

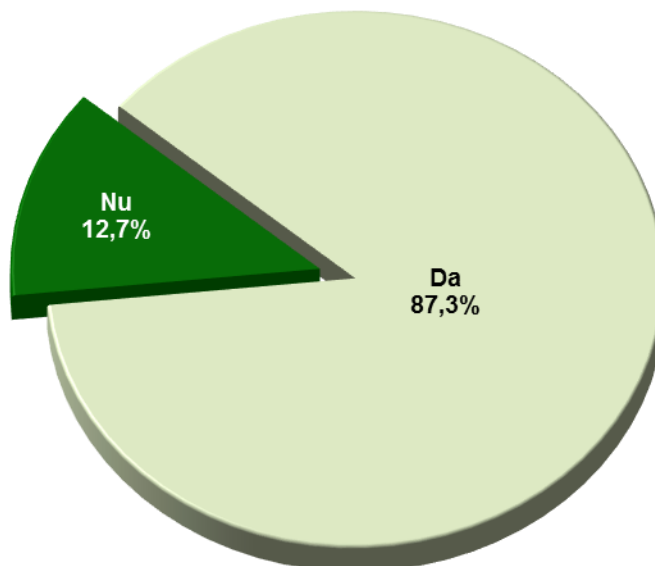
Comunicat de presă

București, 4 Decembrie 2018

**SUMA ESTIMATĂ A FI CHELTUITĂ PENTRU CADOURILE DE MOȘ NICOLAE
ESTE DE APROXIMATIV 350 LEI**

Conform datelor celui mai recent studiu de piață realizat de către MEDNET Marketing Research Center, **87,3% dintre persoanele din mediul urban intenționează să cumpere cadouri de Moș Nicolae pentru cei dragi.**

În acest an, intenționați să cumpărați CADOURI de Moș Nicolae?
(N=812)

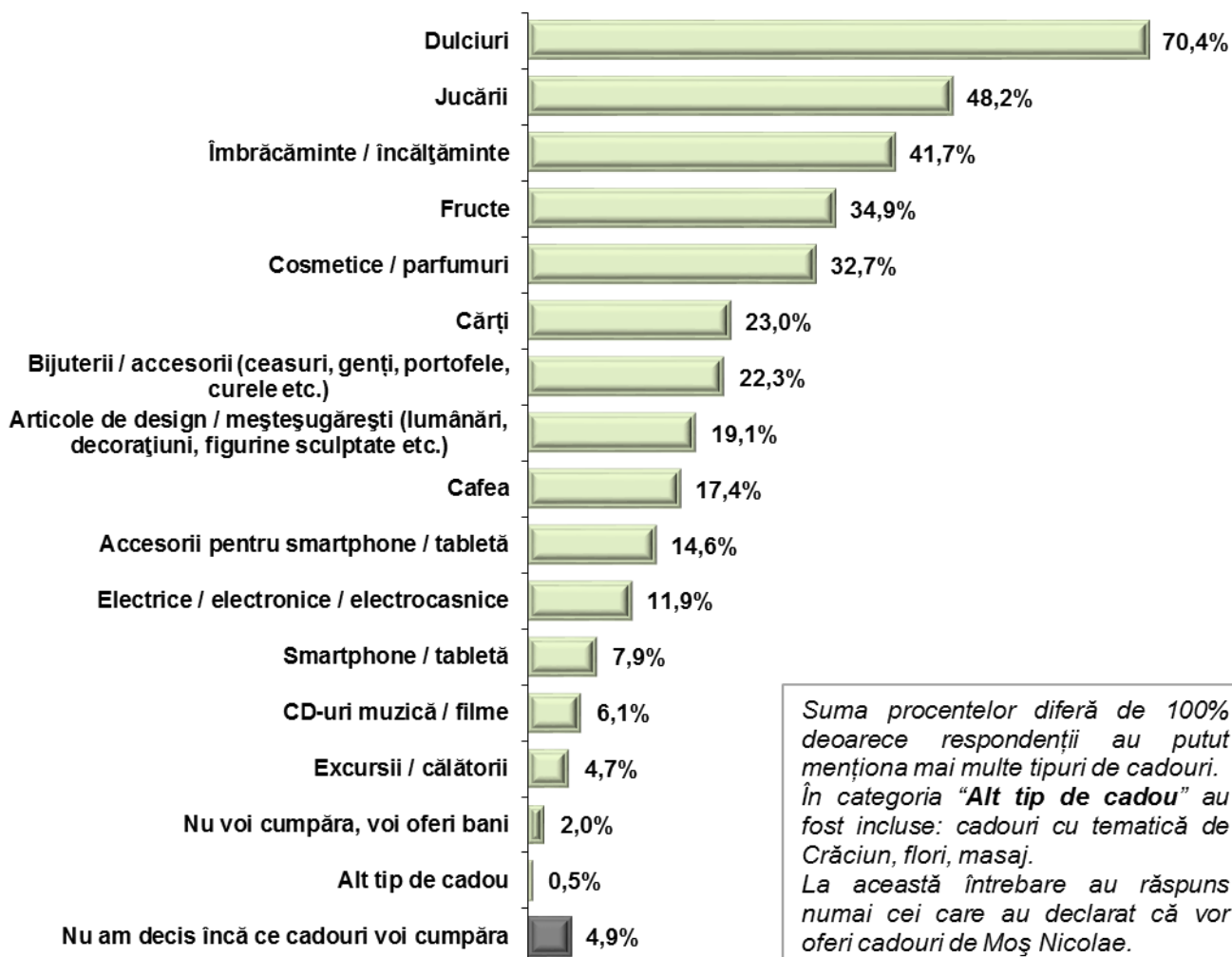


Menționăm faptul că, de-a lungul ultimilor 4 ani (2015-2018), procentul celor care sunt darnici cu ocazia primului moș din decembrie este constant.

De asemenea, și în acest an, cadourile preferate rămân **dulciurile** (70,4%), urmate de **jucării** (48,2%) și de articole de **îmbrăcăminte/încălțăminte** (41,7%). De asemenea, se vor oferi și fructe, cosmetice/parfumuri sau cărți. Pe lângă acestea, au mai fost menționate bijuterii și accesorii, articole

de design, accesorii pentru smartphone/tabletă sau chiar electronice și electrocasnice. Cei care nu au găsit cadoul potrivit, vor oferi și bani (2,0%).

Ce tip de CADOURI veți oferi anul acesta cu ocazia zilei de Moș Nicolae?
- întrebare cu răspuns multiplu -
(N=709)



Suma medie pe care respondenții o vor aloca pentru cadourile de Moș Nicolae este de **345,26 lei**. Și, cu toate că anul 2018 a adus creșteri salariale, în special în sectorul public, suma medie alocată cadourilor pe care le va aduce Moș Nicolae nu a crescut față de anul trecut (345,26 lei în 2018 versus 340,92 în 2017).

Mai mult decât atât, aproape jumătate dintre persoanele intervievate intenționează să cheltuiască cu această ocazie **între 100 și 250 lei**.

Care este suma pe care intenționați să o cheltuiți în acest an pentru CADOURILE oferite de Moș Nicolae?
(N=709)

Mai puțin de 100 lei
6,5%



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 **23 – 29 noiembrie 2018**.

Au fost intervievate prin metoda CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) 812 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:

Camelia Tarău

Development Manager

0740076027

camelia.tarau@romednet.com