# Iubirea de consum

Consecința unui împrumut cool sau rezultat al globalizării, astăzi este Ziua Îndrăgostiților. În funcție de generație, momentul își are nuanțele lui sufletești pendulând între îmbrățișare tandră și respingere categorică. Mediile offline și online sunt mobilizate să marcheze momentul. Oferte turistice în „locuri romantice”, recomandări pentru “cine romantice” sau cadouri, evident, romantice îți orientează pașii sau click-ul. Totul este romantic în această zi și numai acum. S-a dat voie la iubire și se trăiește intens. E o super-ofertă pe care trebuie să o prindem cu toții astăzi. Mâine revenim în papuci de casă și, îmbrăcați în halat, romantismul se stinge.

**Ritualuri bazate pe consum**

Fiecare perioadă din an își are sărbătorile și ritualuri ei. Acestea sunt repere în viața comunităților, sunt lipiciul social ce-i aduce pe oameni împreună în jurul unor valori și simboluri. Însă dezvrăjirea acestora apare tocmai atunci când primesc o supradoză comercială și își pierd autenticul. De Ziua Îndrăgostiților se naște astfel o mini-ideologie a iubirii care se proclamă public și se trăiește ostentativ prin consum. Ceremonialul de vorbe și de gesturi discrete este dislocat de decibelii playlistului din cluburi și animatoarelor preschimbate în Cupidon.

**Bugete, pe la ei și pe la noi**

Potrivit Național Retail Federation Report în Statele Unite se estimează pentru 2018 că 55% dintre oameni sărbătoresc Ziua Îndrăgostiților și vor cheltui în medie 143 de dolari comparativ cu 136 dolari în 2017. Cifrele incluse în raport preconizează că valoarea cheltuielilor cu această ocazie se va ridică la 19,6 miliarde de dolari, a doua cea mai mare valoare după 19,7 miliarde dolari cât s-a cheltuit în 2016. Cel mai

mult cheltuie tinerii între 25-34 de ani, în medie 202 dolari. Semn că dragostea e mai intensă atunci când cheltuiești mai mult.
Anul trecut în România, Ziua Îndrăgostiților a fost un prilej de călătorie pentru mulți români. Numărul cererilor de ofertă a crescut cu 40%, iar prețul per sejur a fost între 100 și 300 euro potrivit Trip Advisor. De la an la an se observă o diversificare a tipurilor de clienți, iar comenzile și rezervările online au o pondere tot mai mare.

**Cadourile se cumpără online**

Cumpărăturile încep cu o săptămână înainte mai ales în mediul online.Vârful cumpărăturilor fiind de cele mai multe ori ziua de 11 pentru cei care sărbătoresc Sfântul Valentin, cu încă un vârf pe 20 februarie pentru cei care sărbătoresc Dragobetele. Din istoricul anilor trecuți cel mai bine se vând cosmeticele, florile, bijuteriile, ceasurile, lenjeriile. Chiar dacă nu se compară cu Crăciunul sau Paștele, Ziua Îndrăgostiților are un impact semnificativ asupra volumului de vânzări. De obicei, bărbații primesc produse IT&C în timp ce femeile primesc flori, cosmetice și bijuterii.

Comparabilă cu BlackFriday în ce privește volumul de produse cumpărate, Ziua Îndrăgostiților se diferențiază prin motivația achiziției. Mai evident decât oricând dragostea este împachetată drăguț în cadoul pe care îl dăruiești. Este prilej de marketing contextual, de oferte speciale pentru toată lumea și atestă un caracter extrovert al afirmării dragostei. Este o dragoste cu programul corelat la cel de vânzări al magazinelor.

**Autor: Constantin Măgdălina**, Expert, tendințe și tehnologii emergente