

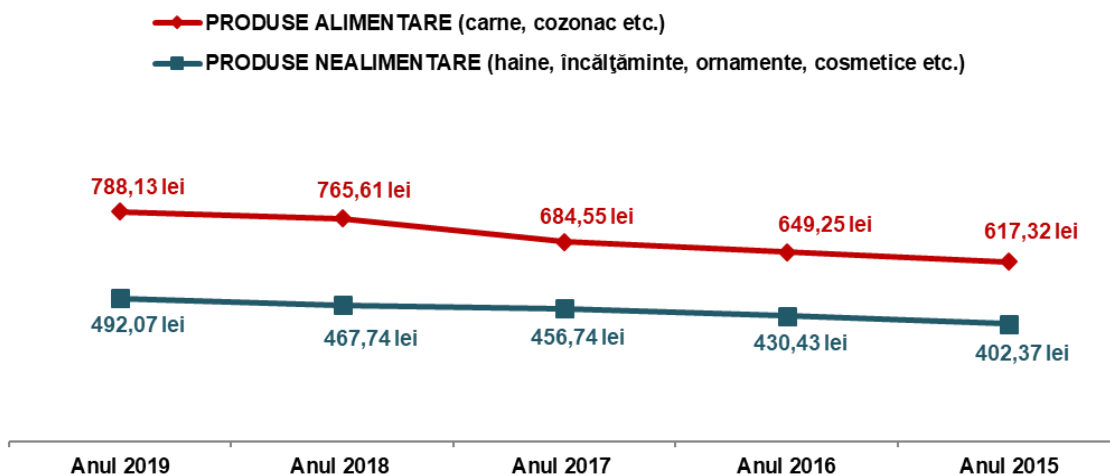
Comunicat de presă

București, 19 Decembrie 2019

MAI MULȚI BANI ALOCAȚI PENTRU SĂRBĂTORILE DE IARNĂ, FAȚĂ DE 2018

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), o parte semnificativă a bugetului pentru Sărbătorile de iarnă este destinată cumpărării **produselor alimentare și nealimentare**. Astfel, bugetul alocat **produselor alimentare** (carne, cozonac etc.) este, în medie, **788,13 lei**, iar pentru **produse nealimentare** (haine, încălțăminte, cosmetice, ornamente etc.) **492,07 lei**.

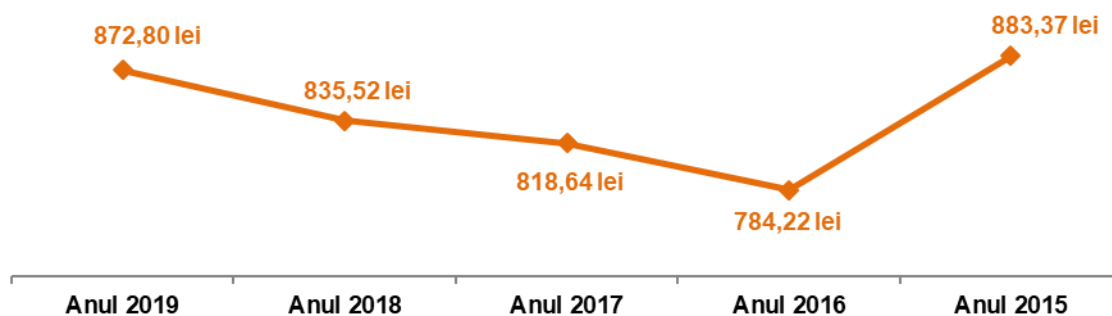
Bugetul mediu alocat de Crăciun și Revelion pentru PRODUSE ALIMENTARE și NEALIMENTARE (Sume medii)



Copyright © 2019 MEDNET Research

Persoanele care vor pleca de sărbători în excursii sau călătorii au alocat un **buget mai mare decât anul trecut** (872,80 lei în 2019 comparativ cu 835,52 lei în 2018).

