

Bucuresti, 16 martie 2009

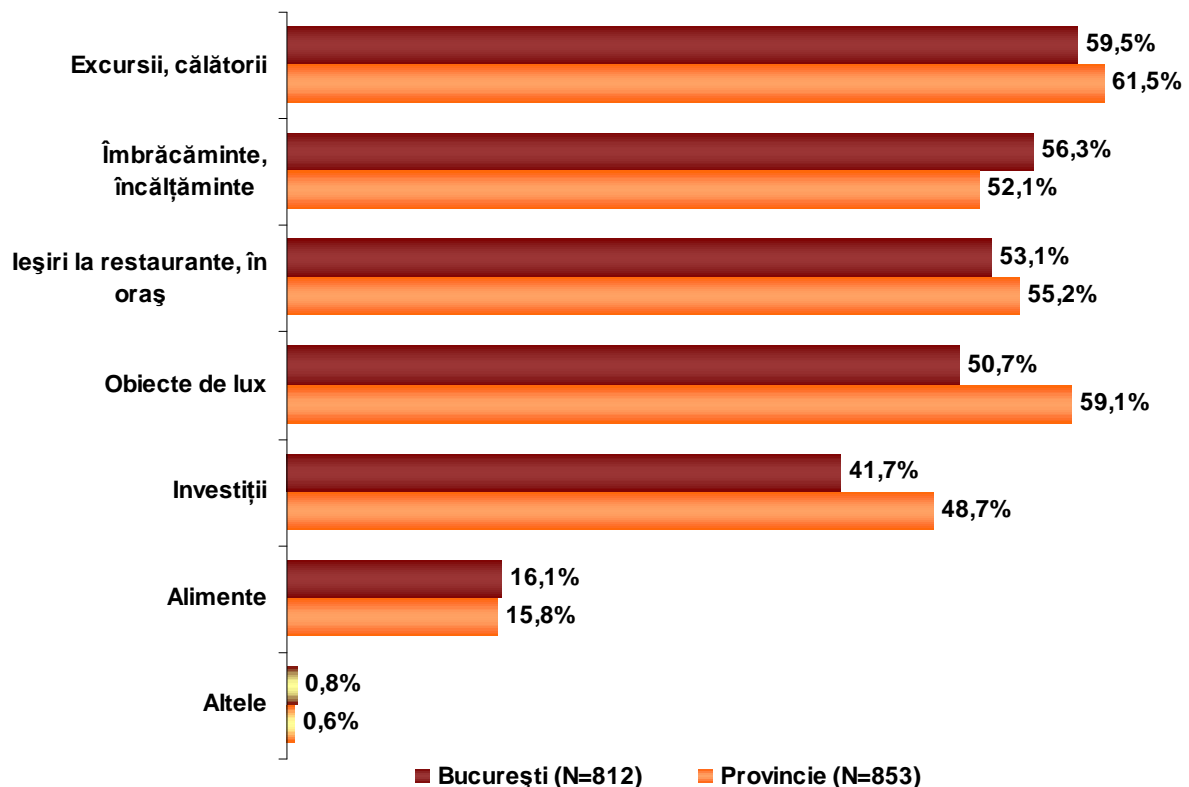
## LA CE RENUNȚĂ ROMÂNII PE TIMP DE CRIZĂ?

În cazul în care criza le-ar afecta veniturile, **60,9% dintre români ar reduce din bugetul alocat pentru excursii și călătorii, în vreme ce 56,6% ar renunța la obiectele de lux.** Ieșirile în oraș, hainele și investițiile sunt următoarele pe lista economisirii, pe ultimul loc aflându-se alimentele. Aceasta este una dintre concluziile unui recent studiu realizat de MEDNET Marketing Research Center în parteneriat cu Media XPRIMM, referitor la comportamentul de consum al românilor și modul în care acesta este modificat de criza mondială.

