

## Comunicat de presă

București, 15 Decembrie 2016

### BUGETUL ALOCAT SĂRBĂTORILOR DE IARNĂ ESTE DE 1.660,87 LEI

Conform datelor studiului „**Cumpărăturile de Sărbători**”, realizat de MEDNET Marketing Research Center în **mediul urban** (orașe mari +100.000 locuitori, orașe mijlocii 30.000 – 100.000 locuitori și orașe mici sub 30.000 locuitori), **bugetul total** (Crăciun și Revelion) alocat pentru **Sărbători** în acest an este estimat la **1.660,87 lei**.

Astfel, aproape trei sferturi dintre locuitorii din urban vor cheltui sume între 1.000 și 3.000 lei pentru Crăciun și Revelion, în timp ce 17,9% dintre aceștia vor avea la dispoziție o sumă mai mică de 1.000 de lei.

#### Care este cu aproximație bugetul TOTAL pe care îl veți aloca în acest an pentru Crăciun și Revelion?

- MEDIUL URBAN (ORAȘE MARI, MIJLOCII & MICI) -  
(N=800)

Nu voi aloca  
0,3%

Nu pot aprecia  
1,4%



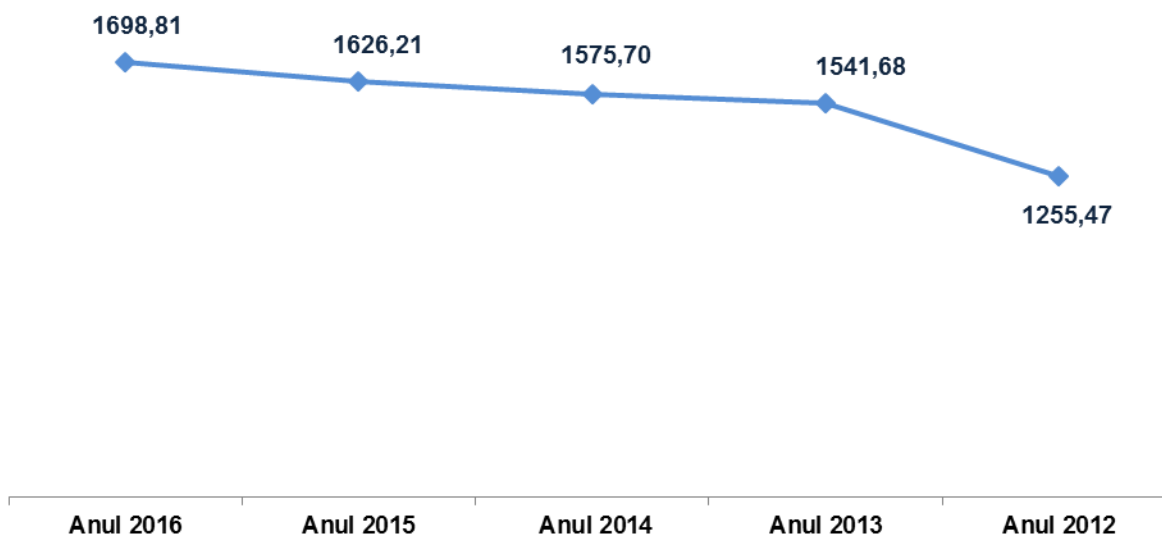
O parte semnificativă a bugetului pentru Sărbătorilor de Iarnă va fi destinată cumpărării **produselor alimentare și nealimentare**. Astfel, locuitorii din urban vor cheltui, în medie, pentru **produsele alimentare** (carne, cozonac etc.) **649,25 lei**, iar pentru **cele nealimentare** (haine, încălțăminte, cosmetice, ornamente etc.) **430,43 lei**.

Mai mult decât atât, **564,69 lei este bugetul mediu** alocat de aceștia pentru **cadourile** oferite celor dragi cu ocazia Sărbătorilor.

De altfel, respondenții care au ales să petreacă această perioadă călătorind vor plăti pentru aceste excursii **784,22 lei**, iar pentru **ieșile la restaurant / în oraș** suma medie alocată va fi de **287,89 lei**.

În orașele mari (+100.000 locuitori), **suma medie alocată pentru Sărbătorile de Iarnă înregistrează un trend ascendent comparativ cu anii precedenți**, bugetul mediu calculat pentru această categorie de orașe atingând o valoare de **1.698,81 lei**.

