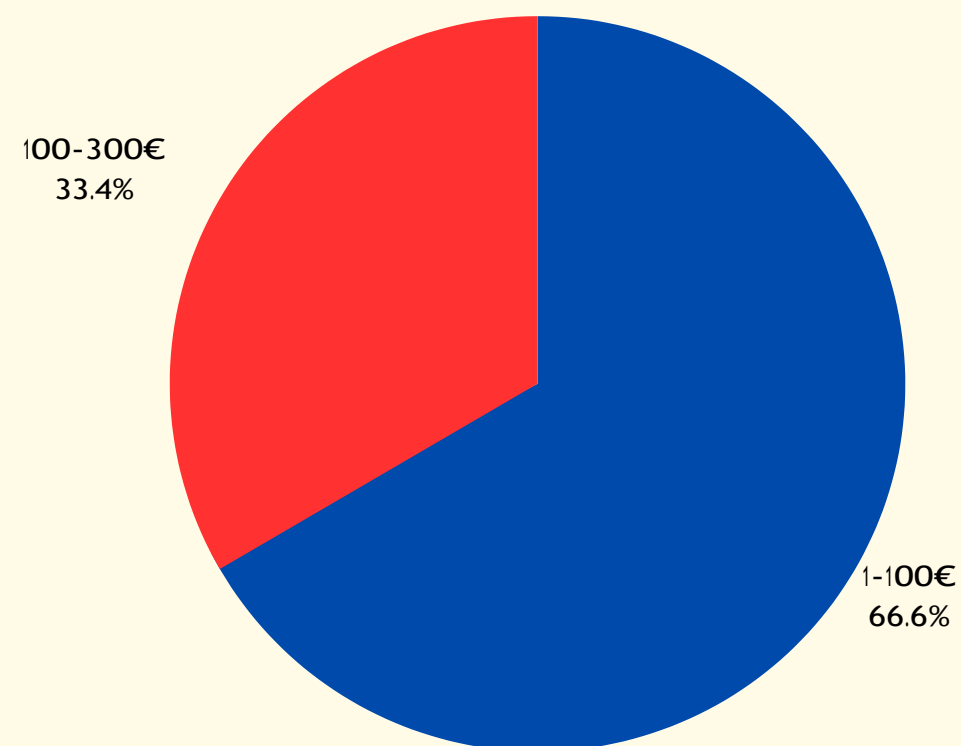
Tutti gli intervistati fra i 20 e i 25 anni risparmia.

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 35-40 anni



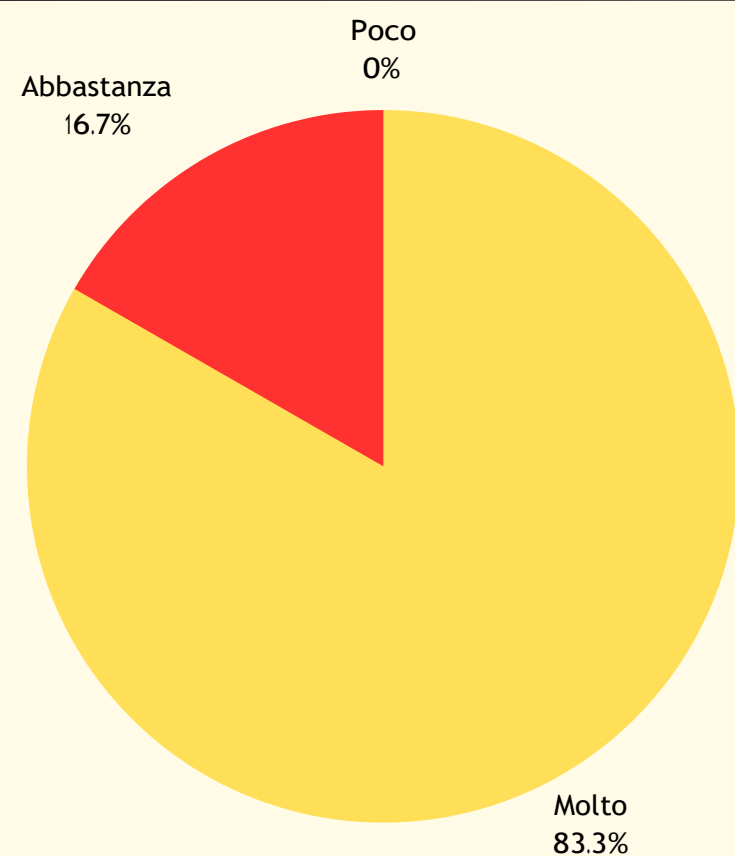
La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età tra i 35 e i 40 anni, è interessato alle piante ornamentali. Solo il 33% di essi, invece, è interessato agli elementi decorativi.



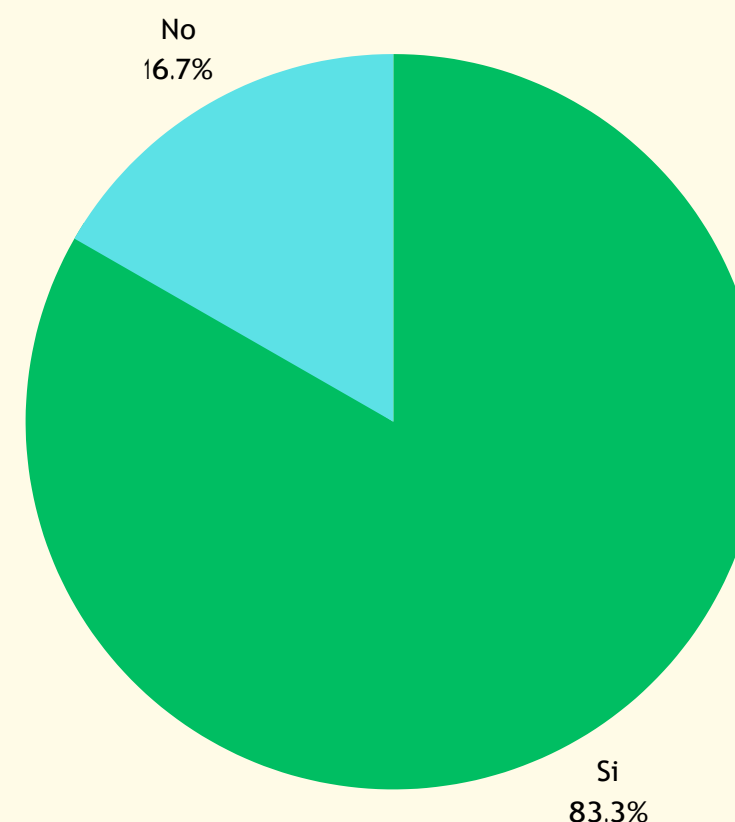
Sempre il 66.6% degli intervistati, fra i 35 e i 40 anni, spende ogni anno tra 1 e 100€ in prodotti floreali. Invece il 33% spende ne spende mediamente, ogni anno, tra i 100 e i 300€

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 35-40 anni



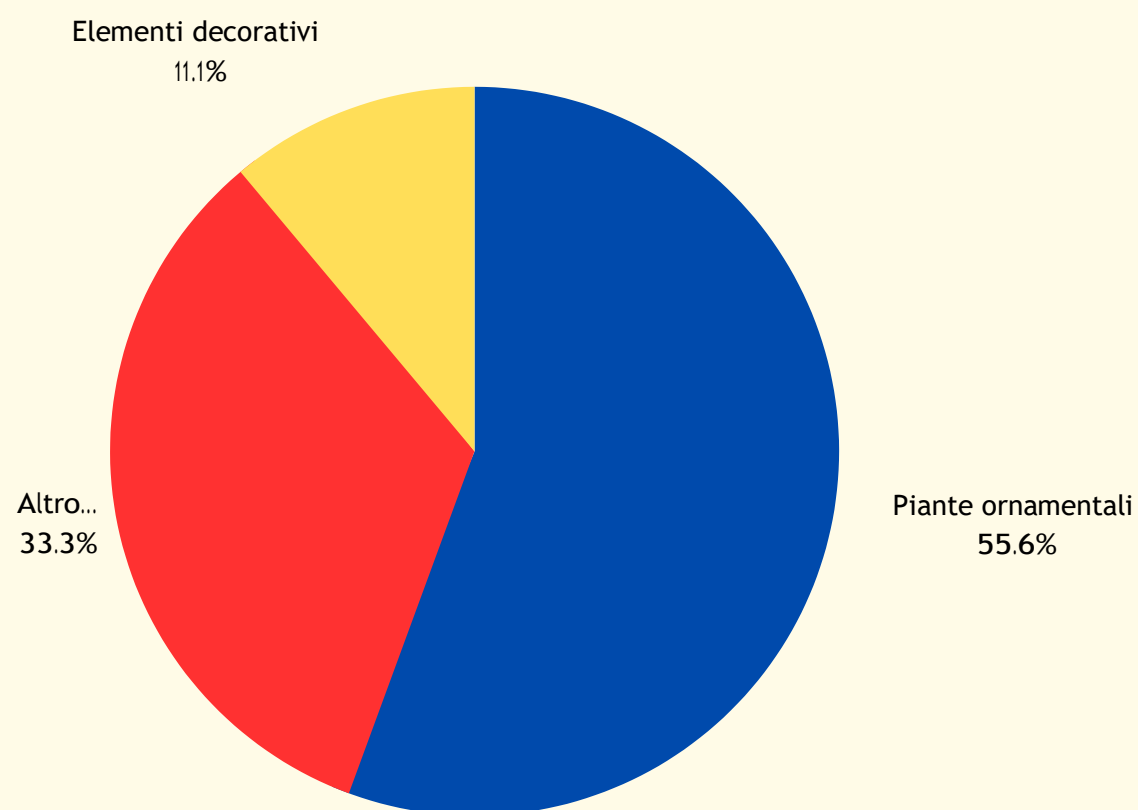
La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età fra i 35 e i 40 anni, reputano l'educazione finanziaria molto importante. Mentre solo il 16.7%, abbastanza importante.



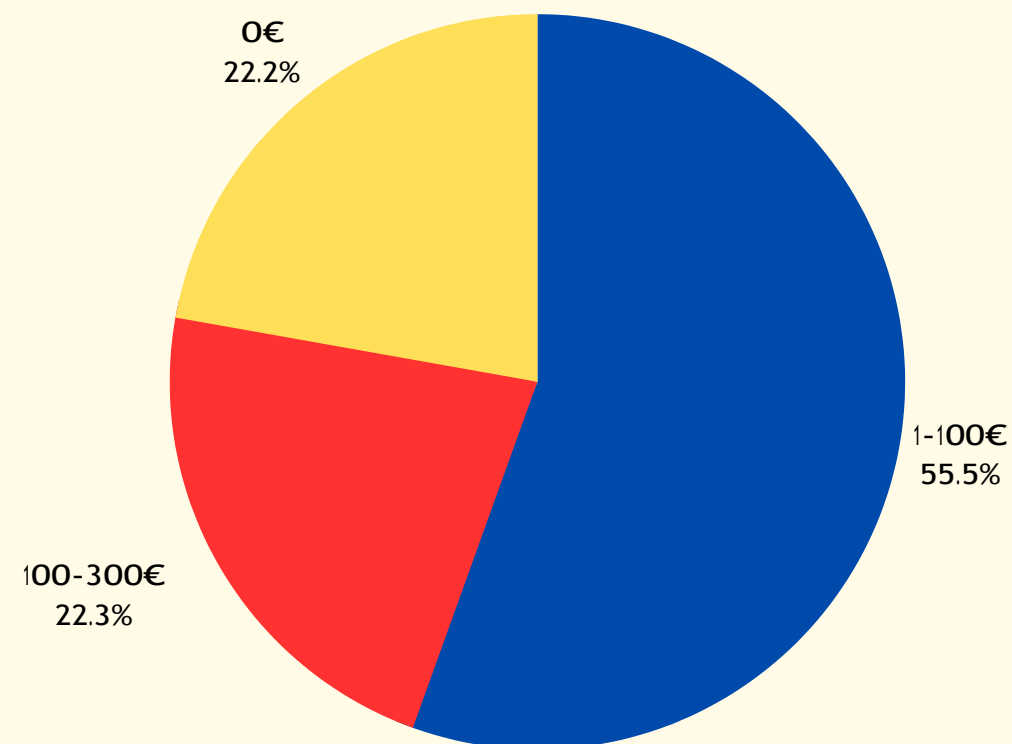
La maggior parte degli intervistati, fra i 35 e i 40 anni risparmia.