În ceea ce privește comportamentul de consum pe fondul crizei financiare, **mai mult de jumătate dintre români (50,6%) vor cumpăra aceleași produse ca până acum, dar în cantități mai mici, în timp ce 31,4% dintre persoanele intervievate susțin că nu își vor modifica comportamentul de consum.**

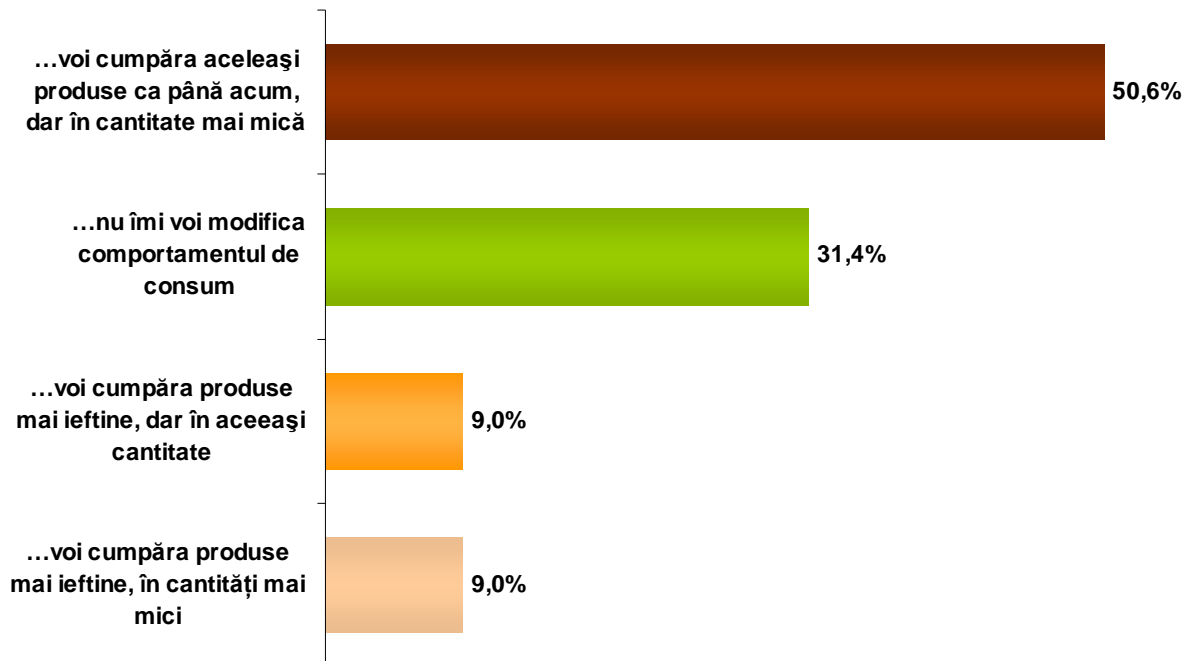
În cazul în care criza le-ar afecta veniturile, cei din provincie ar renunța în mai mare măsură (59,1%) la obiectele de lux decât cei din București care au înregistrat un procent de 50,7%.

În cazul în care criza v-ar afecta în mod direct veniturile, de unde ați economisi?  
- întrebare cu răspuns multiplu -

