София, 4 юли 2019 г.

**Лятната ваканция е любима за 73% от българите, сочат данни в изследване**

*Преобладаващата част от тях използват почти цялата си годишна отпуска за почивка*

В разгара на летния сезон темата за почивките вълнува сериозно всички. Как и къде предпочитат да почиват българите, разбираме от независимо проучване, проведено от маркетинговата агенция Pragmatica, по поръчка на Starcom България, медийна агенция в Publicis Groupe България.

Изследването показва, че 98% от анкетираните интернет потребители ходят на почивка поне веднъж годишно. Оказва се, че до края на май месец 51% от тях все още не са излизали в отпуск. Този резултат не е изненадващ предвид факта, че 73% определят именно лятната почивка като най-любима за тях.

Интересен факт е, че по-голямата част от запитаните използват почти цялата си годишна отпуска за почивка наведнъж, , като сред тях 88% предпочитат това да е през лятото. Около половината от анкетираните пък залагат на кратките екскурзии (54%) и дългите почивни дни (46%) като начин за бягство от градската работна среда. На почивка през пролетта ходят сравнително по-малка част - 37%, а през зимата - 33%.

Една от основните теми за годишните ваканции е продължителността на почивката. Според проучването, най-популярна е почивката в рамките на 7 дни (44%). По-малко от седмица почиват 36% от българите, а 14% избират 10-дневните почивки. Едва 1% от респондентите отделят повече време за отдих - между 2 и 4 седмици.

*„За нас е изключително важно да разбираме максимално добре хората, техните нужди и преживявания. Най-добрият начин това да се случи, е да сме близо до тях и да разговаряме лично. Именно това наше желание ни подтикна към инициативата, която стартирахме през 2018 г. съвместно с Прагматика, а именно да следим за важните теми от ежедневието на българите.“* – коментираВелислава Анастасова, управляващ директор на Starcom България. – *„Проучването за ваканциите е част от тази наша инициатива. Ако се чудите кой е основният канал, посредством който хората се информират и избират почивката си, то ние можем да ви кажем – това са разказите на близки и познати (38%). Специализираните сайтове помагат при избора на 32% от анкетираните българи, а за наша лична изненада социалните медии играят информативна роля едва при 25% от респондентите.“*

Важно е да се подчертае също, че 71% от анкетираните прекарват почивките със своите семейства, което категоризира семейните ваканции като най-практикуваният модел на българите. Едва 26% заявяват, че са придружавани от приятели. Що се отнася до транспорта, по-голямата част (65%) избират да пътуват с автомобил. Следващи по популярност типове транспорт са самолетният (16%) и автобусният (15%).

На последно място, но не по важност, е темата за настаняването. Тук резултатите показват, че 56% от анкетираните предпочитат да отседнат в хотел. Къща за гости и апартамент под наем са желани от 22% и 11% от българите, респективно.

Проведеното проучване е количествено, направено чрез онлайн анкета към мъже и жени във възрастова група 16 – 64 години, които ползват интернет поне веднъж седмично и ходят на почивка поне веднъж годишно, в периода 22 – 24 май 2019 г.

**За Starcom**

Starcom е международна медийна агенция, част от комуникационната група Publicis Groupe. Присъства на повече от 100 пазара и има над 5,800 служители по света. В основата на позиционирането на агенцията са човешките преживявания и потребности, както и отражението им върху бизнес резултатите. Клиенти в портфолиото на Starcom в България са световноизвестните компании Samsung, Visa, Sandoz, Brown-Forman, Mogo, Goodyear, Duracell и други.

**За Pragmatica**

Агенция за маркетингови проучвания Pragmatica специализира в областта ба маркетинговите изследвания. Тя развива своя професионализъм и в посока консултации, базирани на маркетингови изследвания. Решенията, които дава на клиентите си, са на базата на потребителското мнение и поведение, до което достига чрез методологии, разработени индивидуално за всеки клиент. В основата на екипа на Pragmatica стоят професионалисти, специализирали в областта на маркетинга, социологията, статистиката и психологията. Философията, към коята агенцията се придържа и опира своите анализи, е "Решения, отвъд данните!".

**За Publicis Groupe България:**

Publicis Groupeе една от най-големите комуникационни групи в България, която функционира под единен бизнес модел, за да предлага на клиентите постоянен и централизиран достъп до инструменти и екип от експерти в различни области, които си сътрудничат и дават персонализирани и индивидуални решения. Publicis Groupe България обединява над десет специализирани звена - Saatchi&Saatchi, Leo Burnett, Red Lion, MSL, Publicis Dialog, Brandworks, Digitas, Zenith и Starcom, които работят в областта на рекламата, връзките с обществеността, промоционален и събитиен маркетинг, стратегическо планиране и бизнес дизайн, дигитални решения, производство на аудиовизуални продукти, медийни стратегии, планиране и купуване.

|  |
| --- |
| За повече информация:  |
| Ива ГригороваЕлена Иванова | Директор PR бизнес, MSL PR консултант, MSL  | + 359 887 917 267+359 884 58 89 89  | iva.grigorova@msl.bg elena.ivanova@msl.bg  |