

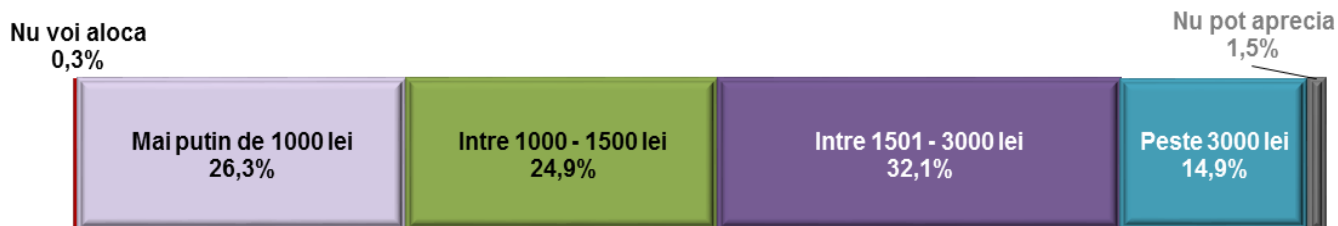
Comunicat de presă

București, 19 Decembrie 2017

BUGETUL ALOCAT SĂRBĂTORILOR DE IARNĂ ESTE DE 1.717 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 **Sărbătorile din acest an** este estimat la **1.717 lei**.

Astfel, mai mult de jumătate dintre locuitorii din urban vor cheltui sume între 1.000 și 3.000 lei pentru Crăciun și Revelion, în timp ce 26,3% dintre aceștia vor aloca 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?