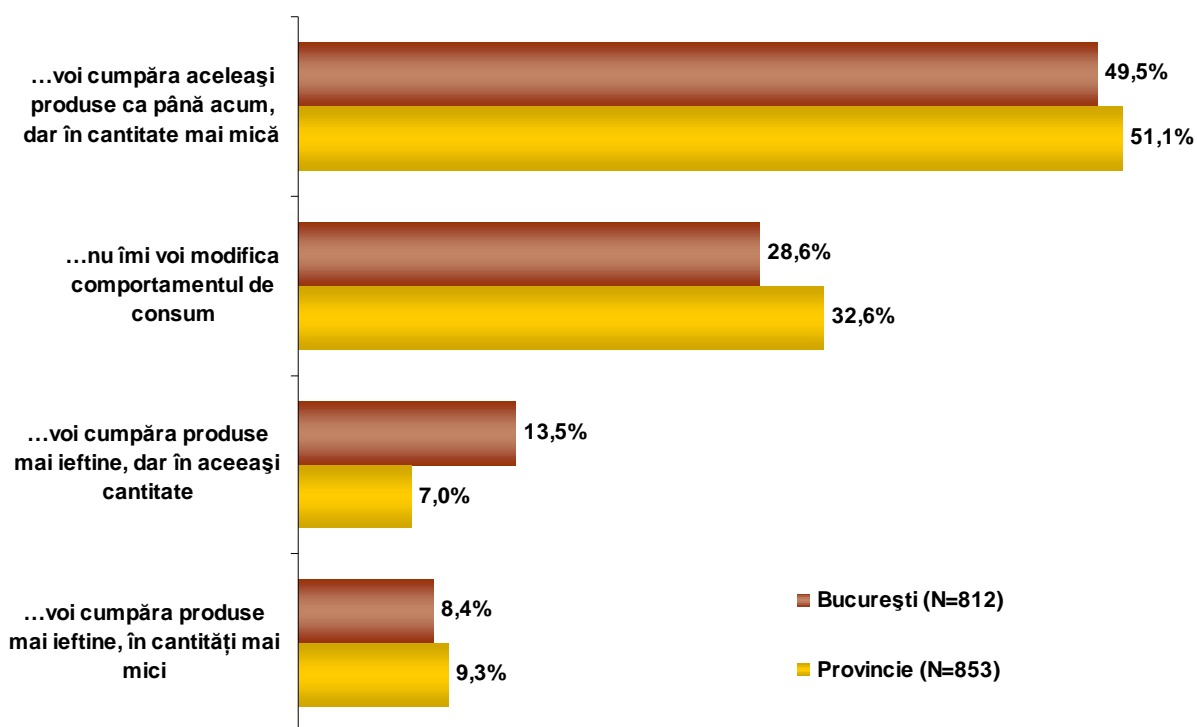


În privința comportamentelor de consum în perioadă de criză, românii au declarat:

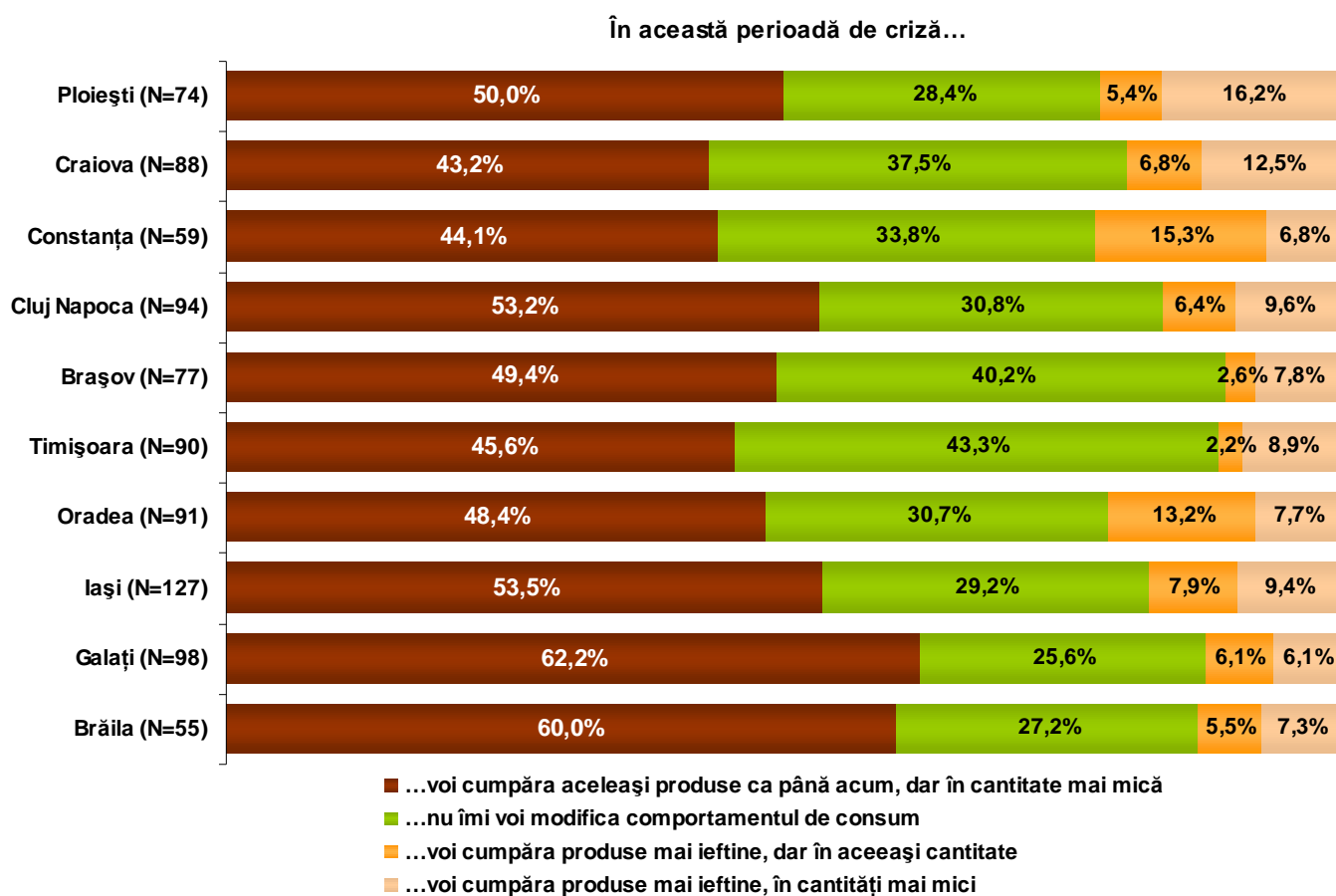
În această perioadă de criză...  
(N=2687)



