

Studio di Natale Admeira

I regali di Natale vanno messi sotto l'Albero della TV

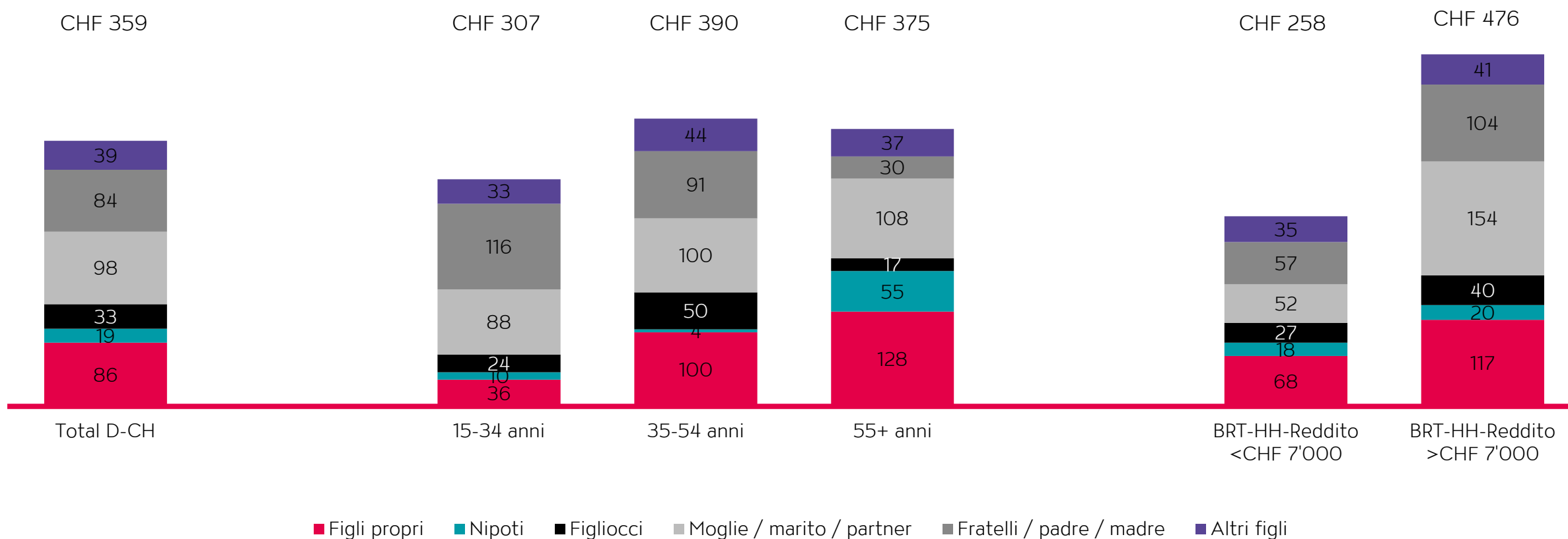
Berna, novembre 2023

ADMEIRA



I figli e i partner ricevono più regali

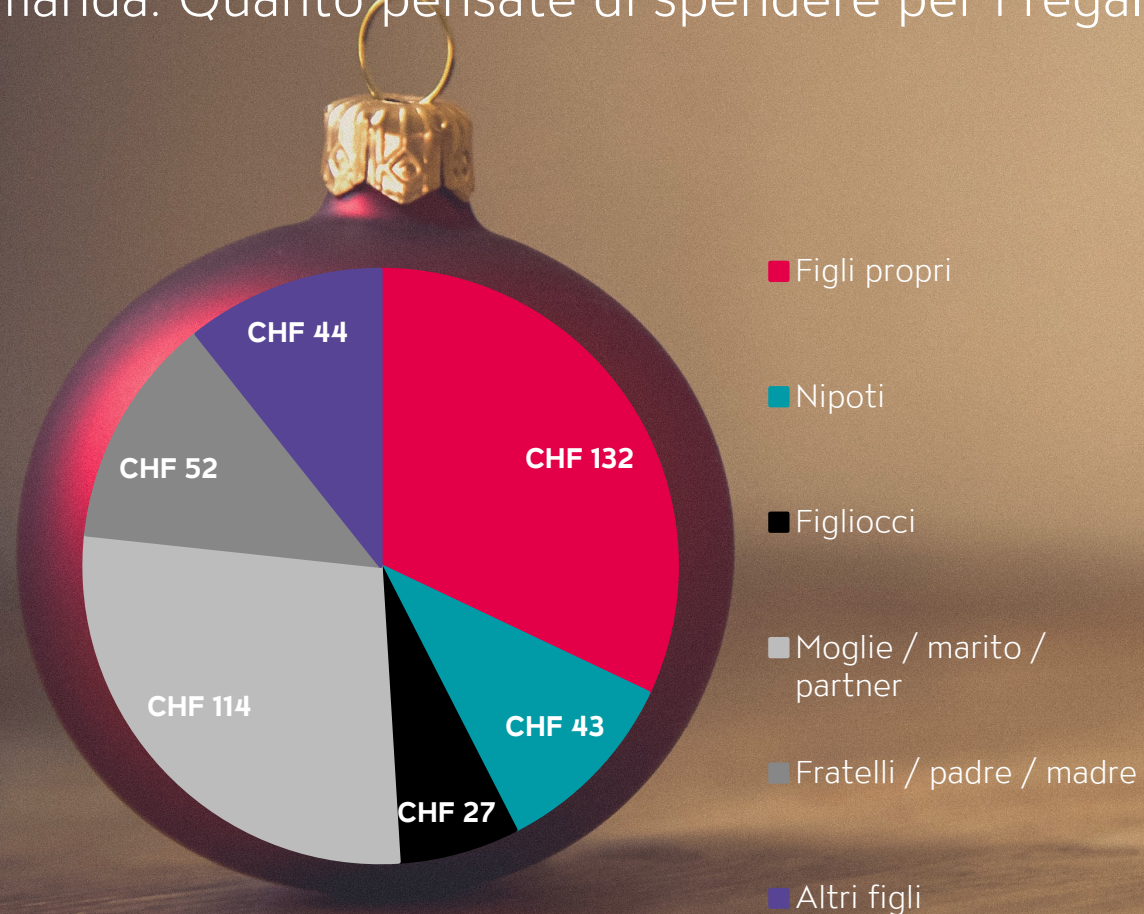
Domanda: Quanto pensate di spendere per i regali di Natale?



Fonte: Studio Admeira sondaggio di Natale 2023. n=756

Gli over 50 sono il target natalizio più interessante

Domanda: Quanto pensate di spendere per i regali di Natale?



Il nuovo gruppo target 50+ è quello che ogni anno investe di più nei regali di Natale:

CHF 412

Fonte: Studio Admeira sondaggio di Natale 2023, n=756

Gruppi target più ampi spendono di più

Domanda: Quanto pensate di spendere per i regali di Natale?