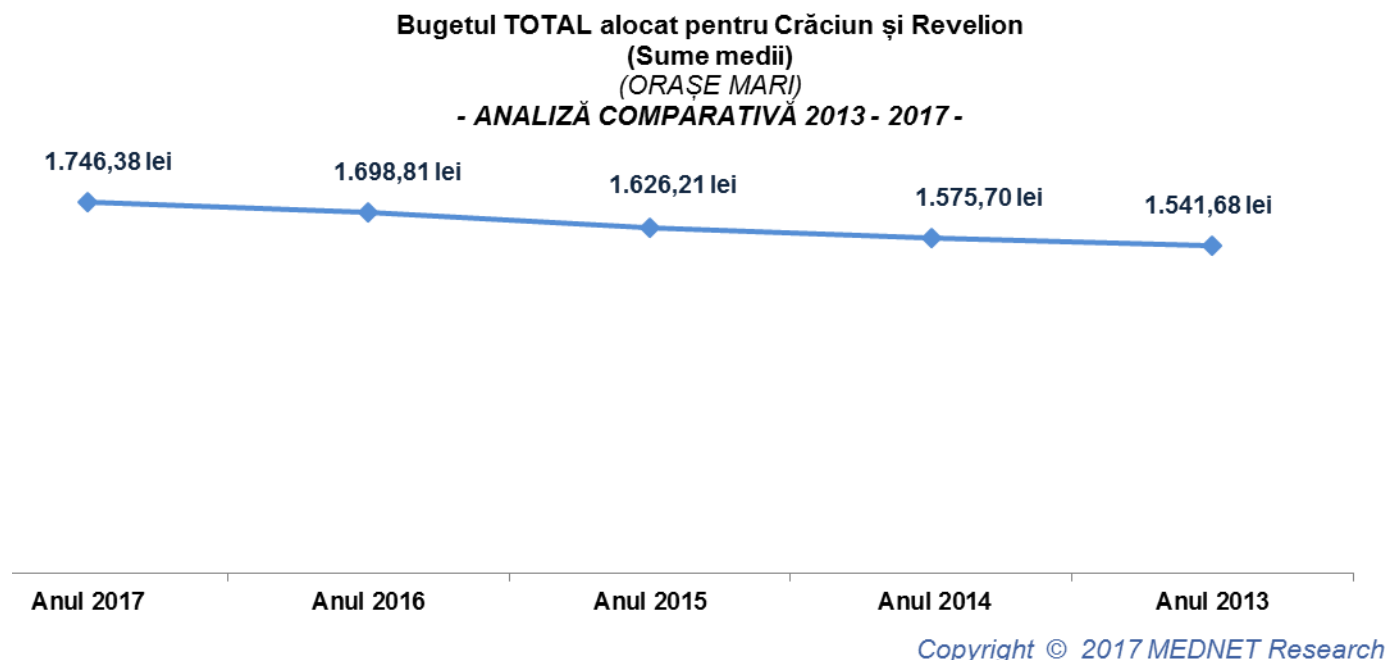
Copyright © 2017 MEDNET Research

O parte semnificativă a bugetului pentru Sărbătorile de Iarnă va fi destinată cumpărării **produselor alimentare și nealimentare**. Astfel, locuitorii din urban vor cheltui, **în medie**, pentru **produsele alimentare** (carne, cozonac etc.) **685 lei**, iar pentru **cele nealimentare** (haine, încălțăminte, cosmetice, ornamente etc.) **457 lei**.

Nici cadourile nu sunt neglijate, repondenții estimând că vor cumpăra **cadouri** de aproximativ **611 lei**.

De asemenea, cei care au ales să petreacă această perioadă **călătorind** vor plăti aproximativ **819 lei**, iar pentru **ieșile la restaurant / în oraș** suma medie alocată va fi **300 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 **1.746 lei**.

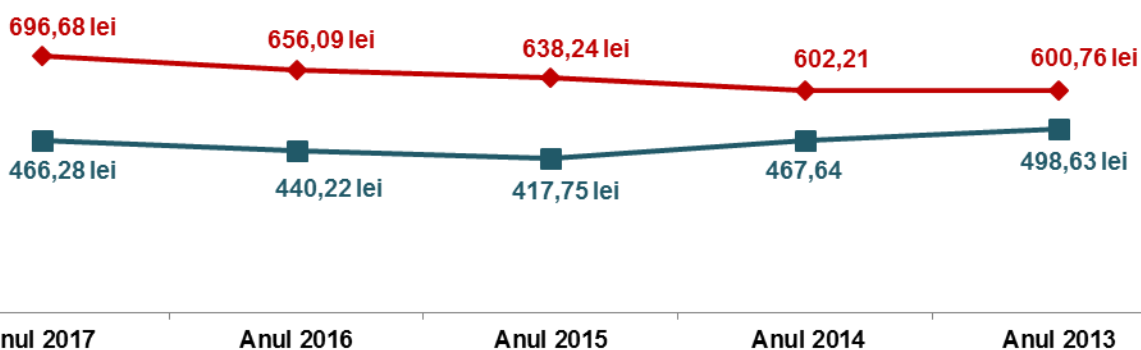


Dacă în anul 2016 locuitorii orașelor mari intenționau să cheltuiască, în medie, **656 lei pe alimente**, în **2017 bugetul mediu** a înregistrat o ușoară creștere, ajungând la **697 lei**.

Același trend crescător se menține și la **produsele nealimentare** (*îmbrăcăminte, încălțăminte, ornamente, cosmetice etc.*), suma alocată pentru astfel de cumpărături de către locuitorii orașelor mari fiind de **466 lei**.

**Bugetul mediu alocat de Crăciun și Revelion
pentru produse alimentare și nealimentare
(Sume medii)
(ORAȘE MARI)
- ANALIZĂ COMPARATIVĂ 2013 - 2017 -**

- ◆ **PRODUSE ALIMENTARE** (carne, cozonac etc.)
- **PRODUSE NEALIMENTARE** (haine, încălțăminte, ornamente, cosmetice etc.)