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 40-45 anni



La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età tra i 40 e i 45 anni, è interessata alle piante ornamentali. La restante parte, invece, è interessata ad altro e agli elementi decorativi.

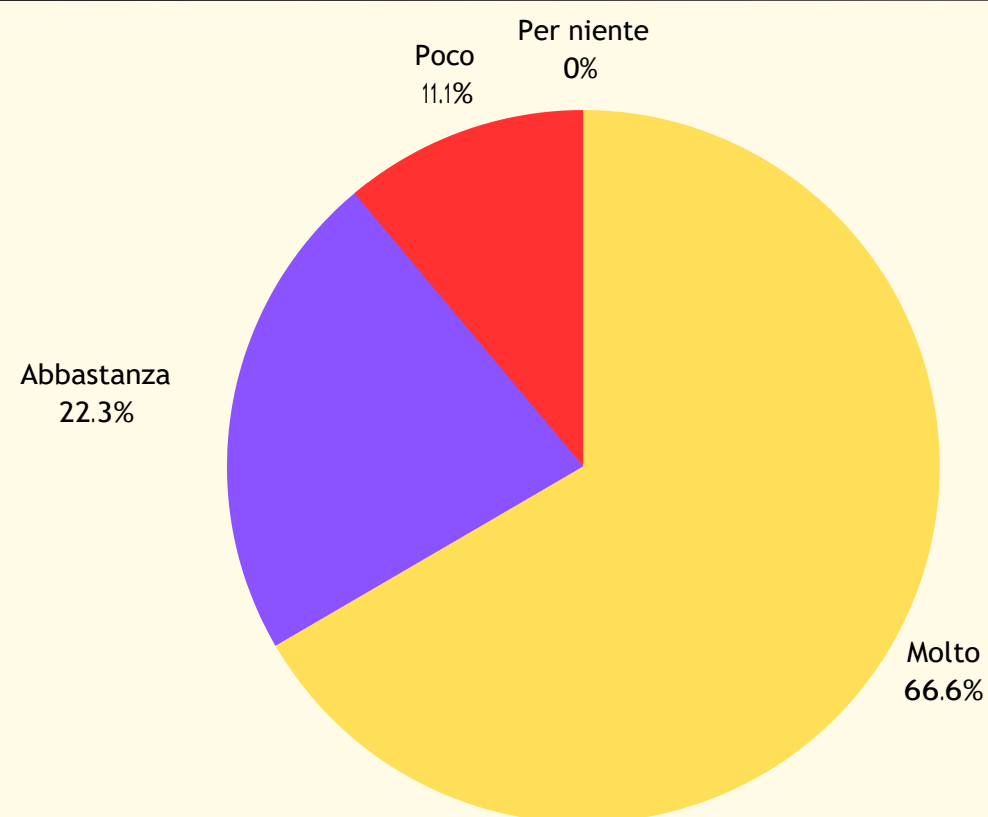


Più della metà degli intervistati, fra i 40 e i 45 anni, spende ogni anno tra 1 e 100€ in prodotti floreali. Più del 22%, invece, spende mediamente tra i 100 e i 300€, mentre i restanti non spendono nulla.

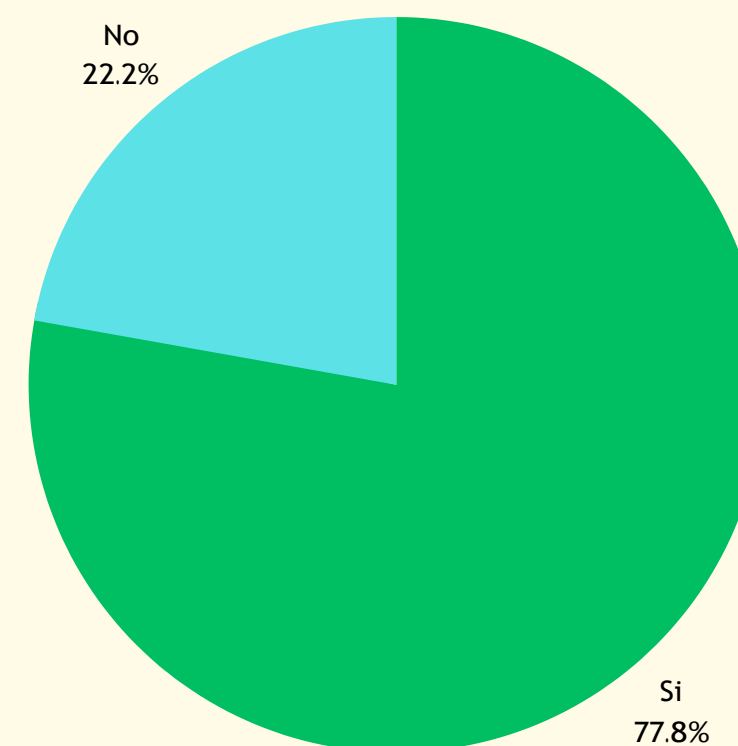


# I dati tra le diverse fasce d'età

## 40-45 anni



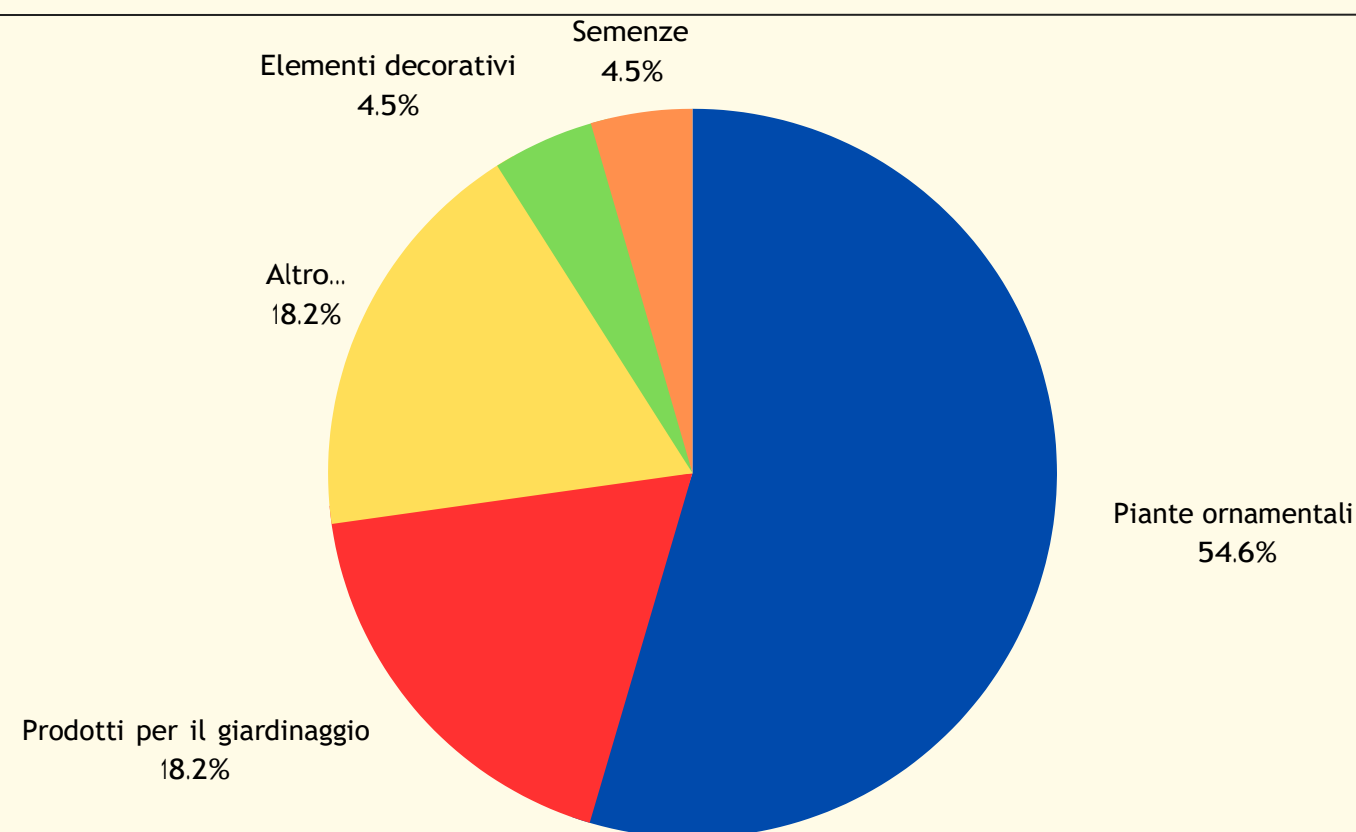
La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età fra i 40 e i 45 anni, reputano l'educazione finanziaria molto importante. Il 22.3% di essi abbastanza importante mentre solo l'11% poco importante.



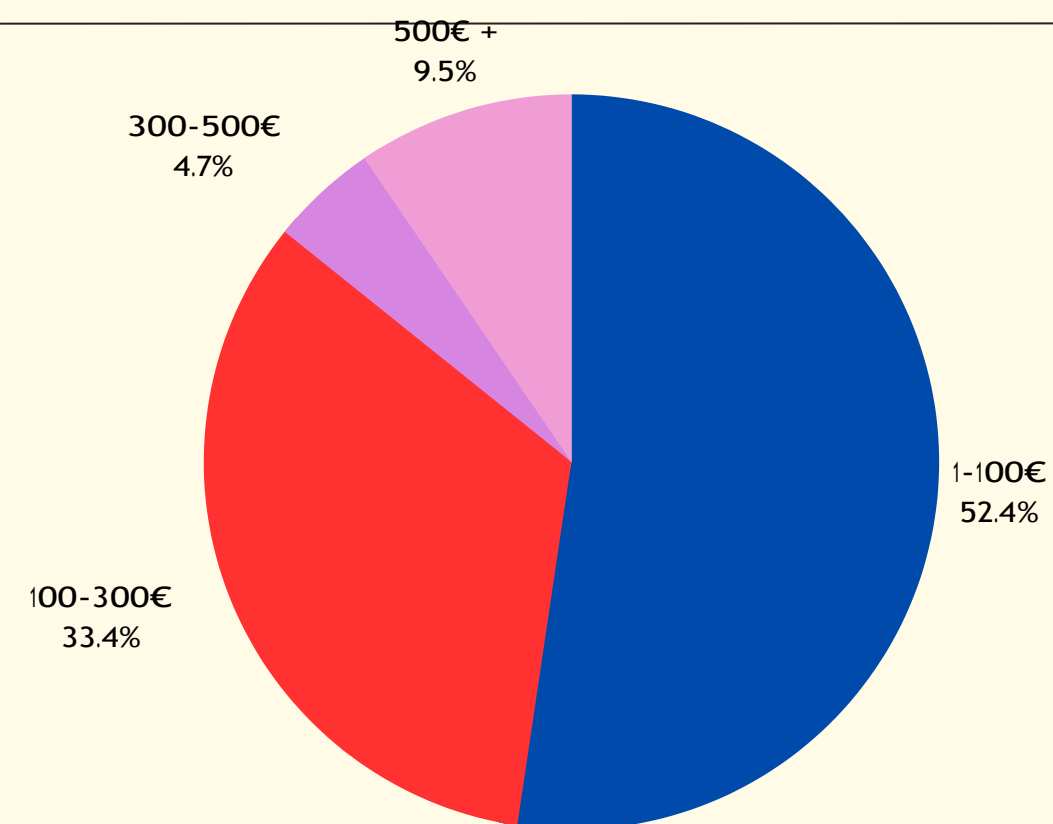
La maggioranza degli intervistati, fra i 40 e i 45 anni, risparmia.