Care este, cu aproximație, **bugetul TOTAL** pe care îl veți aloca în acest an pentru **Crăciun și Revelion?**  
(Sume medii - Lei)  
(ORAȘE MARI +100.000 locuitori)  
- ANALIZĂ COMPARATIVĂ 2012 - 2016 -



Dacă în anul 2015 locuitorii orașelor mari intenționau să cheltuiască în medie 638,24 lei pe alimente, în **2016 bugetul mediu** a înregistrat o ușoară creștere până la valoarea de **656,09 lei**.

Pe de altă parte, în aceste orașe, față de alți ani când bugetul alocat produselor alimentare (*reprezentând îmbrăcăminte, încălțăminte, ornamente, cosmetice etc.*) era în scădere, anul acesta se înregistrează o creștere până la valoarea de **440,22 lei**.

Există și persoane care **nu-și pot permite să cumpere de Crăciun sau Revelion tot ce și-ar dori**, din cauza limitărilor financiare. Cele mai menționate produse au fost cele **nealimentare, cele mai multe** din categoria **IT & Gadget-uri** (*computer, telefon, tabletă etc.*), **Electronice / Electrocasnice, Îmbrăcăminte / Încălțăminte etc.**

Care este, cu aproximație, suma pe care o veți aloca în perioada Crăciunului și Revelionului pentru produse alimentare și nealimentare ?

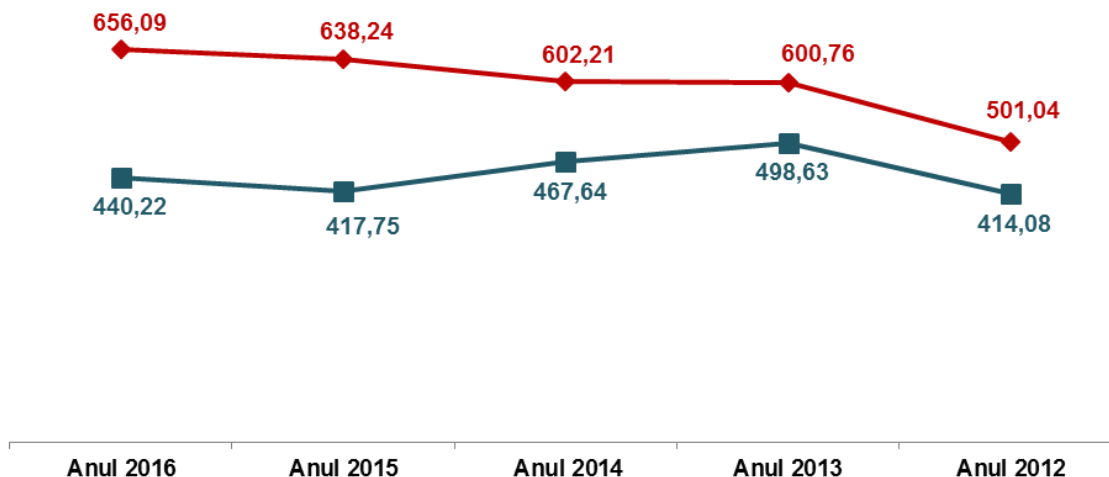
(Sume medii - Lei)

(ORAȘE MARI +100.000 locuitori)

- ANALIZĂ COMPARATIVĂ 2012 - 2016 -

—◆— PRODUSE ALIMENTARE (carne, cozonac etc.)

—■— PRODUSE NEALIMENTARE (ornamente, cosmetice etc.)