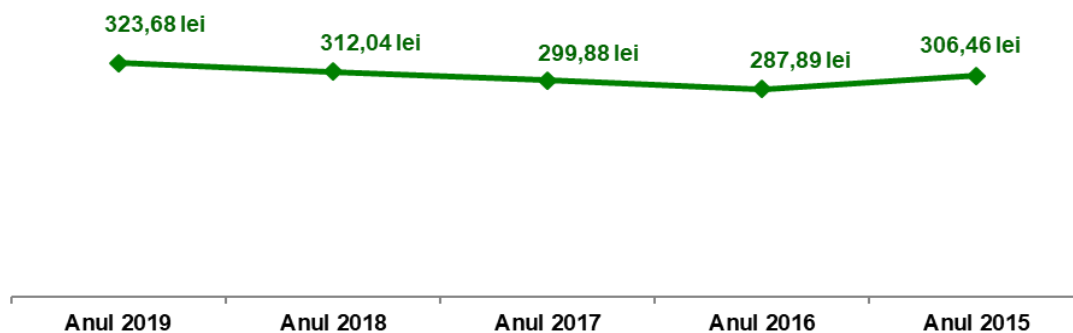
Bugetul alocat pentru de Crăciun și Revelion pentru EXCURSII / CĂLĂTORII
(Sume medii)



Copyright © 2019 MEDNET Research

De asemenea, și pentru **ieșirile la restaurant / în oraș** respondenții estimează că vor cheltui ceva mai mult decât în aceeași perioadă a anului trecut (323,68 lei în 2019 față de 312,04 lei în 2018).

Bugetul alocat în perioada Crăciunului și Revelionului pentru IEȘIRI LA RESTAURANT / ÎN ORAȘ
(Sume medii)

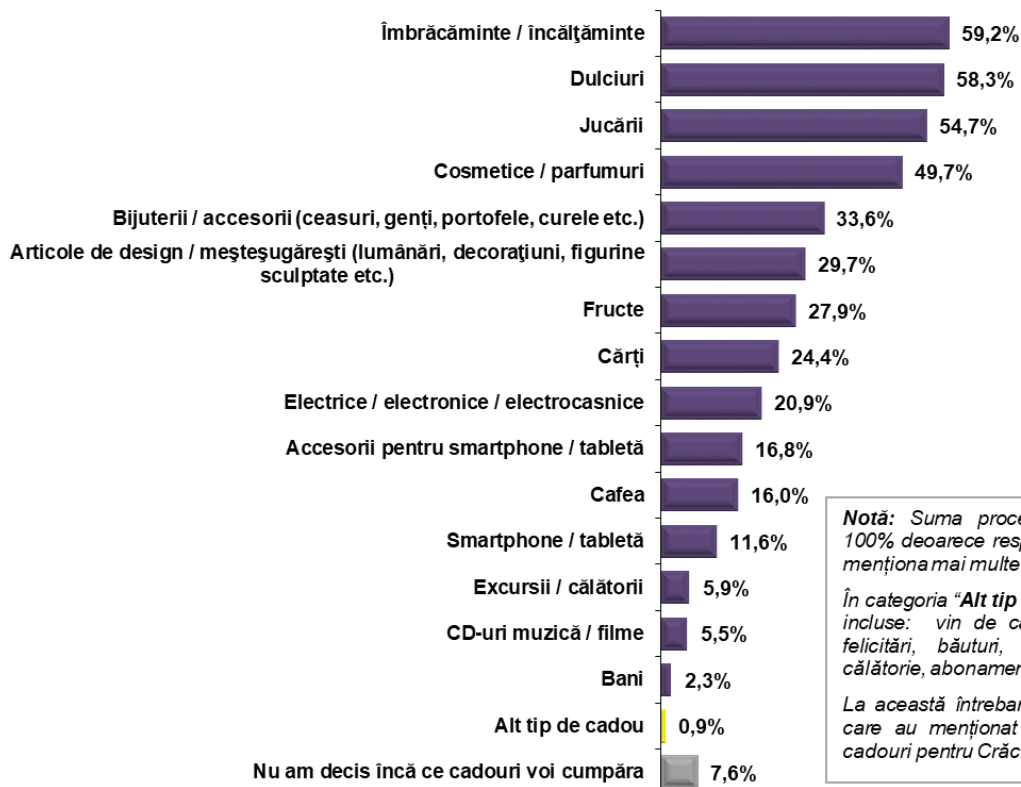


Copyright © 2019 MEDNET Research

Procentul celor care intenționează anul acesta să ofere cadouri de Sărbători (*Crăciun și Revelion*) este **93,7%**, cele mai căutate produse fiind **articolele de îmbrăcăminte / încălțăminte, dulciurile și jucăriile**. Cei care vor primi aceste cadouri sunt, cel mai adesea, membrii familiei.