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 50-60 anni



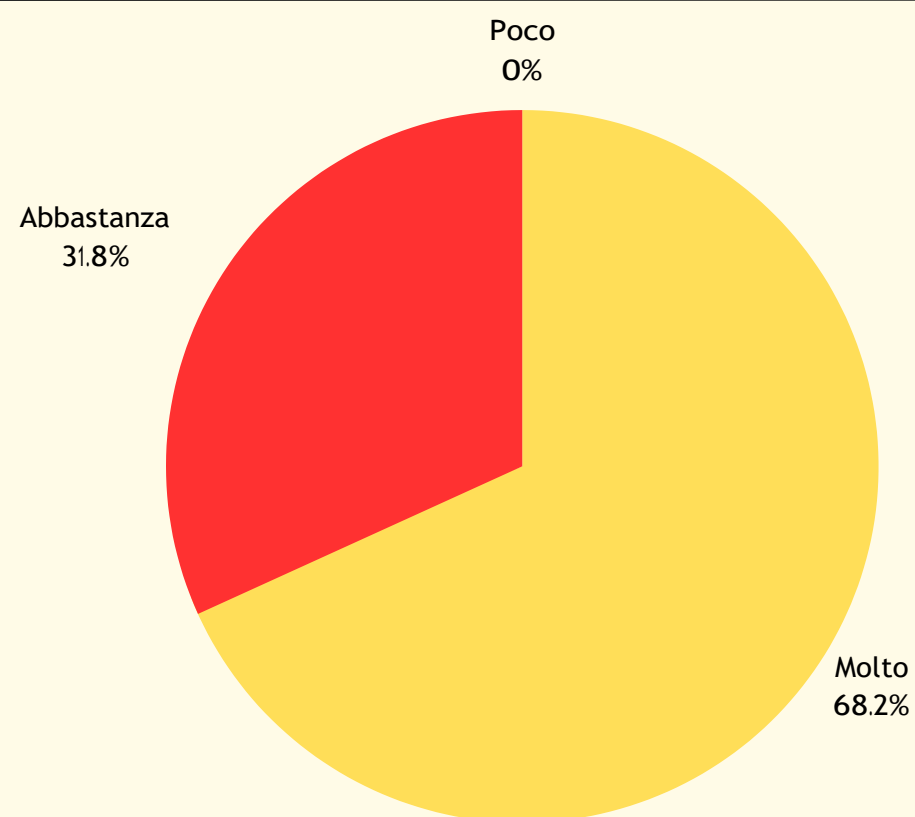
Più della metà parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età tra i 50 e i 60 anni, è interessato maggiormente alle piante ornamentali. Il 18.2%, invece, è interessato ai prodotti per il giardinaggio o ad altro. Infine, il 4.5% a elementi decorativi o a sementi.



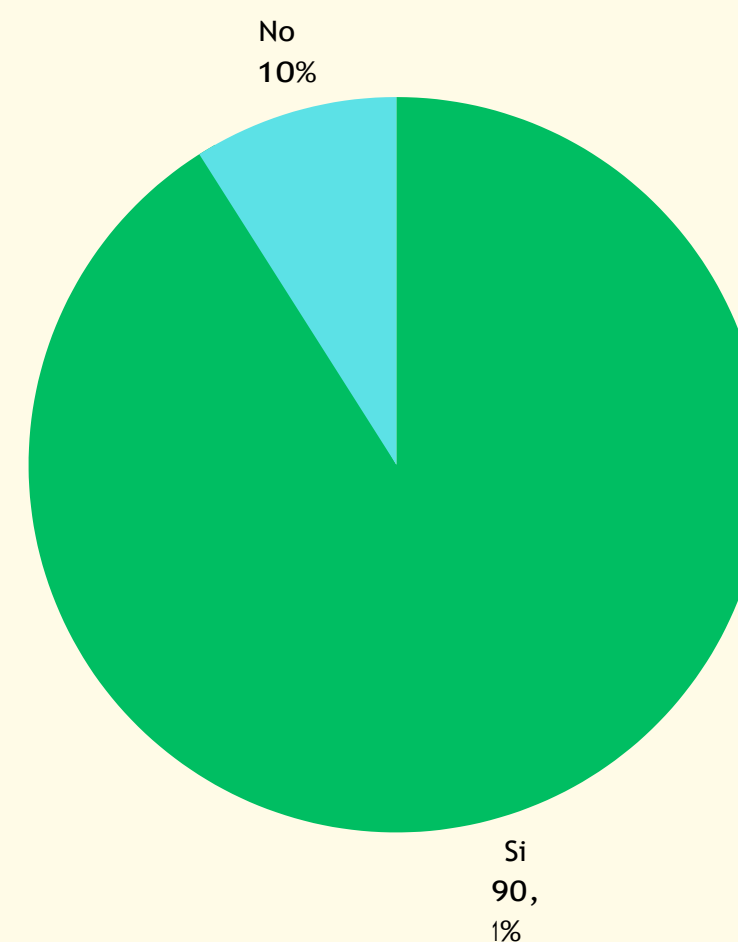
Il 52.4% degli intervistati, fra i 50 e i 60 anni, spende rispettivamente ogni anno tra 1 e 100€ in prodotti floreali, il 33.4% tra i 100 e i 300€, il 4.7% tra i 300 e i 500€ e solo il 9.5% spende più di 500€.

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 50-60 anni



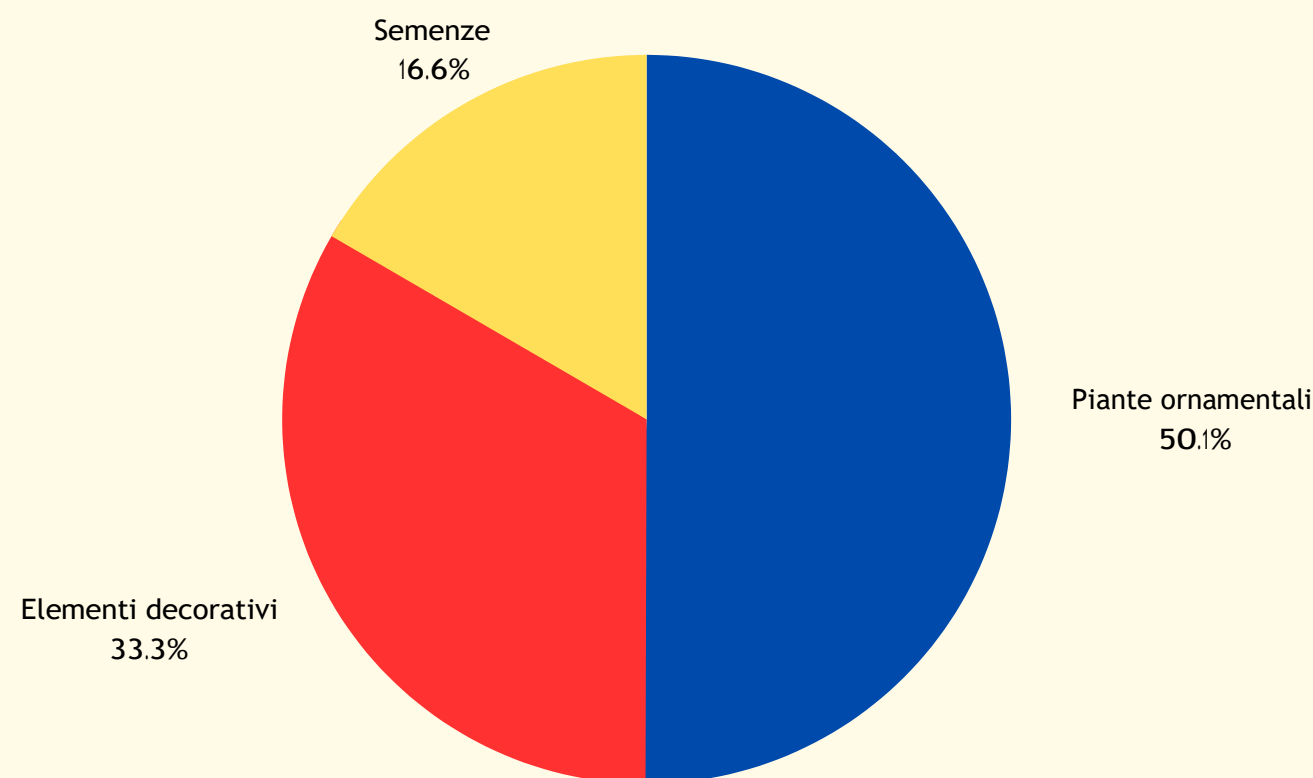
La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età fra i 50 e i 60 anni, reputano l'educazione finanziaria molto importante. Solo il 31.8%, invece, abbastanza importante.



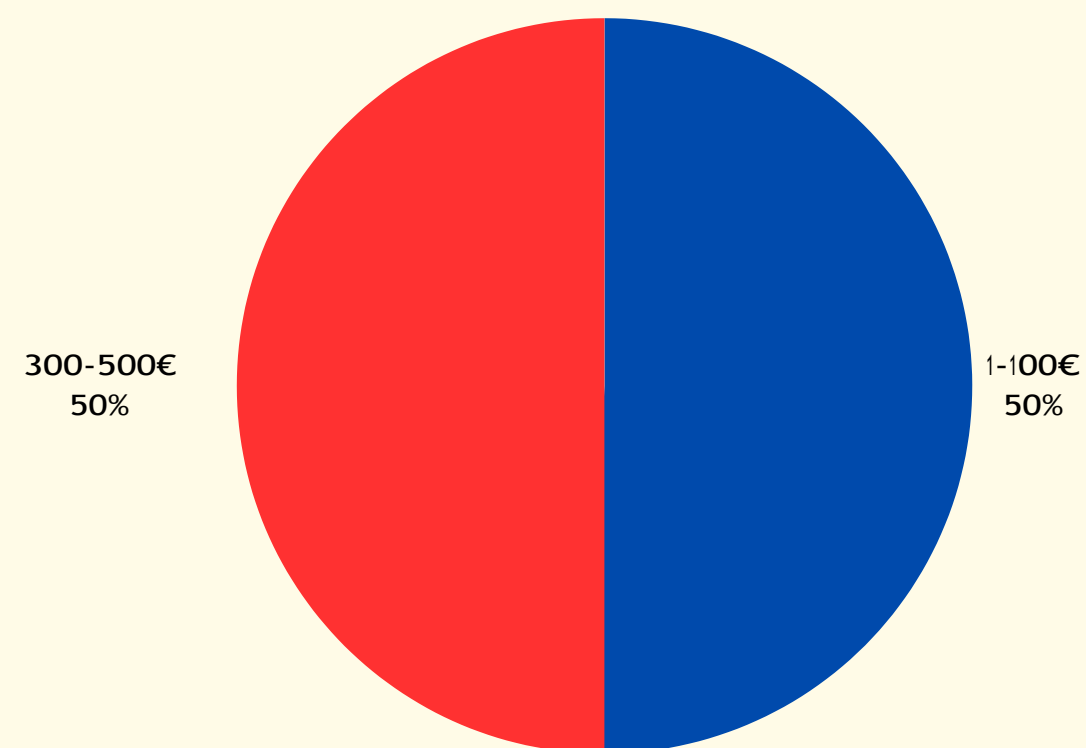
Quasi la totalità degli intervistati, fra i 50 e i 60 anni, risparmia.