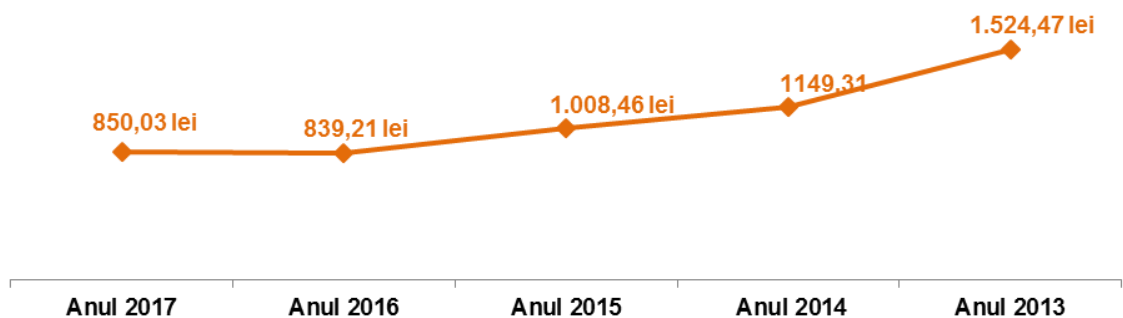


Copyright © 2017 MEDNET Research

Dintre produsele pe care și le-ar dori în această perioadă, dar nu și le permit, cele mai menționate de către respondenți au fost din categoria **IT & Gadget-uri** (*laptop, telefon, tabletă etc.*) (**32.9%**) și **Electronice / Electrocasnice** (**21.1%**). De asemenea, există și persoane care, de sărbători, și-ar dori produse alimentare precum carne sau produse din carne ori cozonac, dar nu au bani pentru asta.

În orașele mari, cei care vor pleca de sărbători în excursii / călătorii, sunt dispuși să aloce un **buget comparabil cu cel din 2016** (*850,03 lei în 2017 comparativ cu 839,21 lei în 2016*).

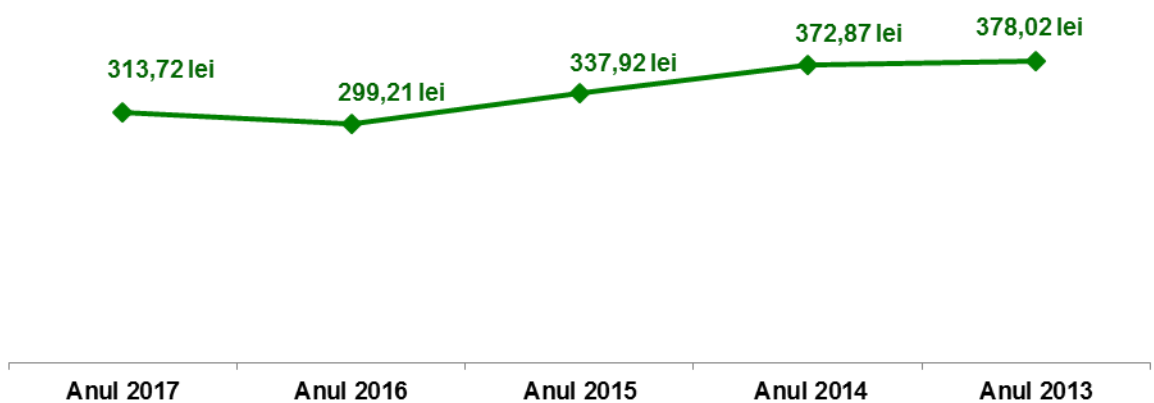
**Bugetul alocat pentru de Crăciun și Revelion pentru excursii / călătorii
(Sume medii)
(ORAȘE MARI)
- ANALIZĂ COMPARATIVĂ 2013 - 2017 -**



Copyright © 2017 MEDNET Research

Nici pentru **ieșirile la restaurant / în oraș**, locuitorii orașelor mari (+100.000 locuitori) nu și-au mărit considerabil bugetul față de anul precedent (*313,72 buget mediu în 2017 față de 299,21 lei buget mediu în 2016*).