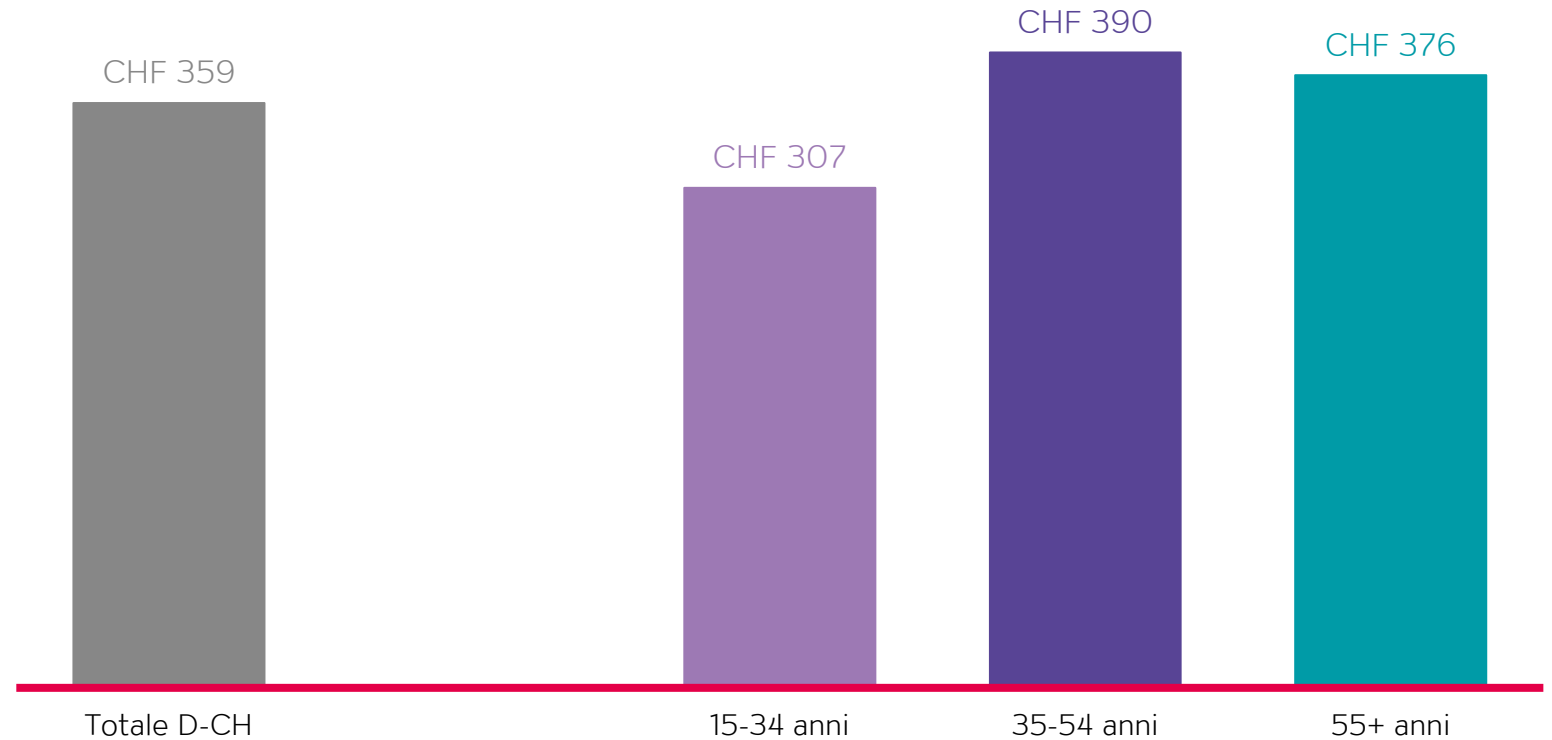
Fonte: Studio Admeira sondaggio di Natale 2023. n=756

CH: Elevata spesa per i regali di Natale

Domanda: Quanto pensate di spendere per i regali di Natale?