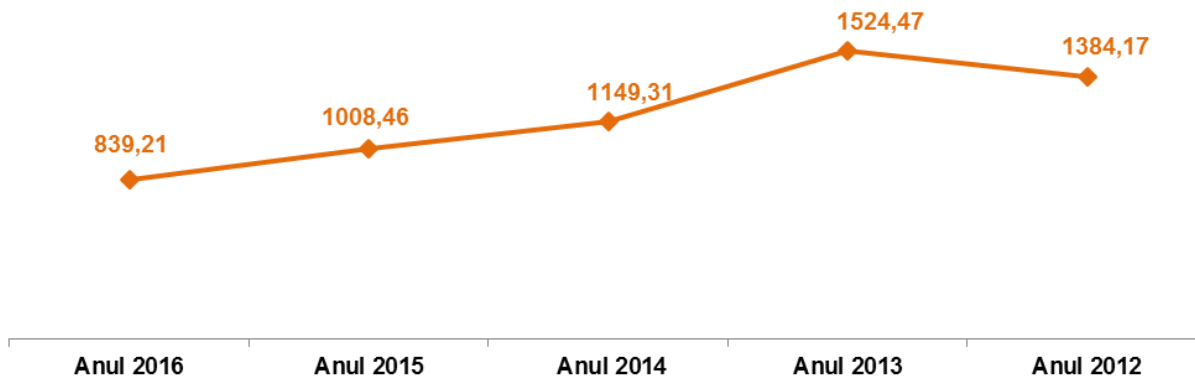
În orașele mari, cei care se vor bucura de Sărbătorile de Iarnă mergând în **excursii / călătorii**, sunt dispuși să aloce un **buget mai mic, comparativ cu anul 2015** (839,21 lei în 2016 și 1.008,46 lei în 2015).

Care este, cu aproximație, suma pe care o veți aloca în perioada Crăciunului și Revelionului pentru excursii / călătorii?

(Sume medii - Lei)

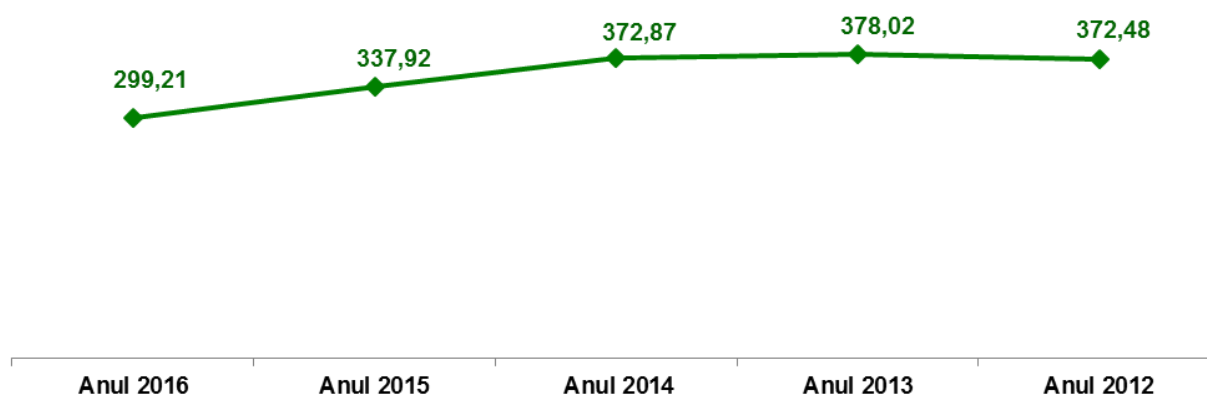
(ORAȘE MARI +100.000 locuitori)

- ANALIZĂ COMPARATIVĂ 2012 - 2016 -



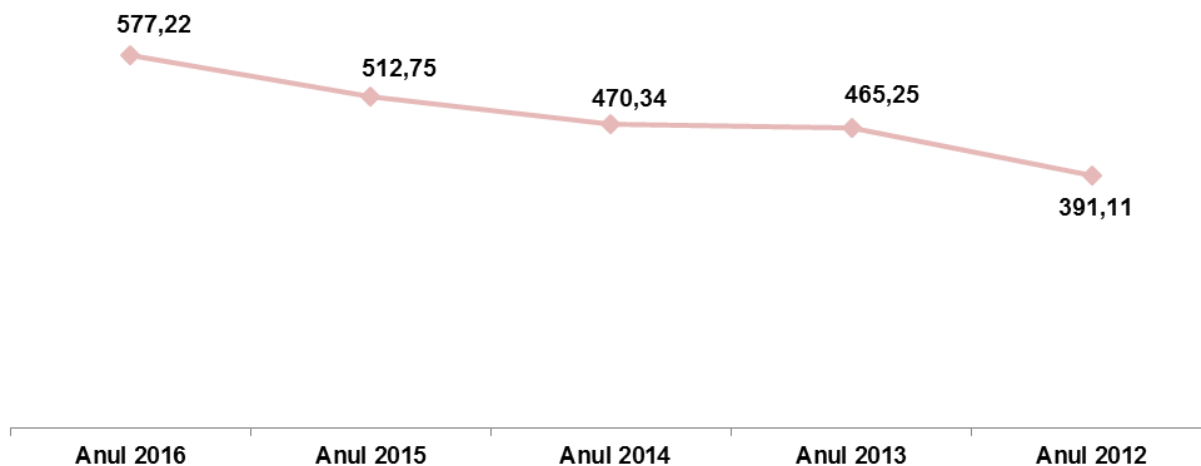
Nici în ceea ce privește **ieșirile la restaurant / în oraș**, locuitorii orașelor mari (+100.000 locuitori) nu și-au mărit bugetul față de anul precedent (299,21 lei buget mediu în 2016, față de 337,92 lei în 2015).