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

- întrebare cu răspuns multiplu -
(N=750)



Notă: Suma procentelor diferă de 100% deoarece respondenții au putut menționa mai multe tipuri de cadouri.

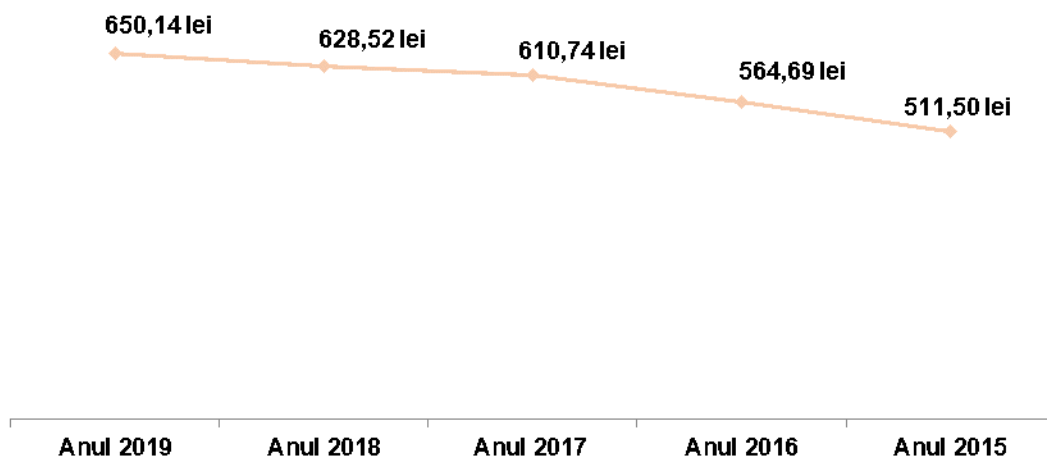
În categoria "Alt tip de cadou" au fost incluse: vin de calitate, șampanie, felicitări, băuturi, accesorii pentru călătorie, abonament sală.

La această întrebare au răspuns cei care au menționat că vor cumpăra cadouri pentru Crăciun și Revelion.

Copyright © 2019 MEDNET Research

În ceea ce privește **bugetul pentru cadouri**, suma alocată de respondenți este în creștere de la an la an (650,14 lei în 2019 față de 628,52 lei în 2018), creșterea fiind însă explicată de creșterea prețurilor.

**Care este, cu aproximație, suma pe care o veți aloca de
Crăciun și Revelion pentru CADOURI?
(Sume medii)**



Copyright © 2019 MEDNET Research

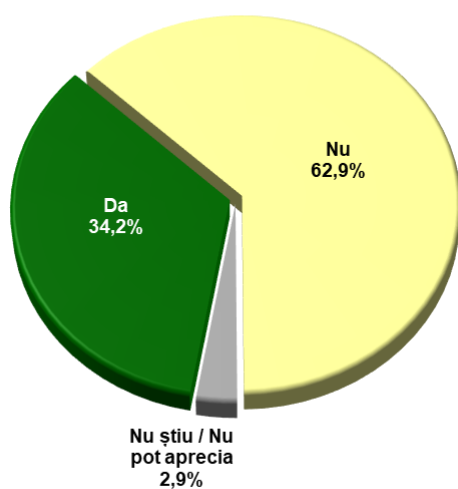
Anul acesta, 26,0% dintre respondenți au declarat că își doresc de sărbători lucruri pe care nu și le pot permite. Dintre produsele non-alimentare pe care și le-ar dori în această perioadă, dar nu și le permit (situație întâlnită în cazul a 21,7% dintre intervievați), cele mai menționate au fost din categoria **IT & Gadget-uri** (*laptop, telefon, tabletă etc.*) și **Electronice / Electrocasnice**.

De asemenea, există și persoane care de sărbători își doresc **produse alimentare** precum **carne** (în special de porc) / **produse din carne ori cozonac**, dar nu își permit să cumpere (4,3%).