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 70-80 anni



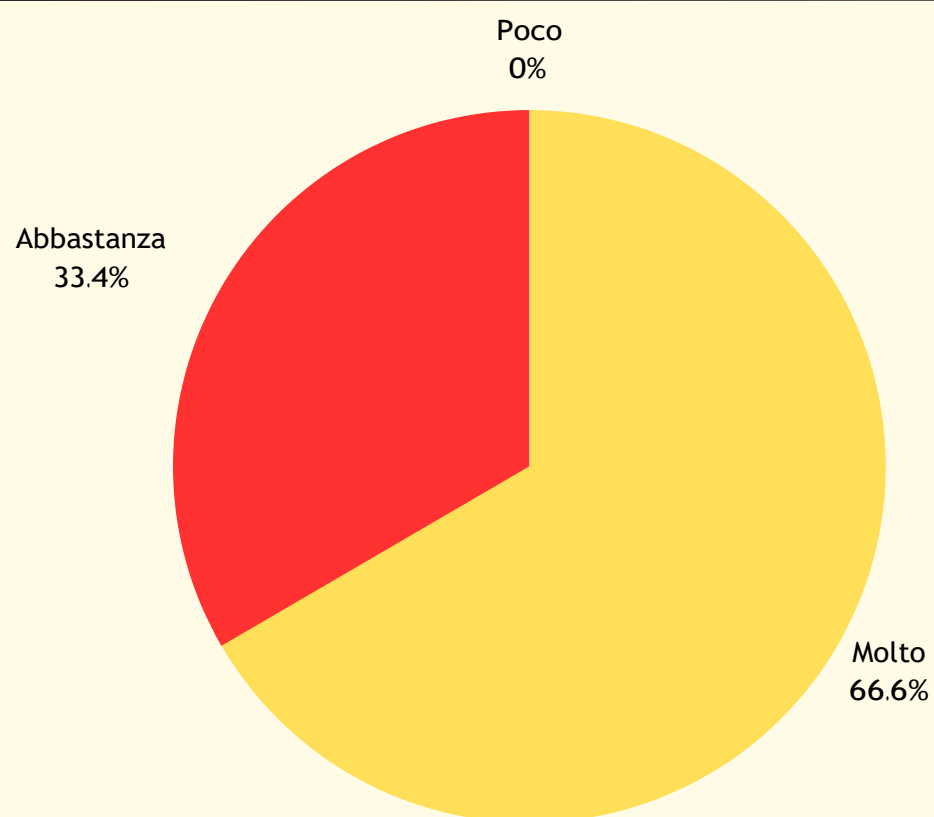
La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età tra i 70 e gli 80 anni, è interessato sempre alle piante ornamentali. Solo il 33% di essi, invece, è interessato agli elementi decorativi.



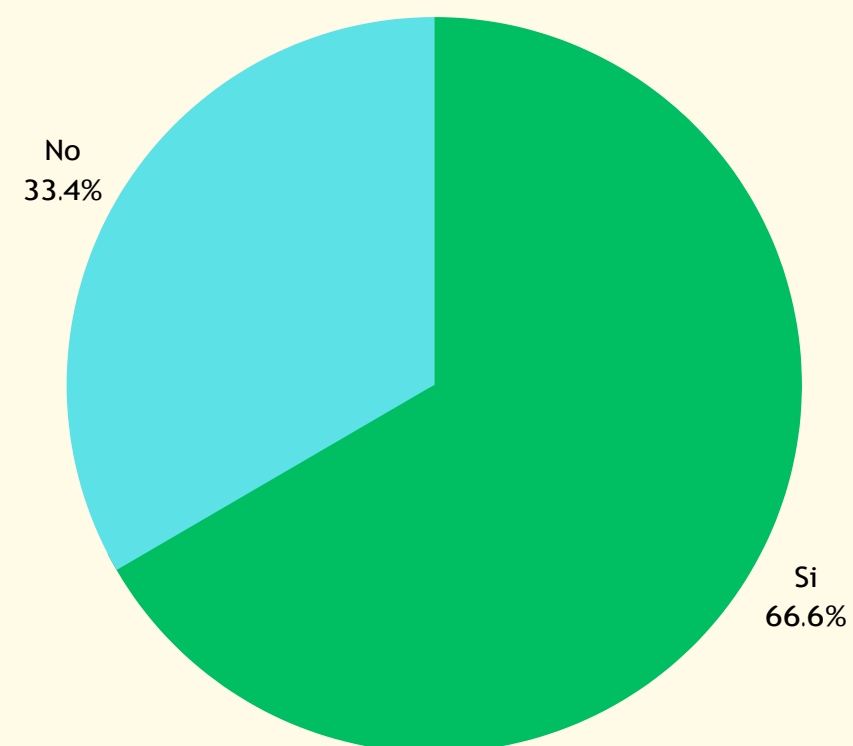
Un 50% degli intervistati, fra i 70 e gli 80 anni, spende in prodotti floreali ogni anno tra i 300 e i 500€, l'altro 50% spende da 1 a 100€.

# I dati tra le diverse fasce d'età

## 70-80 anni



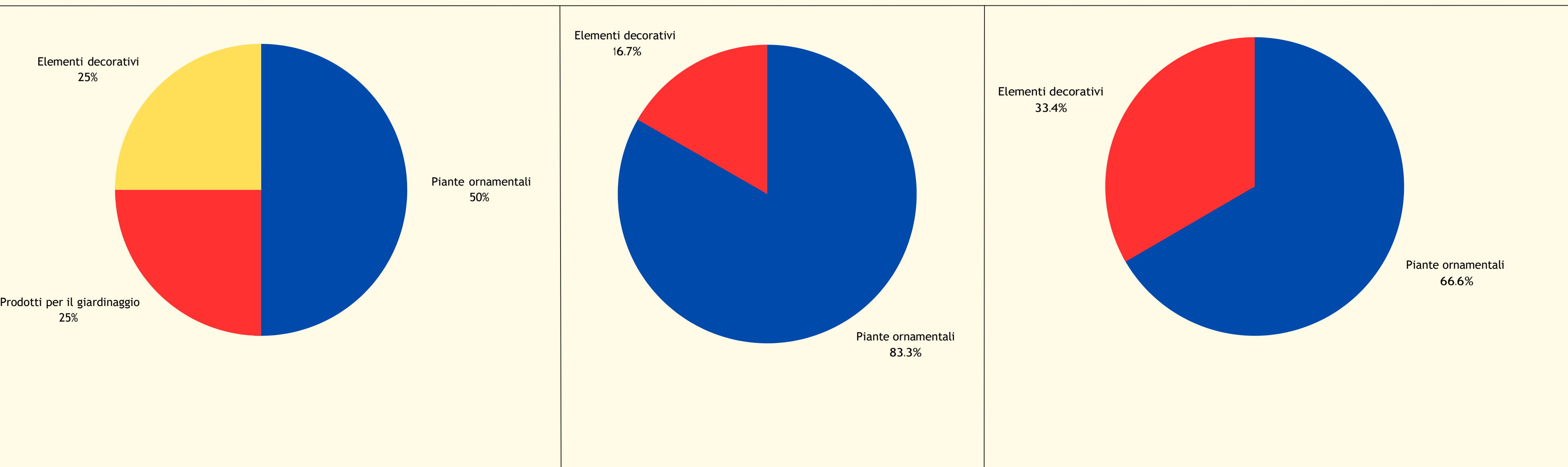
La maggior parte degli intervistati, compresi nella fascia d'età fra i 70 e gli 80 anni, reputa l'educazione finanziaria molto importante. Solo il 33%, invece, abbastanza importante.



La maggior parte degli intervistati, fra i 70 e gli 80 anni, risparmia, il 33.4% no.

# Generazioni a confronto

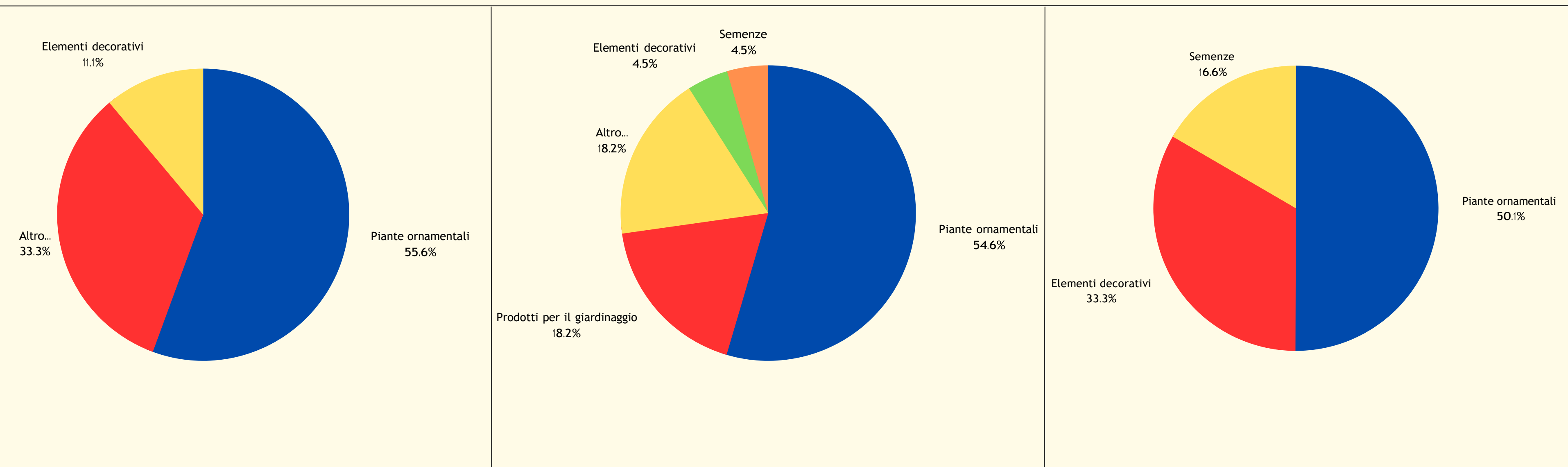
15-20-35 anni



Tutte le diverse generazioni, che hanno partecipato al sondaggio, hanno mostrato un notevole interesse verso le piante ornamentali e gli elementi decorativi, ed in percentuali più basse verso altri prodotti.