**Care este, cu aproximație, suma pe care o veți aloca în perioada Crăciunului și Revelionului pentru ieșiri la restaurant / în oraș?**  
(Sume medii - Lei)  
(ORAȘE MARI +100.000 locuitori)  
- ANALIZĂ COMPARATIVĂ 2012 - 2016 -



În ceea ce privește **bugetul alocat cadourilor**, putem observa că de la an la an suma alocată de cei din orașele mari (+100.000 locuitori) este în creștere (577,22 lei în 2016, respectiv 512,75 lei în 2015).

**Care este, cu aproximație, suma pe care o veți aloca în perioada Crăciunului și Revelionului pentru CADOURI?**  
(Sume medii - Lei)  
(ORAȘE MARI +100.000 locuitori)  
- ANALIZĂ COMPARATIVĂ 2012 - 2016 -



Și anul acesta procentul celor care intenționează să ofere cadouri de Sărbătorile de Iarnă (*Crăciun și Revelion*) se menține la **peste 90.0%**.

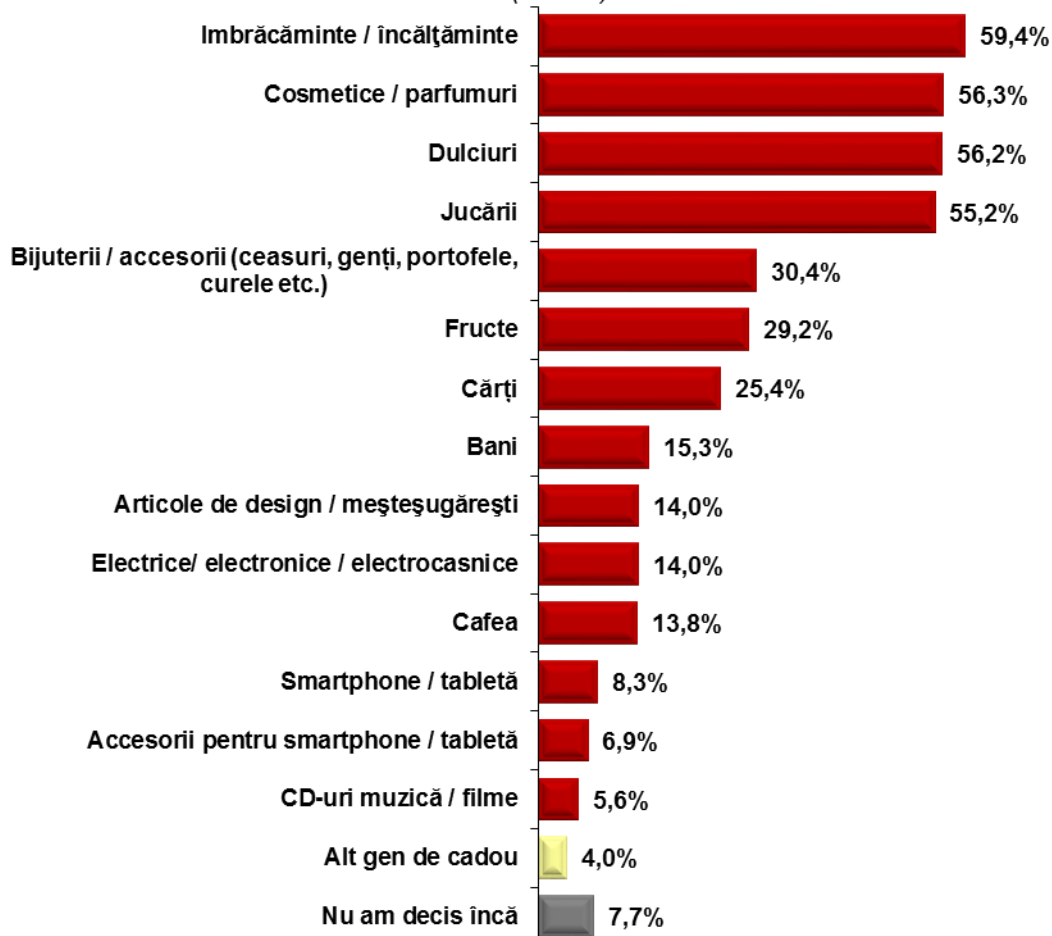
Cele mai căutate produse, pentru a fi oferite celor dragi de Sărbători, sunt **articolele de îmbrăcăminte / încălțăminte**. Alte cadouri populare vor fi **cosmeticele / parfumurile, dulciurile și jucăriile**. Cei care se vor bucura de aceste cadouri vor fi, în special, membri ai familiei: soț / soție, partener(ă), copii etc.

