

Studiu Deloitte: Cheltuielile de sarbatori vor depași nivelurile pre-pandemice pentru prima data anul acesta, 72% dintre consumatori așteptându-se la prețuri mai mari



Cheltuielile de sarbatori vor depași nivelurile pre-pandemice pentru prima data anul acesta, înregistrând o creștere de 10% comparativ cu 2019 și de 14% față de 2022, în condițiile în care 72% dintre consumatori se așteapta la prețuri mai mari pentru produsele din categoriile alimente și bauturi (86%), îmbracaminte și accesorii (82%), electronice (80%), articole pentru casa (72%), jucarii (71%) și îngrijire personala (70%), potrivit studiului [Deloitte Holiday Retail Survey](#) 2023. În același timp, 56% dintre comercianți se așteapta la majorari ale prețurilor de sub 10%, iar 74% dintre ei mizeaza pe o creștere a vânzarilor de sarbatori.

Studiul arata ca bugetul mediu alocat de consumatori a fost suplimentat la \$1.652, în contextul majorarii inflației, dar cea mai mare parte din totalul cheltuielilor de sarbatori (68%) va fi efectuată de un grup restrâns de consumatori (27%), care vor alocă sume mai mari, de minimum \$2.146 pentru achiziționarea a zece cadouri, în comparație cu restul consumatorilor, care vor cumpara opt cadouri.

„Cel mai recent Eurobarometru arata ca majoritatea cetățenilor statelor membre UE au resimțit o scadere a nivelului de trai, indicând însă și o ușoară revenire a optimismului pe fondul scaderii inflației la nivelul UE de la 10,9% în 2022 la 4,9% în septembrie 2023. Din păcate, România se remarcă prin a doua cea mai mare rată anuală a inflației dintre statele membre, de 9,2% în septembrie, luna în care, conform INS, au continuat să crească prețurile atât pentru marfurile alimentare și nealimentare, cât și pentru servicii. De altfel, și studiul Deloitte sugerează ca nivelul cheltuielilor pentru cumparaturile de sarbatori a crescut în principal pe fondul creșterii prețurilor, aspect care este de așteptat să se reflecte și în obiceiurile de consum ale românilor”, a declarat **Raluca Bâldea**, Partener Servicii Fiscale, Deloitte România, și Liderul industriei de retail și bunuri de larg consum.

Cumparaturile online au atins noi culmi în timpul pandemiei, însă anul acesta se vor menține la nivelul din 2022, în timp ce magazinele fizice revin tot mai mult în preferințele consumatorilor. Astfel, 63% dintre respondenți planuiesc să facă achiziții online, 37% vor opta pentru cumparaturi offline, iar 28% vor achiziționa online, însă vor ridica produsul din magazinul fizic. Abilitatea de a interacționa cu produsul (44%), asigurarea calității produsului (39%) și evitarea costurilor asociate livrării (28%) sunt principalele motive ale consumatorilor care aleg să cheltuiască mai mult în mediul offline.

Categoriile de produse care înregistrează cele mai mari creșteri ale prețurilor vor pierde teren anul acesta, consumatorii alegând să ofere cadouri sub forma de vouchere. Suma medie pe care cumparatorii aleg să o aloce pentru achiziționarea de carduri cadou este de \$300, comparativ cu \$217 în 2022.

În plus, studiul subliniază ca 75% dintre respondenți sunt tentați să cumpere cadouri pentru sine. În cazul în care bugetul nu le va permite acest lucru, 53% afirmă că vor prioritiza cadourile pentru ceilalți în detrimentul celor pentru ei înșiși. Pe de altă parte, comercianții care vor reuși să le satisfacă nevoile și motivațiile consumatorilor în căutare de cadouri pentru ei înșiși vor putea genera vânzări suplimentare anul acesta. Cadourile practice (51%), cele care vin în întâmpinarea propriilor pasiuni sau hobby-uri (42%), precum și cele care oferă momente de relaxare (39%) sau au o durată mare de utilizare (33%) răspund principalilor factori motivatori.

Ca și anul trecut, doar 34% dintre respondenții studiului planuiesc să folosească rețelele de socializare pentru achizițiile de sărbători. Se vor folosi, însă, de acest canal pentru a citi recenzii ale produselor (20%), pentru a descoperi produse și idei de cadouri (19%), pentru a descoperi oferte (18%) sau pentru a vizita paginile comercianților (14%).

Preferința pentru cadouri sustenabile este în creștere față de anul trecut, mai arată studiul, în special în rândul consumatorilor mai tineri, reprezentanți ai generațiilor Z și Millennials, 55% dintre aceștia declarând că preferă această categorie de produse. De asemenea, analiza Deloitte arată că un consumator care alege cadouri sustenabile cheltuie în medie cu 29% mai mult față de cei care nu țin cont de acest criteriu.

Studiul [*Deloitte Holiday Retail Survey 2023*](#) a fost realizat pe baza unui sondaj la care au participat peste 4.300 de consumatori din SUA și 43 de directori din companii de retail care au, în proporție de peste 93%, venituri anuale de peste un miliard de dolari.