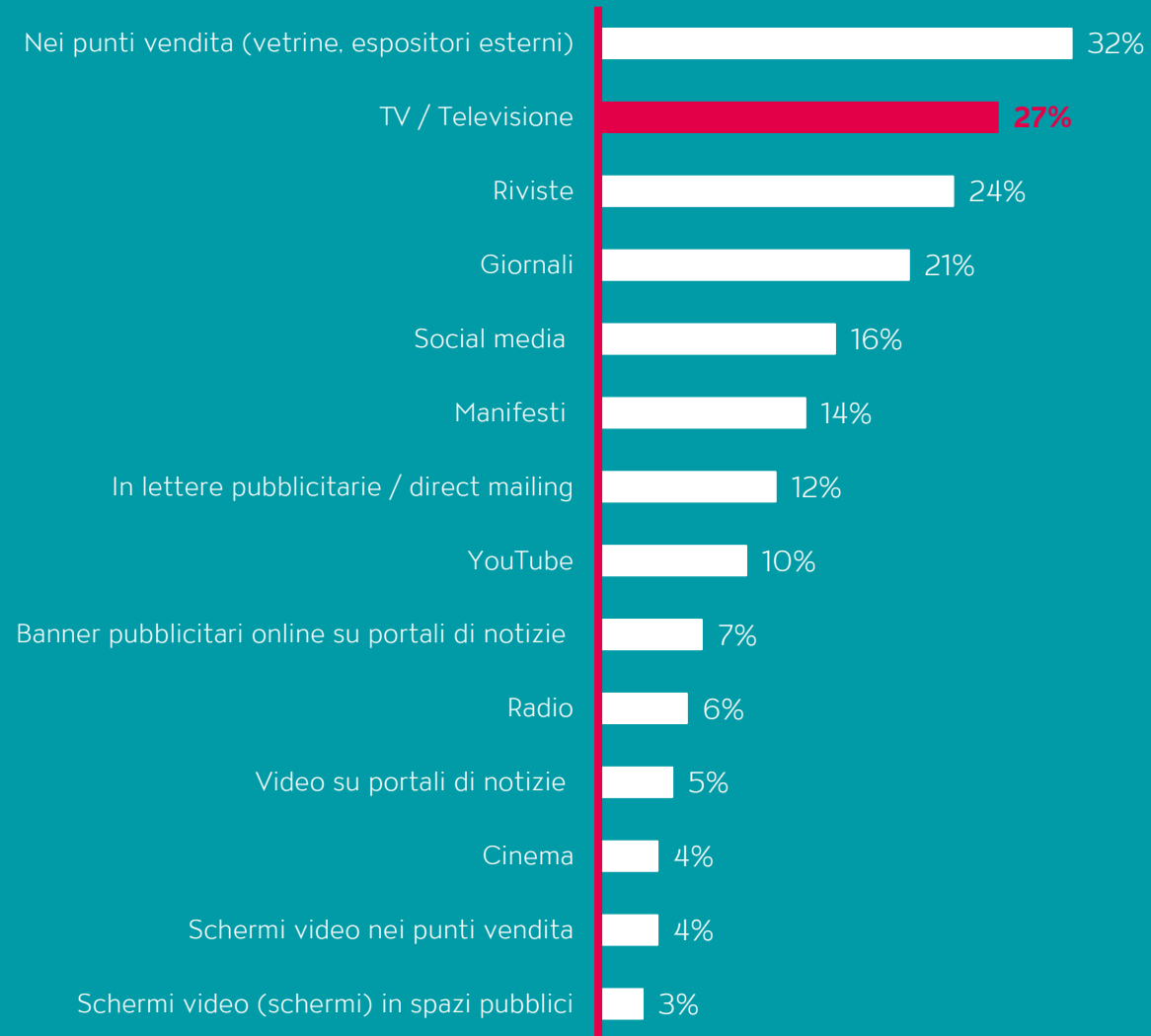
In Svizzera si spendono molti soldi per i regali ai propri cari.



