El Día de Todos los Santos representa el 15-20% de la campaña de flor y Planta

El Día de Todos los Santos es el principal momento para la venta de flor cortada en España, representando en torno al 15-20% del total de la campaña anual, campaña que ha estado marcada por el incremento de costes de entre el 35-40%, según el Comité de Flor y Planta de FEPEX.

Junto al incremento de costes, que es la mayor preocupación del sector de flor y planta en estos momentos, existe una gran incertidumbre, también, de cara a la festividad del día 1, sobre cómo se comportarán las ventas, ya que los problemas económicos en los hogares pueden hacer que se reduzca el gasto medio por consumidor, según el presidente del Comité de Flor y Planta de FEPEX, Juan Daniel Marichal.

No obstante, la incertidumbre acompaña siempre a las ventas en torno al Día de Todos los Santos, ya que dependen en gran medida de la climatología, mostrándose un retraimiento de las ventas los años en que llueve. Depende también de la zona en la que nos encontremos. Mientras que las ventas se incrementan de forma homogénea y generalizada para otras festividades en las que también es tradición regalar flores y plantas, como el Día de la Madre, en Todos los Santos es

habitual que haya menos ventas en zonas urbanas y grandes ciudades, y más ventas en zonas rurales, donde esta tradición se mantiene más arraigada.

El crisantemo es la flor cortada más vendida en la festividad del Día de Todos los Santos, seguida de rosa, clavel, llios… El grueso del crisantemo y lilios comercializado en estas fechas es de viveros nacionales, mientras que la rosa, es en su mayoría de importación.