# Generazioni a confronto

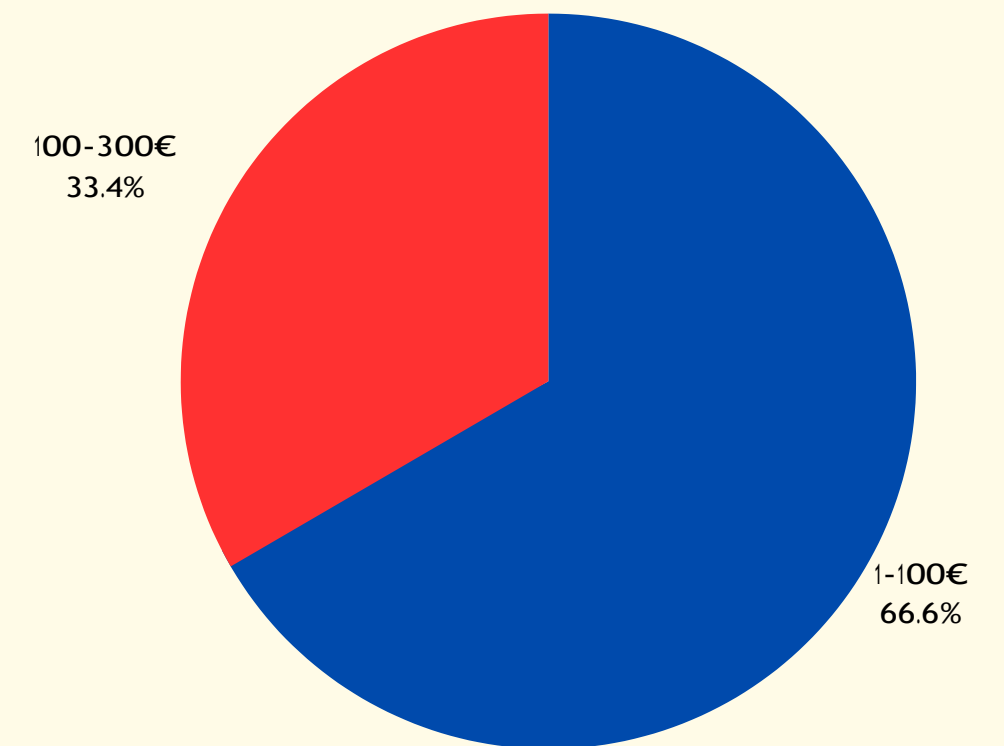
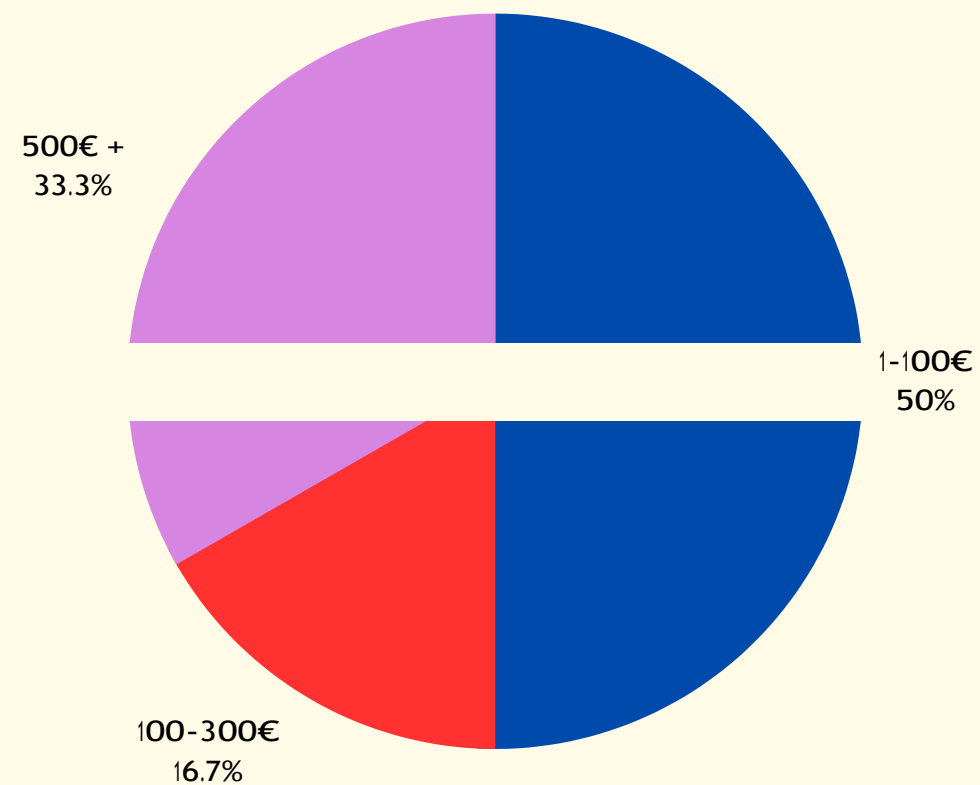
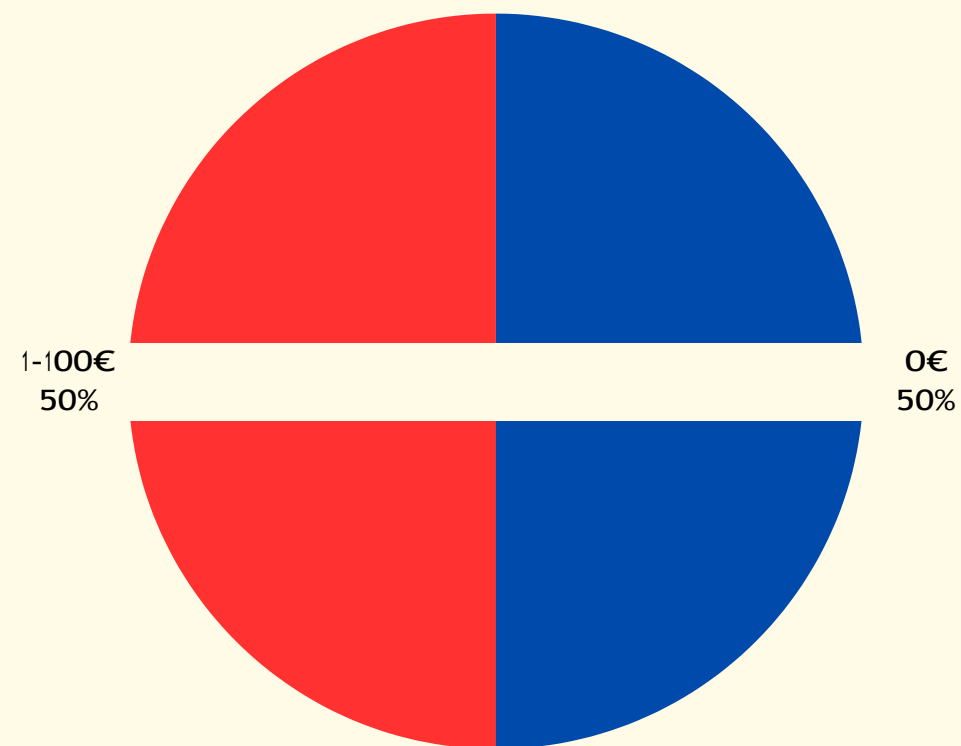
## 45-50-70 anni



Tutte le diverse generazioni, che hanno partecipato al sondaggio, hanno mostrato un notevole interesse verso le piante ornamentali e gli elementi decorativi, ed in percentuali variabili verso altri prodotti. In particolare quella maggiormente interessata ad esse sono quella fra i 20 e i 25 anni, per gli elementi decorativi quella fra i 35 e i 40 anni, per le sementi quella fra i 70 e gli 80 anni e infine per i prodotti per il giardinaggio quella fra i 15 e i 20 anni.

# Generazioni a confronto

## 15-20-35 anni

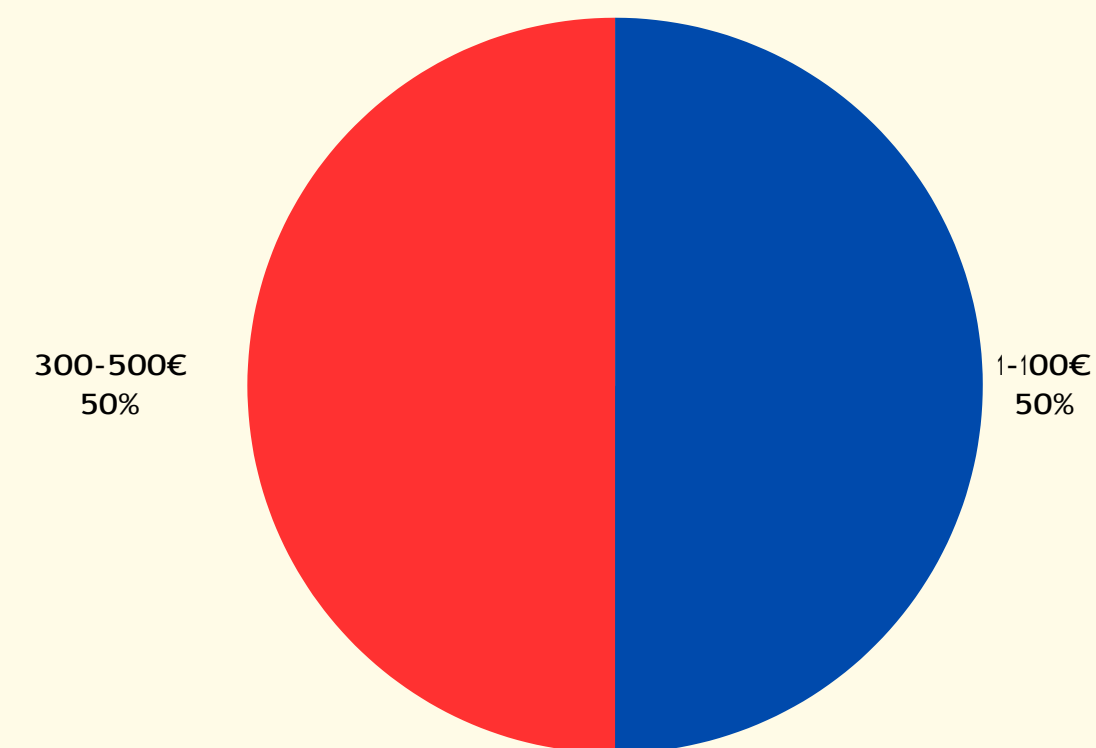
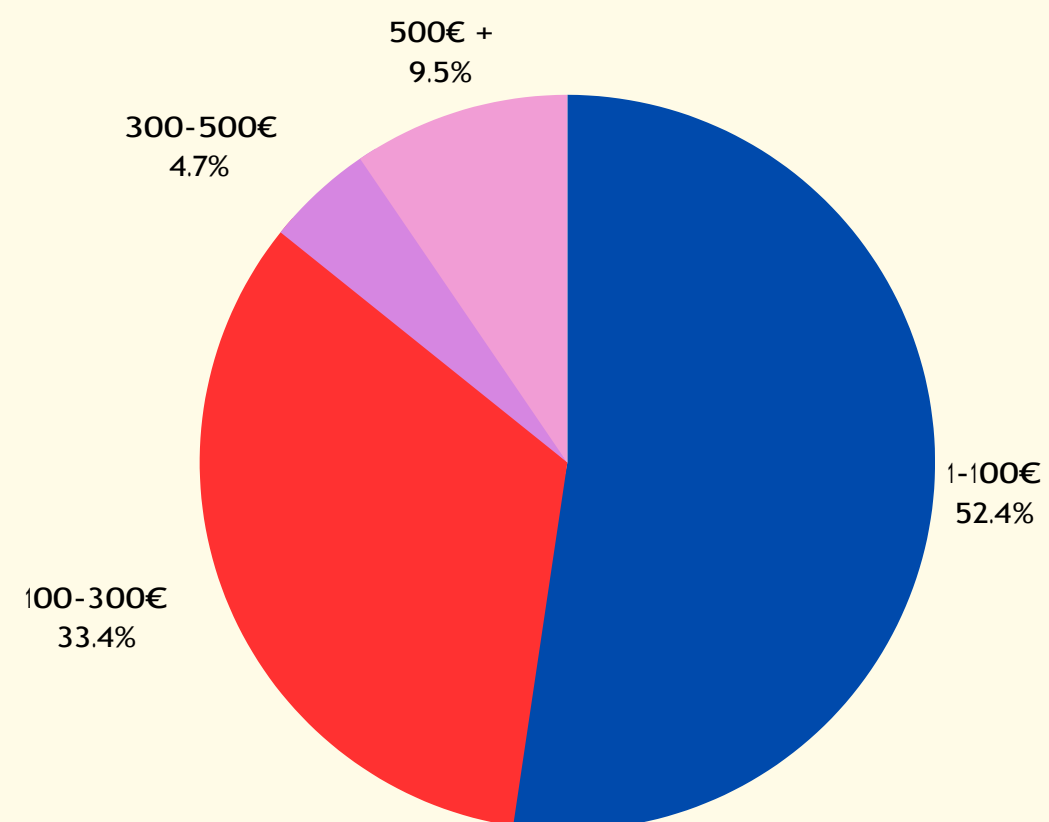
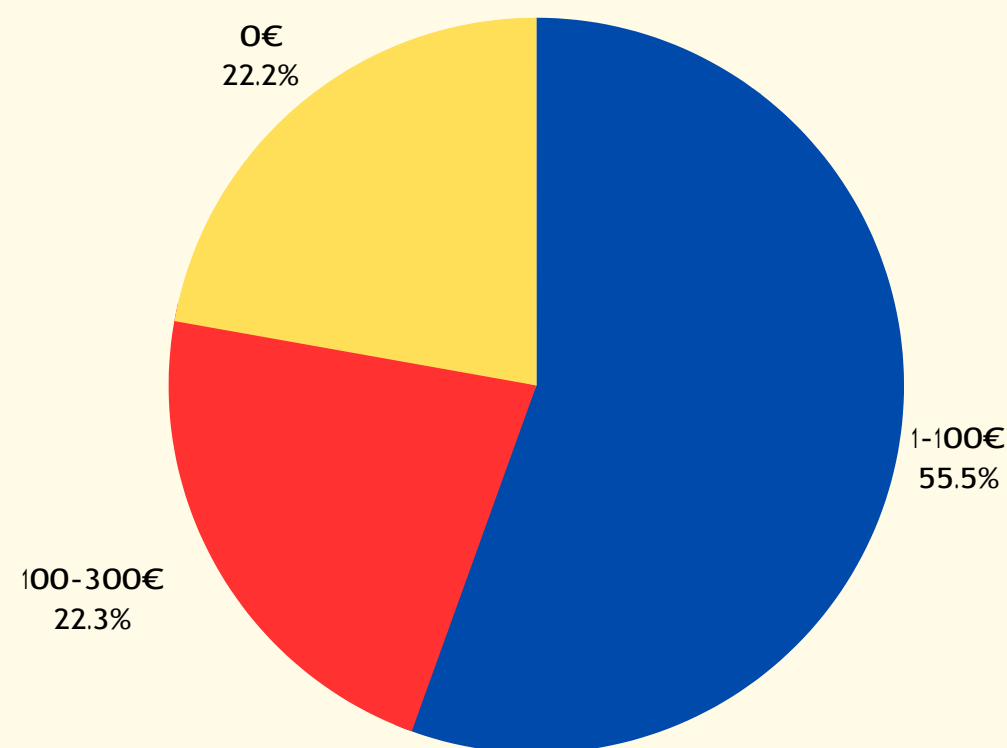