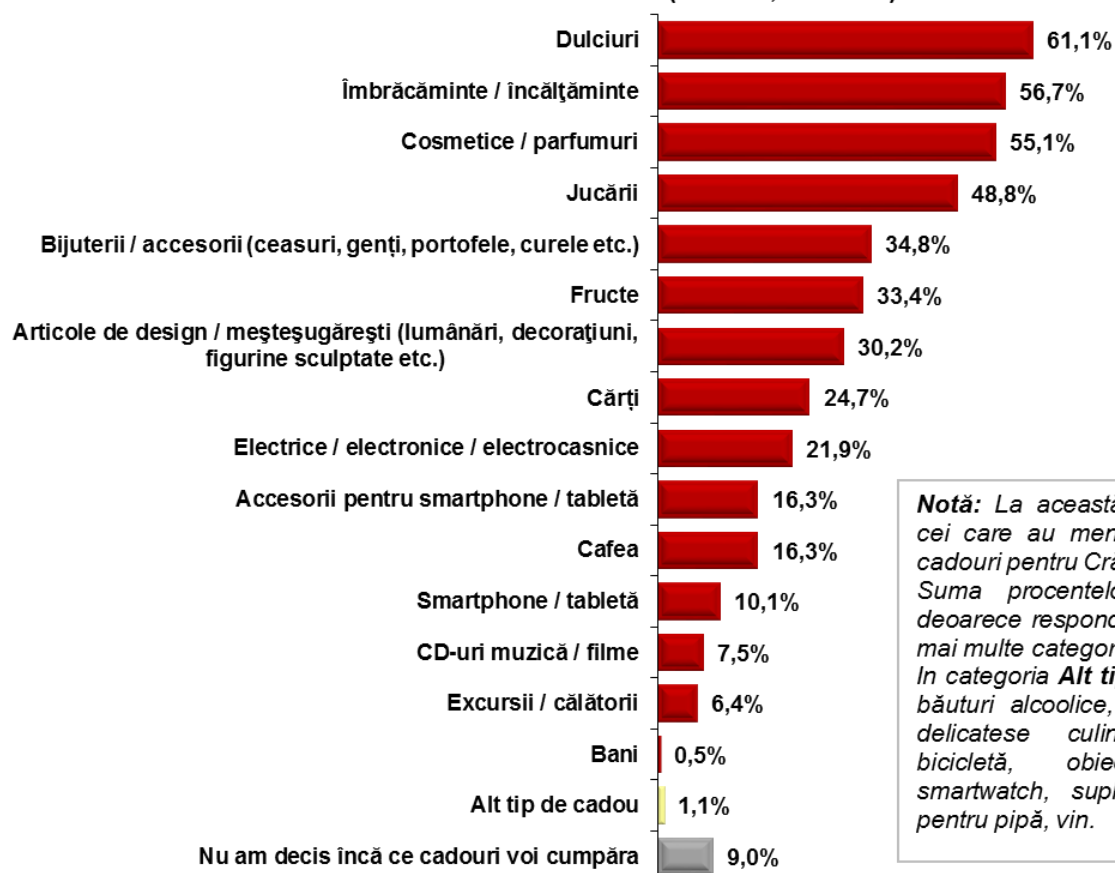
**Bugetul alocat în perioada Crăciunului și Revelionului
pentru ieșiri la restaurant / în oraș
(Sume medii)
(ORAȘE MARI)
- ANALIZĂ COMPARATIVĂ 2013 - 2017-**



Copyright © 2017 MEDNET Research

Și anul acesta procentul celor care intenționează să ofere cadouri de Sărbători (*Crăciun și Revelion*) **depășește 90%**, cele mai căutate produse fiind **dulciurile, articolele de îmbrăcăminte / încălțăminte** sau **cosmetice / parfumuri**. Cei care se vor bucura de aceste cadouri vor fi, în special, membri ai familiei.