În această perioadă de criză...



Gălățenii sunt cei mai hotărâți (62,2%) în ceea ce privește cumpărarea aceluiași produse ca până acum, dar în cantitate mai mică, urmați de brăileni cu 60,0%.



Studiul a fost realizat în perioada 28 ianuarie - 10 februarie 2009, prin intermediul interviurilor telefonice efectuate cu ajutorul sistemului NIPO CATI Software. Cercetarea s-a bazat pe două eșantioane de tip multistratificat, multistadial și probabilist: un eșantion de 812 persoane adulte (18 - 65 ani inclusiv) pentru București și un eșantion de 853 persoane adulte (18 - 65 ani inclusiv) pentru restul orașelor cu mai mult de 100.000 locuitori (Brăila, Brașov, Cluj-Napoca, Constanța, Craiova, Galați, Iași, Oradea, Ploiești și Timișoara).

###

#### Persoane de contact:

##### Oana NECULA

PR Executive  
Media XPRIMM  
0755 015 510  
oana.necula@mxp.ro

##### Camelia VILĂU

Development Coordinator  
MEDNET Marketing Research Center  
0740 076 027  
camelia.vilau@romednet.com

📌 *MEDNET Marketing Research Center este o companie românească privată, care reunește unii dintre cei mai buni specialiști cu o bogată experiență individuală (peste 17 ani) în domeniile cercetării de piață, statisticii și informaticii.*

📌 *MEDNET Marketing Research Center este membru al ESOMAR (The World Association for Research Professionals) și SORMA (Societatea Română de Marketing și Cercetarea Opiniei Publice).*

MediaXPRIMM *este un grup de presă și evenimente de specialitate al cărui principal obiectiv este promovarea piețelor de asigurări și de pensii private. Activitatea include și conexiunile acestor piețe cu celelalte componente ale piețelor financiare bancare și non-bancare, cu autoritățile, cu mediul economic, cu clienții și potențialii clienți.*

MediaXPRIMM *desfășoară și activități de relații publice, deținând un portofoliu de servicii și produse eficiente și originale adresate atât specialiștilor, cât și publicului.*