Più della metà, di ogni generazione che ha preso parte al sondaggio, spende da 1 a 100€ l'anno in prodotti floreali. I giovani tra i 20 e i 25 anni si rivelano la fascia di età che, in media, spende una somma annuale superiore ai 500€ nell'acquisto di prodotti floreali.



# Generazioni a confronto

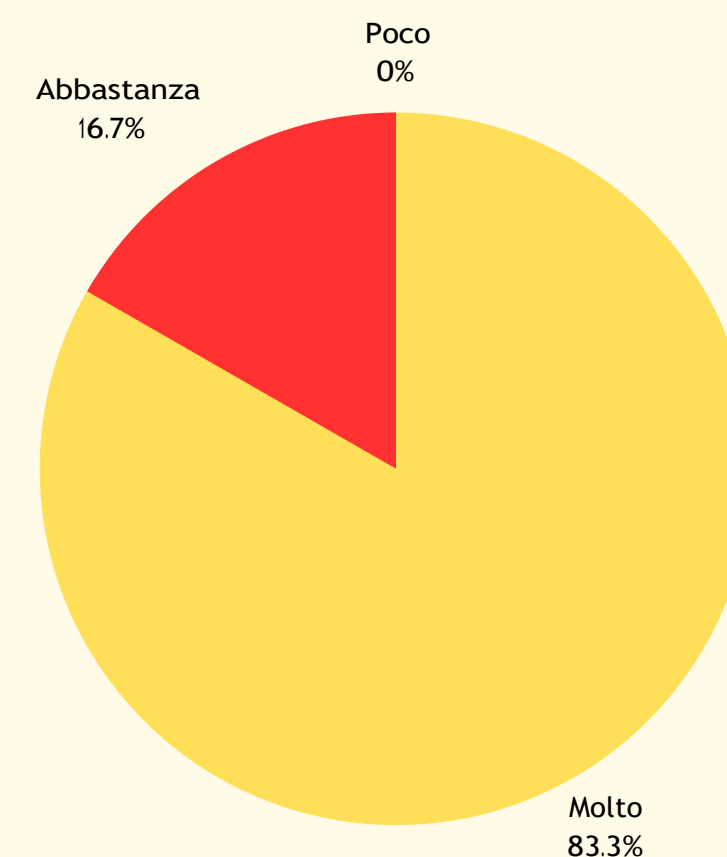
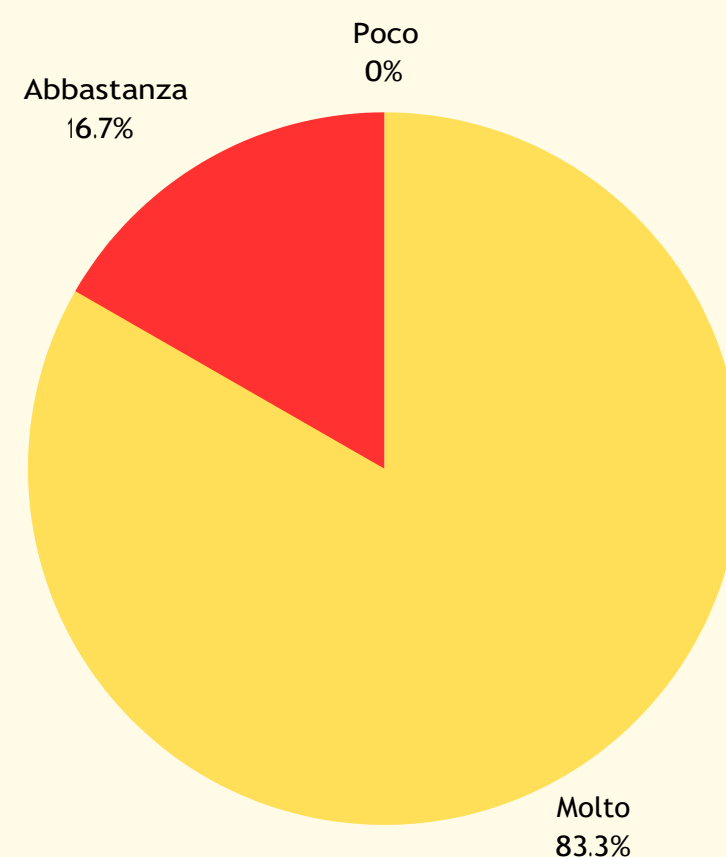
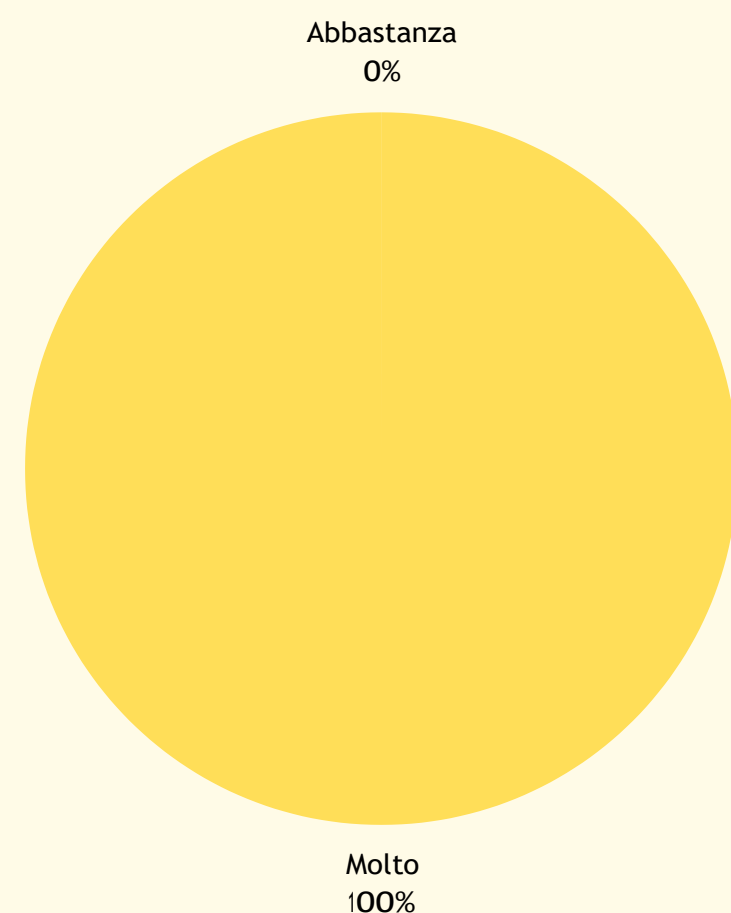
## 45-50-70 anni



Più della metà, di ogni generazione che ha preso parte al sondaggio, spende da 1 a 100€ l'anno in prodotti floreali. I giovani tra i 20 e i 25 anni si rivelano la fascia di età che, in media, spende una somma superiore ai 500€ per l'acquisto di prodotti floreali.