**Ce gen de cadouri veți oferi anul acesta cu ocazia Sărbătorilor de Iarnă (Crăciun, Revelion)?**

- MEDIUL URBAN (ORAȘE MARI, MIJLOCII & MICI) -

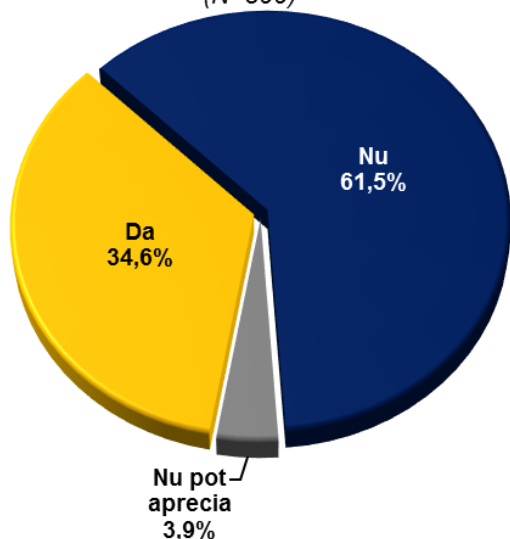
- întrebare cu răspuns multiplu -

(N=737)

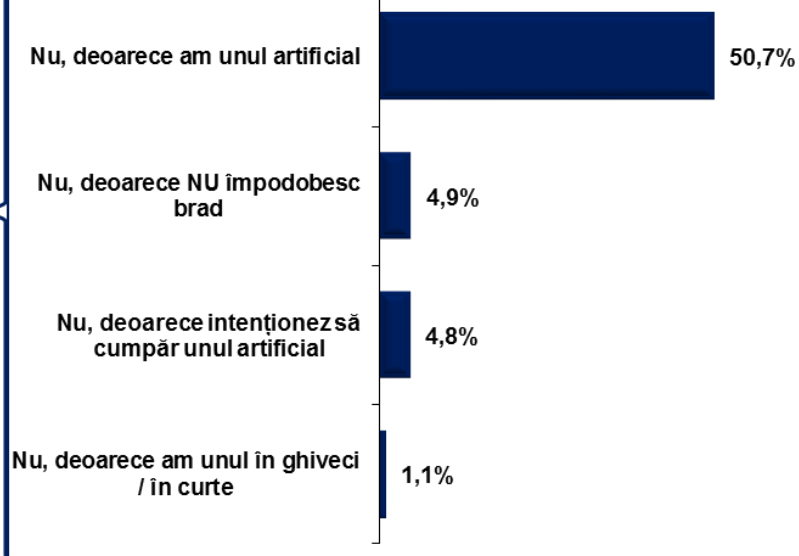


Anul acesta, **puțin peste o treime dintre respondenții** din mediul urban (*orașe mici, mijlocii și mari*) și-au exprimat **intenția de a cumpăra brad natural de Crăciun**. Cei mai mulți dintre respondenți (**50.7%**) dețin deja un brad artificial, în timp ce **aproape 5.0% nu vor împodobi brad anul acesta**.