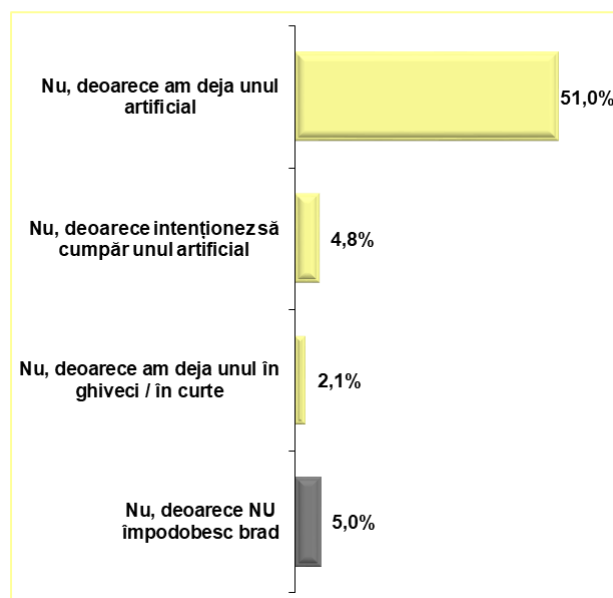
Ca și anul trecut, **puțin peste o treime dintre respondenții** din mediul urban și-au exprimat **intenția de a cumpăra un brad natural de Crăciun**.

Jumătate dintre persoanele care nu vor cumpăra un brad natural își motivează decizia prin faptul că **au deja unul artificial**, în timp ce alți **5,0% nu vor împodobii brad**.

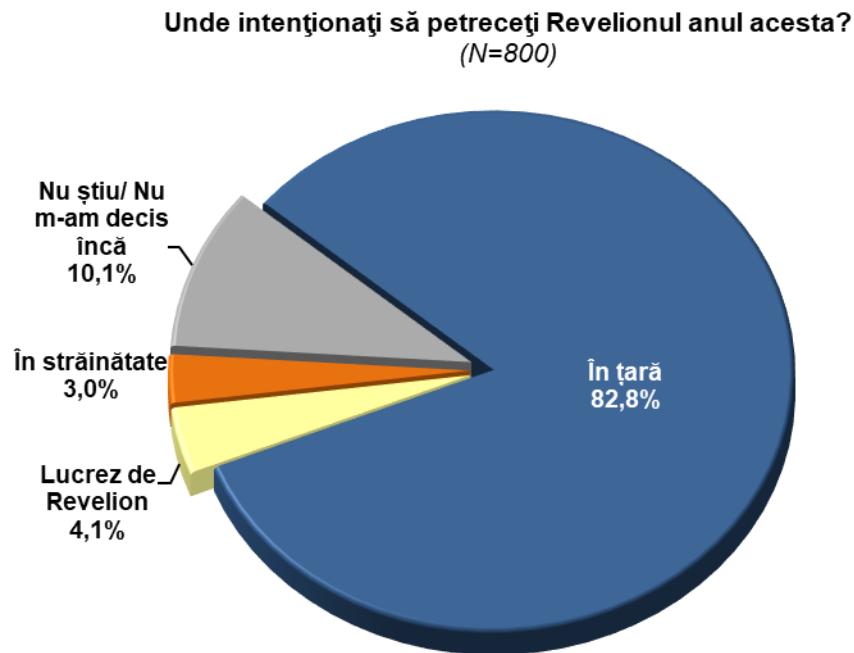
În acest an, veți cumpăra BRAD NATURAL DE CRĂCIUN?
(N=800)