# Generazioni a confronto

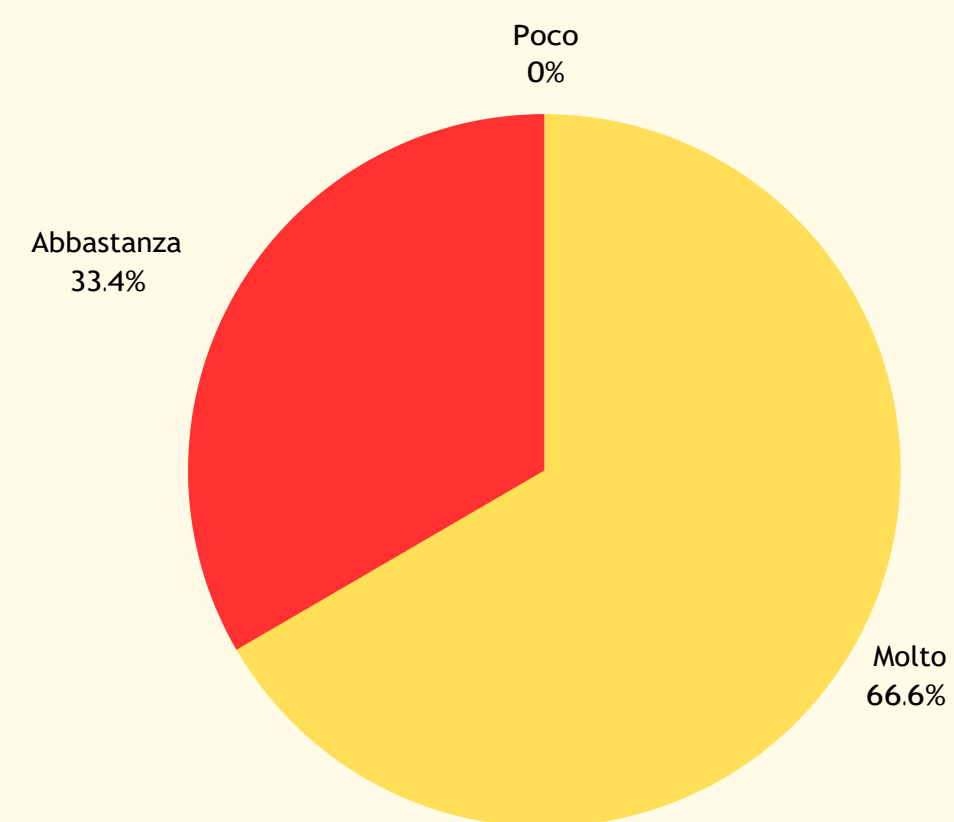
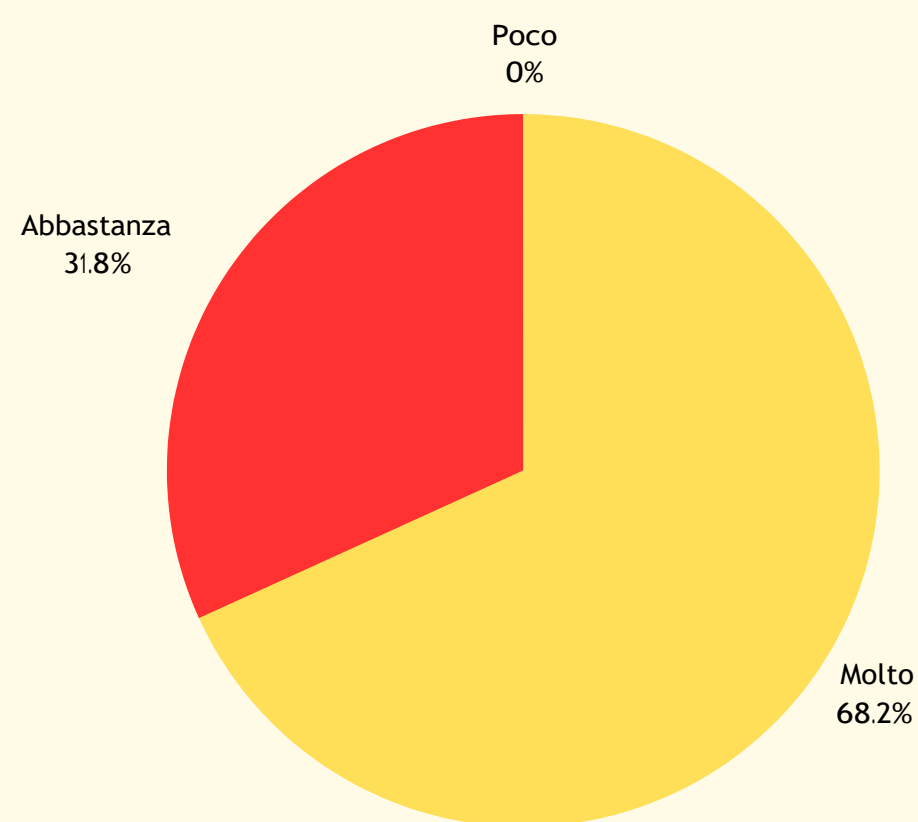
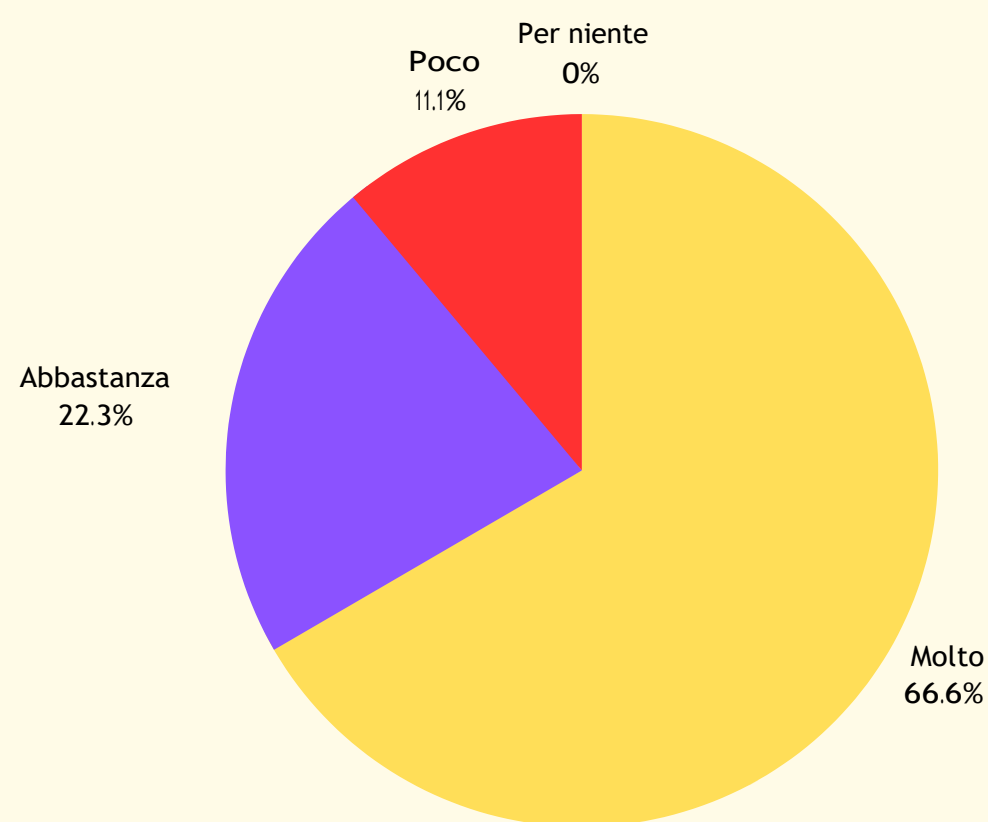
## 15-20-35 anni



La maggior parte degli intervistati, appartenenti ad ogni fascia d'età, reputa importante l'educazione finanziaria. Solo una parte di essi, invece, la reputa abbastanza importante mentre solo l'1.9% del totale degli intervistati poco importante, principalmente quella fra i 40 ei 45 anni.

# Generazioni a confronto

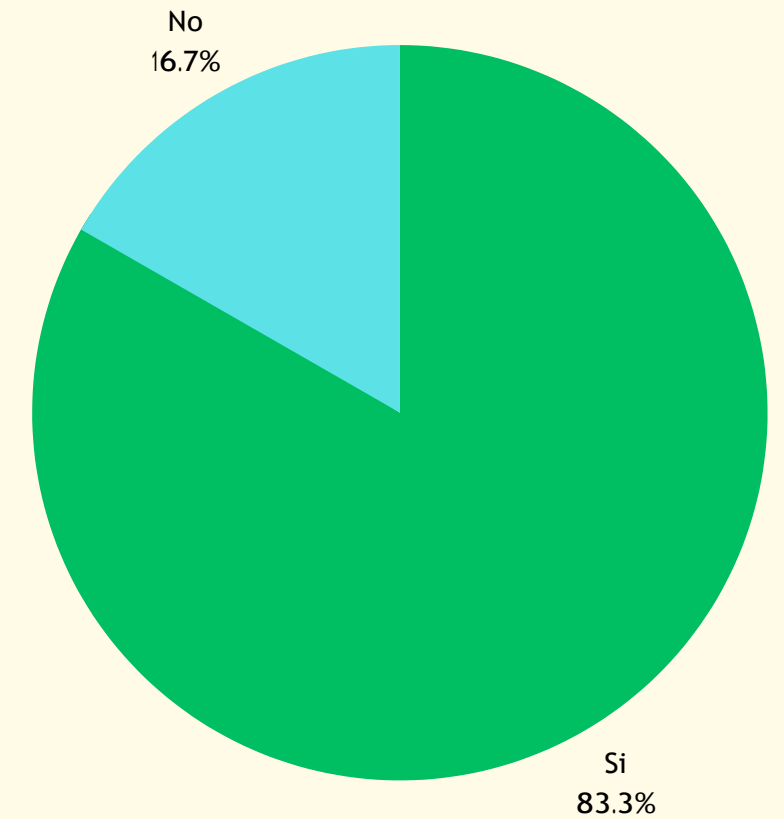
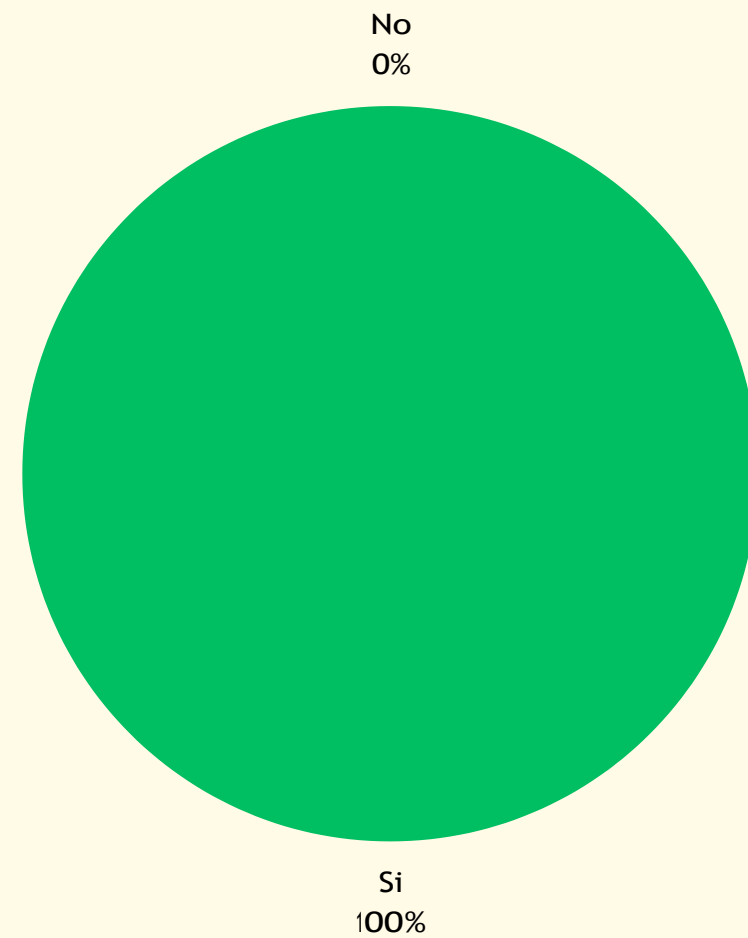
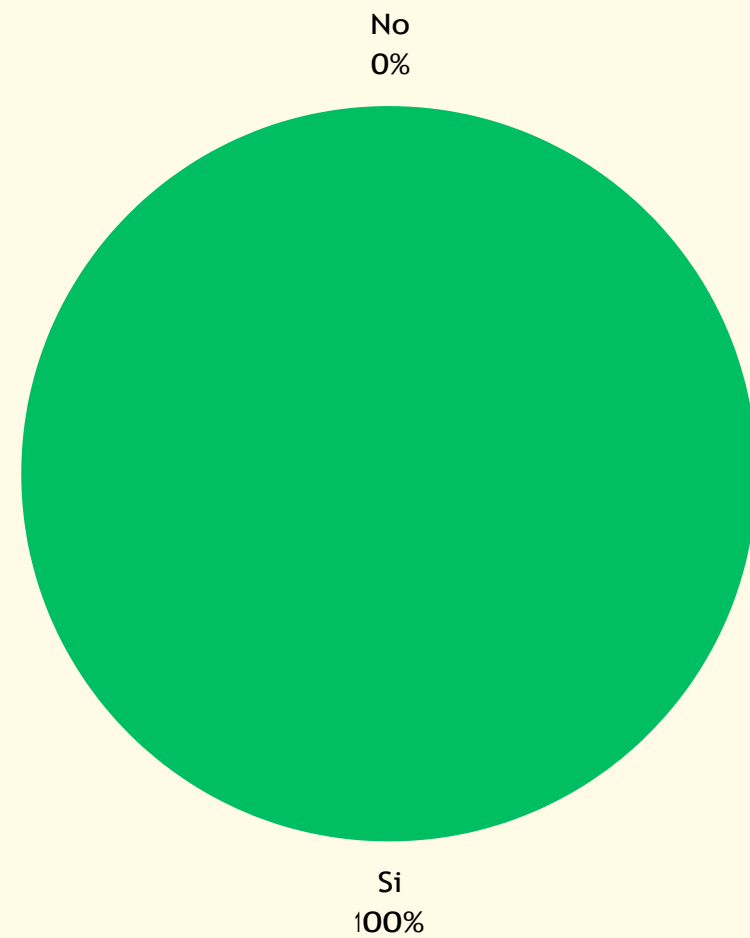
## 45-50-70 anni