Fonte: Studio Admeira sondaggio di Natale 2023. n=756

**La TV ispira
di più**

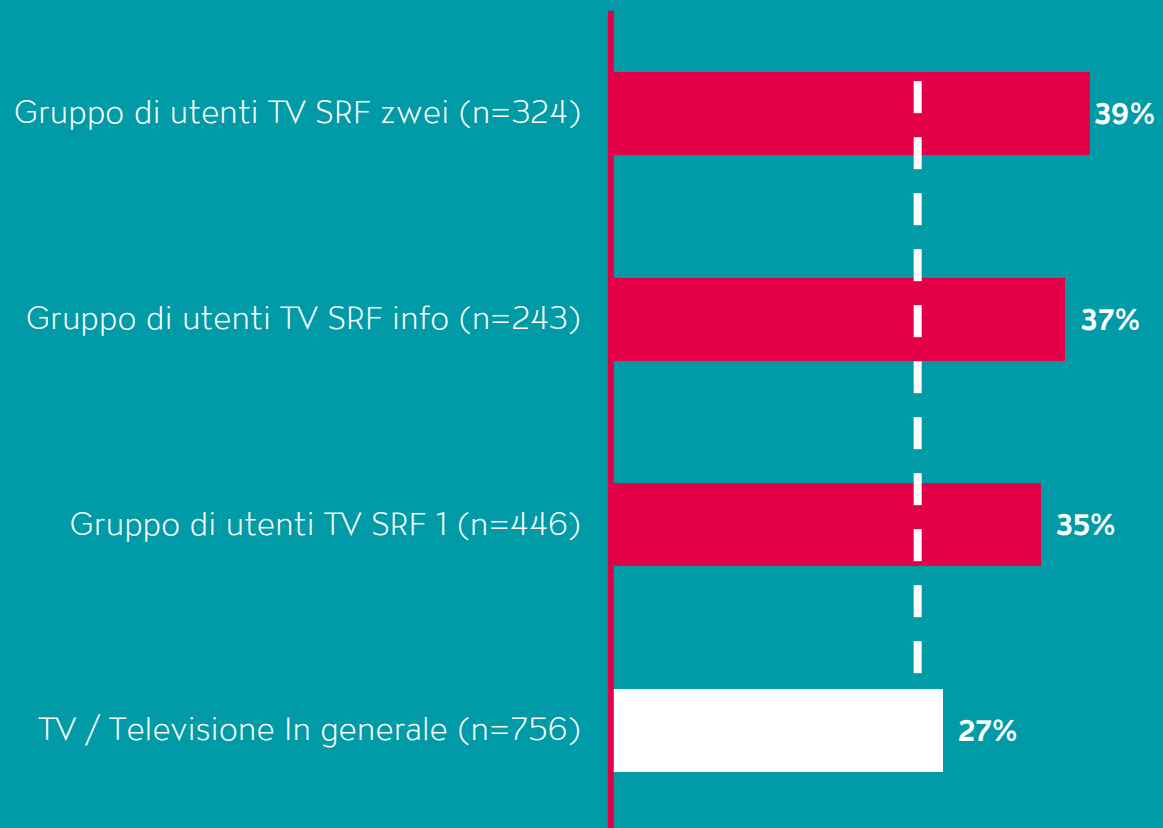
Domanda: Dove trovate l'ispirazione per ispirazione per i regali di Natale?



Fonte: Studio Admeira sondaggio 2023. n=756



Domanda: Dove trovate l'ispirazione per
ispirazione per i regali di Natale?
(all'interno dei gruppi di utenti TV e in generale)



Fonte: Studio Admeira sondaggio 2023, n=756



CHF 359

Totale D-CH

CHF 383

Spettatori: su



CHF 390

Spettatori: su



CHF 395

Spettatori: su



Il pubblico della SRF prevede un budget significativamente più alto per i regali di Natale.