Copyright © 2019 MEDNET Research



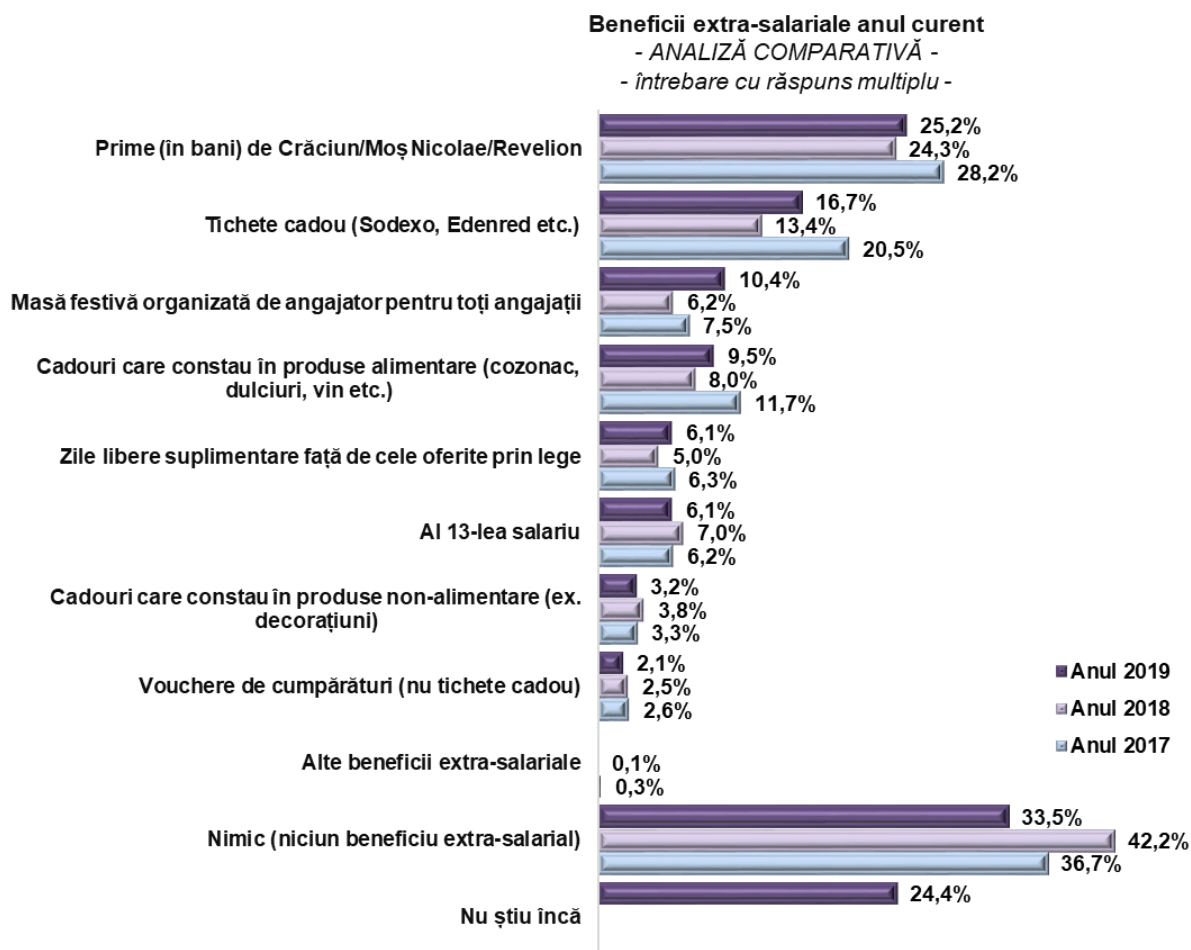
În ceea ce privește Revelionul 2020, **82,8%** dintre respondenți intenționează **să-l petreacă în țară**, iar **3,0%** vor pleca în străinătate.



Copyright © 2019 MEDNET Research

Dintre cei care vor rămâne în țară de Revelion, **cei mai mulți (82,5%) vor sărbători alături de familie ori prieteni**, în propriile locuințe sau ale prietenilor, **7,7% au optat pentru o stațiune montană sau balneară**, în timp ce **6,6% vor întâmpina noul an într-un club sau restaurant**, iar **3,2%** vor ieși în centrul orașului / Piața Centrală / Piața Universității etc.

În privința beneficiilor extra-salariale, **peste jumătate dintre angajați știu deja sau se așteaptă că nu vor primi niciun beneficiu.** Cele mai frecvente beneficii extra-salariale în acest an sunt: **prime** (pentru 25,2% dintre angajați), **tichetele cadou** (16,7%), **masa festivă** organizată de angajator (10,4%) sau **cadouri** în produse alimentare (9,5%).



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 **28 noiembrie – 2 decembrie 2019**.

Au fost intervievate prin metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) 800 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 din acest domeniu. 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:

Mariana Năsăudean

0747580187

mariana.nasaudean@romednet.com