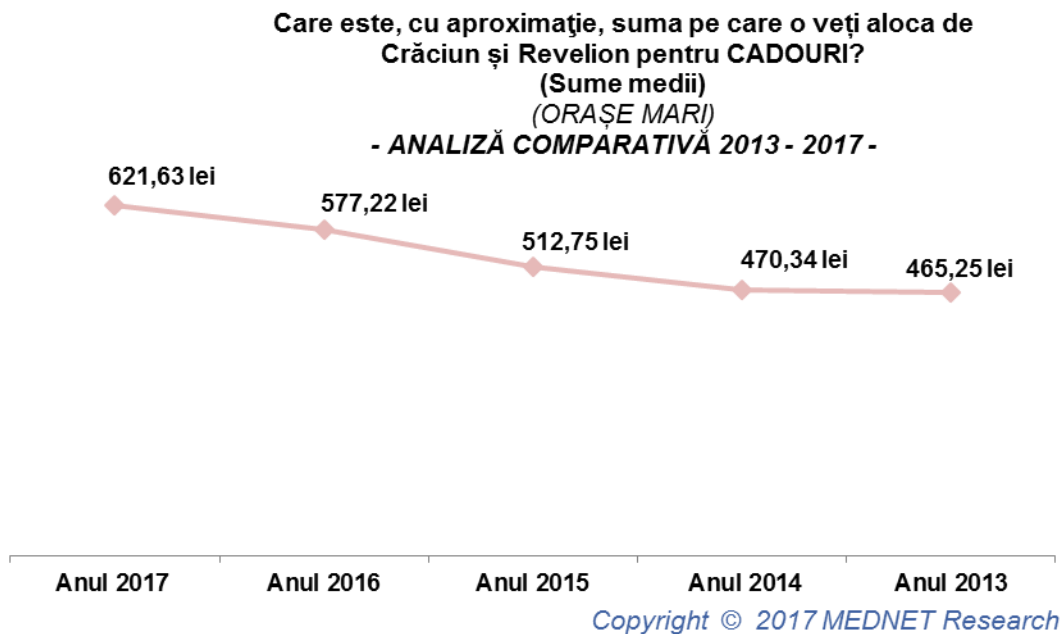
Ce tip de cadouri veți oferi anul acesta, cu ocazia Sărbătorilor de Iarnă (Crăciun, Revelion)?



Notă: La această întrebare au răspuns cei care au menționat că vor cumpăra cadouri pentru Crăciun și Revelion. Suma procentelor diferă de 100,0% deoarece respondenții au putut menționa mai multe categorii de cadouri. În categoria **Alt tip de cadou** am inclus: băuturi alcoolice, băuturi fine, bicicletă, delicatose culinare, mâncare eco, bicicletă, obiecte pentru casă, smartwatch, suplimente nutritive, tutun pentru pipă, vin.

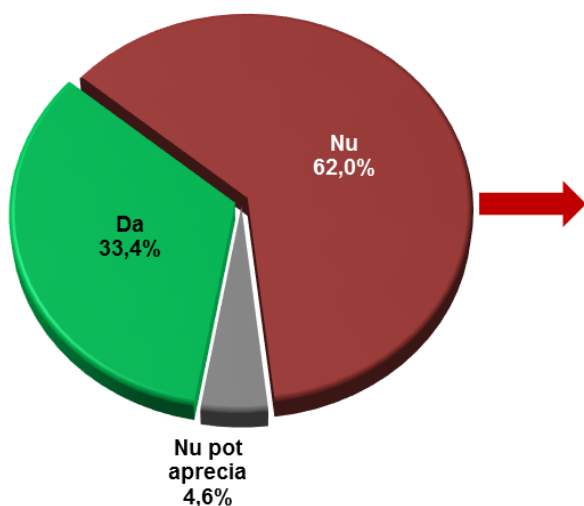
Copyright © 2017 MEDNET Research

În ceea ce privește **bugetul pentru cadouri**, putem observa că suma alocată de respondenții din orașele mari (+100.000 locuitori) este în creștere de la an la an (621,63 lei în 2017 față de 577,22 lei în 2016).