La maggior parte degli intervistati reputa importante l'educazione finanziaria. Solo una parte residuale, invece, la reputa abbastanza importante mentre l'1.9% del totale degli intervistati poco importante, principalmente quella fra i 40 ei 45 anni.

# Generazioni a confronto

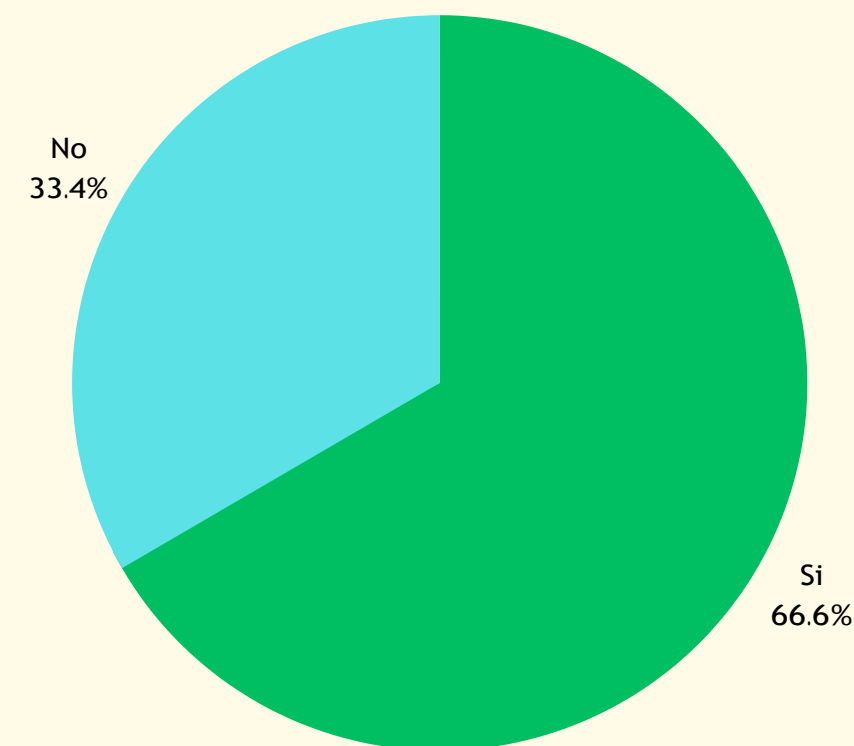
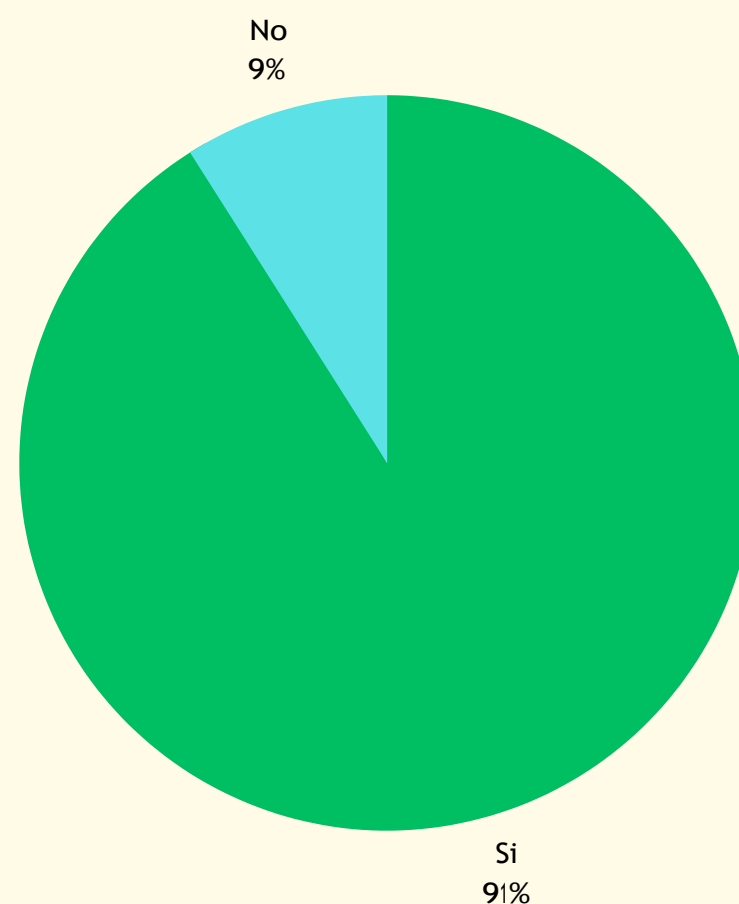
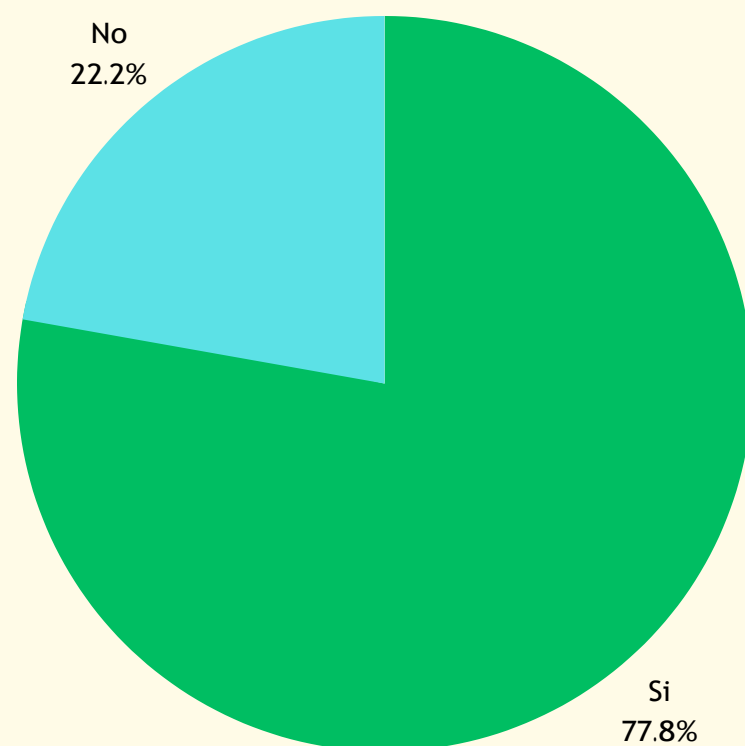
15-20-35 anni



I sondaggi hanno rilevato che la quasi totalità degli intervistati risparmia, mentre solo una piccola percentuale di essi non lo fa.

# Generazioni a confronto

## 45-50-70 anni



La quasi totalità degli intervistati risparmia mentre solo una piccola percentuali di essi non lo fa. Le generazioni che tendono a risparmiare di più sono in particolare quelle più giovani, tra i 15 e i 20 anni e tra i 20 e i 25 anni., mentre la generazione che tende a risparmiare di meno è quella fra i 70 e gli 80 anni.

# Gli italiani: un popolo di risparmiatori

I dati che sono venuti fuori dal nostro sondaggio confermano il fatto che gli italiani siano un popolo di risparmiatori.

Ma per quali motivi gli italiani tendono a risparmiare e a non investire ? Tra questi abbiamo:

- L'incertezza dei mercati finanziari;
- La scarsa conoscenza dei prodotti finanziari;
- Preoccupazione di perdere il lavoro;
- Timore di una possibile recessione economica.



# Perchè questo rappresenta un rischio?

Tutti questi fattori inibiscono i risparmiatori a investire la loro liquidità.

In Italia i risparmi lasciati sul conto corrente hanno ormai raggiunto una cifra talmente elevata da raggiungere il PIL nazionale: superiore ai €2.000 miliardi di euro.

La liquidità non investita, oltre a non essere redditizia, ha ripercussioni anche sull'economia reale.

# Le possibili conseguenze

Il ristagno del denaro e la non circolazione della moneta potrebbe infatti creare una paralisi del sistema produttivo del Paese.

Non solo, in un periodo di alta inflazione come questo, lasciare i propri risparmi fermi su un conto corrente è dannoso.

L'inflazione, infatti, erode il potere di acquisto.





# Un ringraziamento \* speciale

Ringraziamo tutti coloro che hanno partecipato al sondaggio.

Un ringraziamento speciale soprattutto alla prof.ssa Gabriella di Maio che ha creduto in noi e ci ha dato questa possibilità di crescita personale e formativa.

**Gli alunni della 1G dell'Istituto Tecnico Economico GENOVESI**

**Alberto Capobianco-Salvatore Anastasio- Manole Andrei-Mihai-Emanuele Vicinanza**

# Grazie della Visione

**MOSTRA  
DELLA  
MINERVA  
2023**

Con la partecipazione dell'IIS Genovesi-Da Vinci

Un lavoro realizzato dalla  
classe 1°G dell'Istituto  
Technico Economico  
Antonio Genovesi.



Emanuele Vicinanza

Andrei M. Manole

Salvatore Anastasio

**MOSTRA  
DELLA  
MINERVA  
2023**

Con la partecipazione dell'IIS Genovesi-Da Vinci

Un lavoro realizzato dalla  
classe 1°G dell'Istituto  
Technico Economico  
Antonio Genovesi.



REPORT a cura di Alberto Capobianco

A.S 2022/23