În acest an veți cumpăra BRAD NATURAL DE CRĂCIUN?  
 - MEDIUL URBAN (ORAȘE MARI, MIJLOCII & MICI) -  
 (N=800)

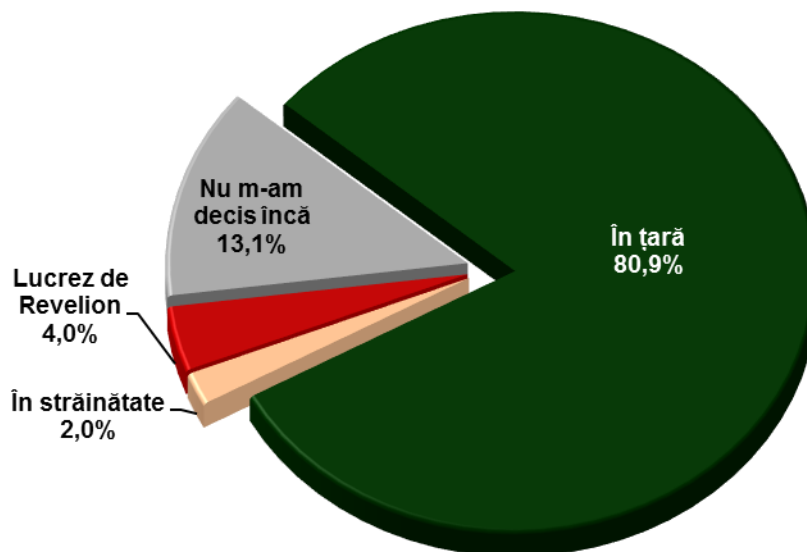


În acest an veți cumpăra BRAD NATURAL DE CRĂCIUN?  
 - MEDIUL URBAN (ORAȘE MARI, MIJLOCII & MICI) -  
 (N=800)



În ceea ce privește Revelionul 2017, **80,9%** dintre respondenți intenționează **să-l petreacă în țară**, în timp ce numai **2,0%** vor **pleca în străinătate**, iar **4,0%** dintre locuitorii din urban **urmând să lucreze de Revelion**.

**Unde intenționați să petreceți Revelionul anul acesta?**  
- MEDIUL URBAN (ORAȘE MARI, MIJLOCII & MICI) -  
(N=800)



Dintre cei care vor rămâne în țară de Revelion, **78,3%** vor **petrece alături de familie / prieteni**, în propriile locuințe sau ale prietenilor, **11,4%** vor **merge la un restaurant / club**, în timp ce **8,0%** vor **petrece într-o stațiune montană / balneară din România**.

Procentul celor care vor ieși **în aer liber** (în Piața Centrală / Piața Universității etc.) la trecerea dintre ani este de **2,3%**.

\*\*\*

Studiul a fost realizat pe un **eșantion reprezentativ la nivel național urban** (orașe mici – sub 30.000 locuitori, orașe mijlocii – 30.000-100.000 locuitori, orașe mari – peste 100.000 locuitori) în perioada **23 – 28 noiembrie 2016**.

Au fost intervievate prin metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) 800 de persoane cu vârsta cuprinsă în intervalul 18 – 65 ani. Marja de eroare a studiului este de  $\pm 3,46\%$ .

\*\*\*

### **Notă pentru editori**

*MEDNET Marketing Research Center activează în domeniul cercetării de piață din anul 2000 și reunește unii dintre cei mai buni specialiști în domeniile cercetării de piață și statisticii. Beneficiind de bogata experiență individuală a membrilor săi (peste 20 ani experiență în domeniu), MEDNET Marketing Research Center își propune în primul rând să ofere servicii de o calitate ireproșabilă clienților săi și să adapteze continuu instrumentele specifice cercetării de piață la cerințele actuale ale economiei românești. MEDNET Marketing Research Center este membru al ESOMAR (The World Association for Research Professionals) și SORMA (Societatea Română de Marketing și Cercetarea Opiniei Publice).*

Persoana de contact MEDNET Marketing Research Center:

**Camelia Tarău**

Development Manager

0740076027

0212240677

camelia.tarau@romednet.com