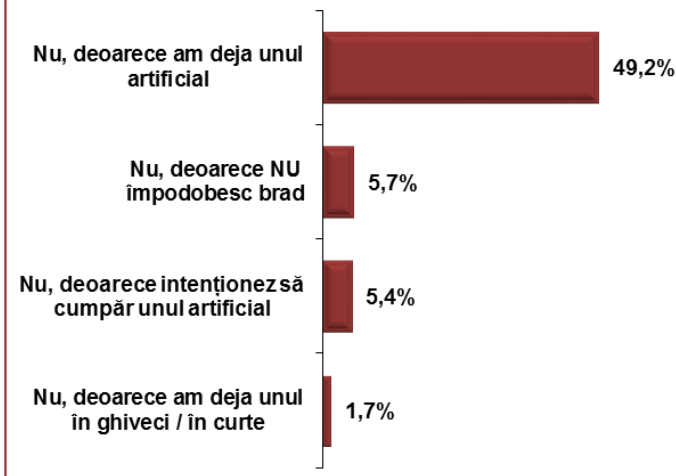


Anul acesta, puțin peste o treime dintre respondenții din mediul urban și-au exprimat intenția de a cumpăra un brad natural de Crăciun. Cei mai mulți dintre respondenți (49.2%) au deja unul artificial, în timp ce alți 5.7% nu vor împodobi bradul.

În acest an, veți cumpăra BRAD NATURAL DE CRĂCIUN?



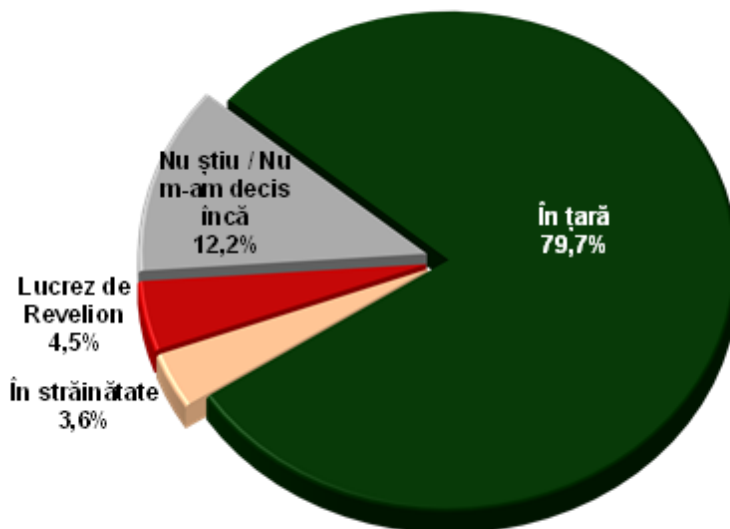
În acest an, veți cumpăra BRAD NATURAL DE CRĂCIUN?



Copyright © 2017 MEDNET Research

În ceea ce privește Revelionul 2018, 79,7% dintre respondenți intenționează să-l petreacă în țară, în timp ce numai 3,6% vor pleca în străinătate.

Unde intenționați să petreceți Revelionul anul acesta?



Copyright © 2017 MEDNET Research

Dintre cei care vor rămâne în țară de Revelion, **75,6% vor petrece alături de familie / prieteni**, în propriile locuințe sau ale prietenilor, **11,7% vor merge într-o stațiune**, în timp ce **9.1% vor întâmpina noul an într-un club sau restaurant**. Procentul celor care vor ieși în aer liber (în centrul orașului / Piața Centrală / Piața Universității etc.) la trecerea dintre ani este de **3,6%**.

Studiul a fost realizat online 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 **24 – 29 noiembrie 2017**.

Au fost intervievate prin metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) 882 persoane cu vârsta cuprinsă în intervalul 18 – 65 ani. Marja de eroare a studiului este de $\pm 3,30\%$.

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. 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