Fonte: Studio Admeira sondaggio di Natale 2023, n=757

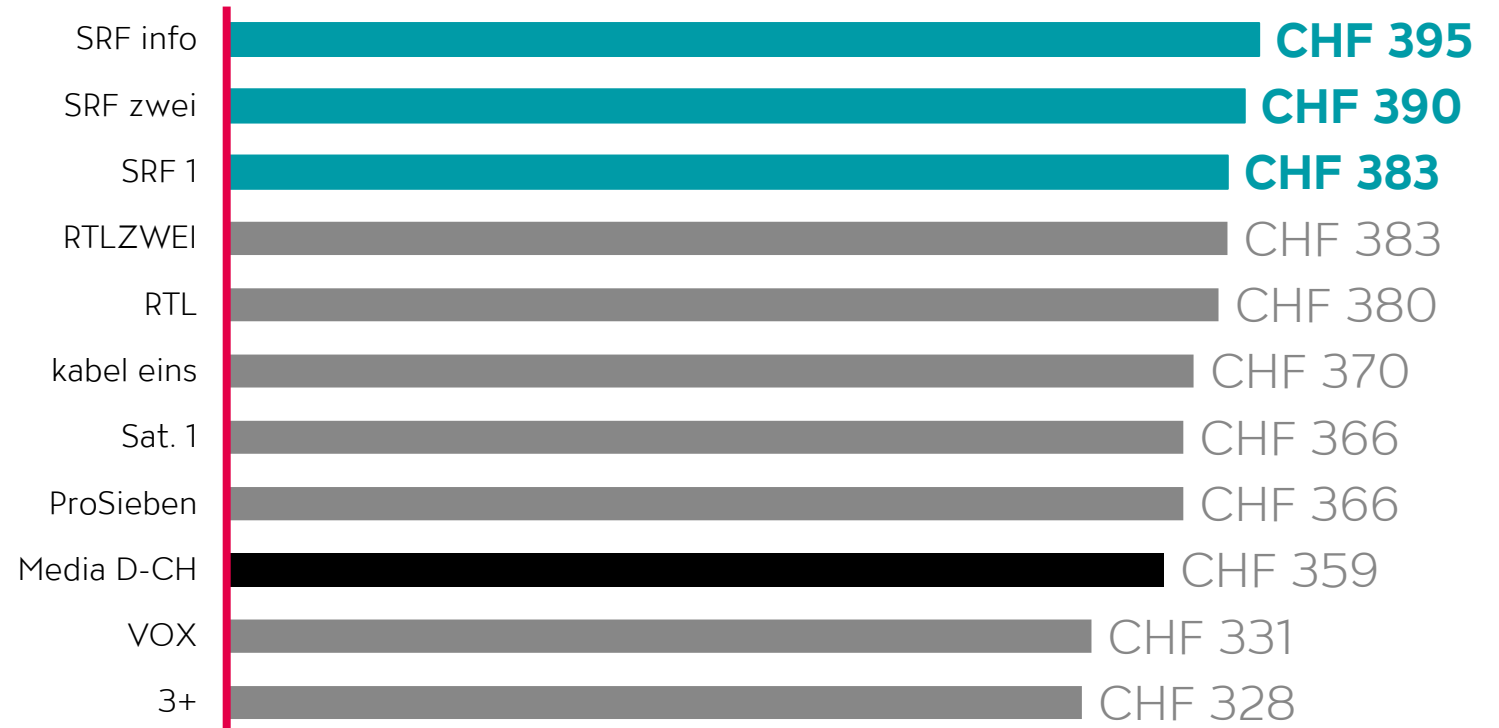
D-CH: pubblicizzare le campagne natalizie su SRF

Domanda: Quanto pensate di spendere per i regali di Natale?



Il pubblico dei canali SRF pianifica il budget maggiore per i regali di Natale.

Gruppi di utenti canali SRF e Goldbach Top 7 canali e complessivi



Fonte: Studio Admeira sondaggio di Natale 2023. n=756

Grazie Mille

Samuel Fahrni

Research Specialist

E-Mail: samuel.fahrni@admeira.ch

Telefono: +41 58 909 97 23

Profilo dello studio AdPanel

Tipo di indagine: Bus online GfK

Obiettivo: Nell'ambito dello studio AdPanel, è stato testato il comportamento dei consumatori nel periodo natalizio.

Metodo di campionamento: Rappresentativo della popolazione in base alle caratteristiche socio-demografiche, metodo delle quote casuali.

Quote: Genere, età (3 gruppi)

Campione: Interviste in D-CH n=756

Periodo di rilevazione: rilevazione nella settimana 43, 2023

Ponderazione: i dati sono stati ponderati secondo i seguenti criteri: Sesso x età (4 gruppi), occupazione (4 gruppi), istruzione scolastica (2 gruppi), economie domestiche multiple (7 gruppi in DS), tipo di insediamento (2 gruppi).

La ponderazione garantisce un adattamento ottimale dei dati alle strutture della popolazione.

Istituto che ha condotto l'indagine: GfK Switzerland AG, Rotkreuz

Volete essere
sempre aggiornati?
Allora **iscrivetevi** alla
nostra newsletter!

Registratevi ora!

