



GfK România

Doar 6% dintre romani si-ar cumpara masina anul acesta

GfK Romania lanseaza MotoBus, un instrument de cercetare continua care monitorizeaza parcul auto din Romania.

Bucuresti, 16 septembrie 2009 – Concluziile studiului arata ca numai 6% dintre romani intentioneaza sa cumpere o masina in urmatoarele 6 luni, comparativ cu 2008, cand 9% declarau acelasi lucru. Totusi, in cazul adultilor de pana in 30 de ani, educati, provenind din gospodarii mari, probabilitatea de a achizitiona un automobil creste semnificativ.

Doar 37% dintre romani detin o masina proprietate personala, mai frecvent in Bucuresti si zonele urbane. Preferintele de marca se indreapta in special catre **Volkswagen, Logan si Opel**, cu aproape 60 procente, urmate de branduri mai aspirationale, cum sunt **Audi si BMW**. In privinta automobilelor detinute propriu-zis insa, peste jumatate dintre romani declara ca sunt posesori de **Dacia** (13% Logan si 40% alte modele), urmate de **Volkswagen si Opel**.

55% si-ar cumpara o masina second hand, in special cei din Ardeal si din Banat, Crisana, Maramures - cei mai apropiati de granita cu tarile din Vest. Romanii prefera in general sa plateasca cash pentru automobilul cumparat, mai ales cei din spatiul rural. Ponderea lor este, de altfel, in crestere cu 6% fata de anul trecut. Creditele auto sunt cele mai putin populare metode de plata.

Criteriile cele mai importante luate in calcul la alegerea unui automobil sunt **pretul avantajos (36%), consumul redus de carburant (24%) si marca (18%)**, in timp ce tipul de carburant folosit, modelul si service-ul avantajos sunt cele care conteaza cel mai putin. Daca analizam situatia pe regiuni ale tarii, muntenii sunt foarte interesati de pret, ardelenii de consumul redus, in vreme ce locuitorii din Banat, Crisana, Maramures si Muntenia de marca automobilului. In comparatie cu barbatii, femeile sunt mai interesate de aspecte precum culoarea sau elementele de siguranta ale masinii pe care o conduc.

MotoBus este un studiu care monitorizeaza lunar evolutia parcului auto din Romania si ia in calcul variabile precum: probabilitatea de a cumpara un automobil, criteriile in alegerea masinii, marcile detinute si cele dorite, modalitatile de plata preferate sau profilul demografic al posesorilor de automobile. Esantionul, reprezentativ la nivel national, este de aproape 2.000 subiecti intervievati in fiecare luna, iar perioada de derulare a fost iulie 2008 – iulie 2009.

GfK Romania

GfK Romania, fondata in 1992, este parte integranta a Grupului GfK. De peste 8 ani, GfK Romania este institutul numarul 1 de cercetare de piata din Romania. Activitatile sale sunt structurate in patru segmente: Custom Research - cercetare Ad Hoc, Consumer Panel - cercetare continua pentru bunuri de larg consum, Retail and Technology - cercetare continua pentru bunuri electronice si electrocasnice si Media - cercetare calitativa si cantitativa pe consumul de produse media.

Infiintat in urma cu 75 de ani ca prima companie de cercetare de piata in Germania, Grupul GfK are azi mai mult de 150 de sucursale in 100 de tari de pe cinci continente. Grupul GfK este una din cele mai mari organizatii de cercetare de piata din lume. Pentru informatii suplimentare, vizitati website-ul: www.gfk-ro.com

Persoana de contact: Raluca Bob, PR Specialist GfK Romania; Mobil: 0745 12 12 31; E-mail: raluca.bob@gfk.com