

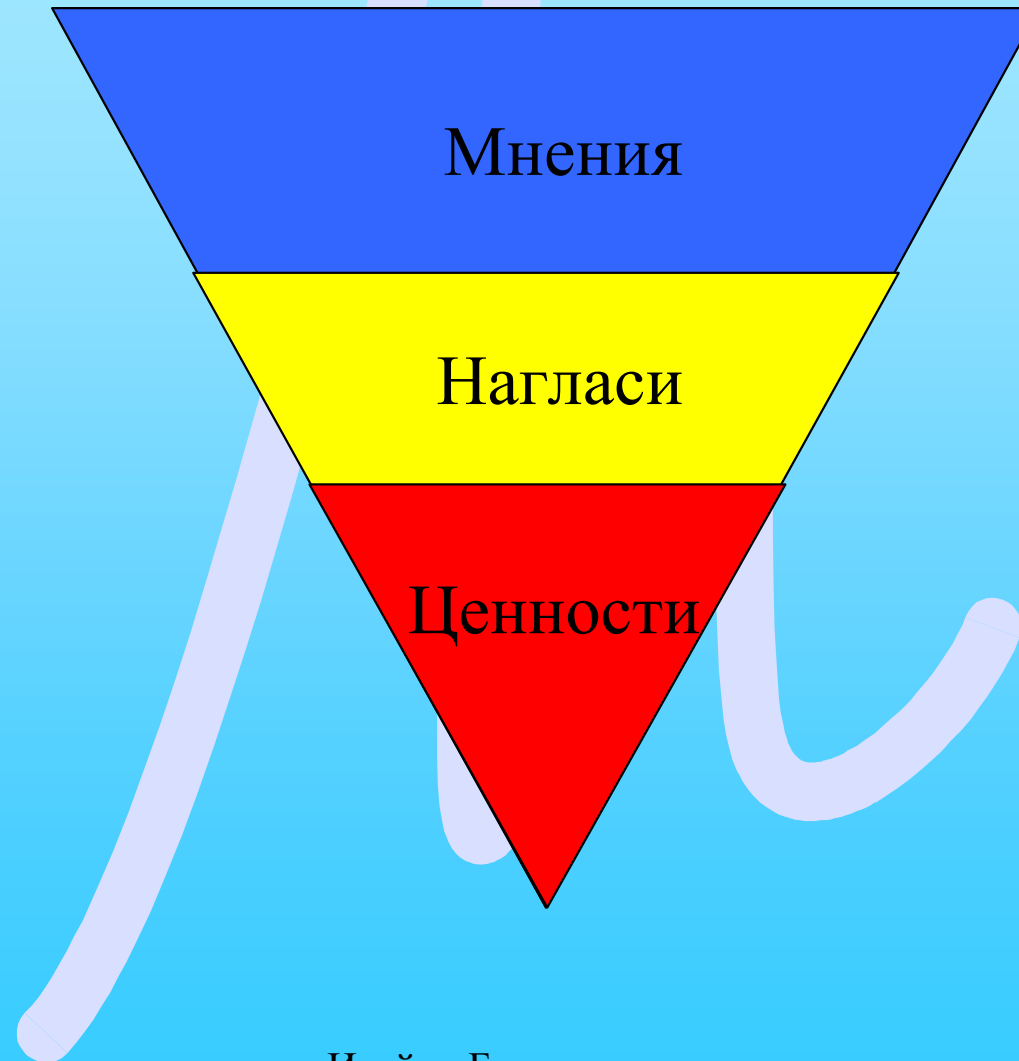
УТРЕ ЗАПОЧВА ОТ ДНЕС
(Млади и?)

- **Защо “Утре започва от ДНЕС”?**
 - Бурни промени в обществото
 - Отрицателен прираст
 - намалена раждаемост
 - емиграция
 - Сблъсък между поколенията
 - Борба в политическото пространство за привличане на младите

- Какво започва от днес?
 - “Поколението на демокрацията”
 - 15 - 24 годишните младежи - 20% от градското население на България на възраст 15-69 год. (825 хил. души)
 - Бъдещето на България - младите хора

- **Защо младите хора?**
 - В глобален план - повишаване ролята на младите хора (информационни технологии)
 - Бъдещата атрактивна целева група:
 - трудово активна възраст, семейни, с деца, със средни и високи доходи,

- Какво е нашето “утре” днес?
 - Кой са те
 - С какво се различават
 - Какво е тяхното ежедневиe
 - Какъв е социалният им живот
 - Какво ги интересува
 - Какво е отношението им към съвременното



Сегментация на 15 - 24 год. по ценностна ориентация



Сегментация на 25 - 34 год. по ценностна ориентация



Сегментация на 35 - 44 год. по ценностна ориентация



Отношение на младите към социално-политическия живот

- 80 % се тревожат заради насилието и престъпността
- 76 % смятат, че е по-важно да имат някакви отговорности, отколкото да живеят само за собствено удоволствие
- 21 % смятат, че предпазването от нежелана бременност е отговорност на жената
- 17 % са доволни от държавната образователна система

Отношение на младите към диети и здраве

- 43 % са загрижени за качеството на питейната вода
- 30 % смятат, че трябва да се грижат повече за здравето си
- 17 % смятат, че заради заетото си ежедневие, не могат да се грижат за себе си много добре
- 8 % от младите хора мислят за калориите, когато се хранят
- 5 % предпочитат вегетарианска храна

Групиране на младите хора (15-24) според отношението им към различни сфери от живота

“Толерантни, не активни”	25%	(207 хил.)
“Пасивни, без амбиции”	23%	(191 хил.)
“Бъдещи юпити”	18%	(154 хил.)
“Активни, целеустремени”	21%	(167 хил.)
“Консервативни”	13%	(106 хил.)

Толерантни, не активни

Не спортувам

Не смятам, че трябва да спортувам редовно

Не ходя редовно на кино

Не смятам, че целта на пиенето е да се напиеш

Не чета финансовите страници на моя вестник

Продуктите за грижа за кожата са и за мъже, не само за жените

Не проявявам интерес за инвестиции на парите ми

Семейството е по-важно от приятелите ми

Не смятам, че мястото на жените е у дома

Пасивни, без амбиции

Не се стремя към издигане в кариерата

Продуктите за грижа за кожата са за жените, не за мъжете

Смятам, че мястото на жената е у дома

Не съм оптимист

Приятелите са по-важни от семейството

Не искам да нося отговорност, предпочитам да ми казват какво
да правя

Истинските мъже не плачат

Мразя да върша каквато и да е домакинска работа

Не съм щастлив в работата си

Не обичам да рискувам

Бъдещи юпита

Спестовен съм

Обичам да върша домакинска работа

Много съм добър в управлението на парите

Щастлив съм в работата си

Мога да поемам отговорности, не предпочитам друг да ми
казва какво да правя

Винаги слушам радио по-внимателно, когато вървят новините

Ходя на работа не само за пари

Продуктите за грижа за кожата са и за мъже, не само за жените

Търся печеливши начини да инвестирам парите си

Активни, целеустремени

Спортувам поне веднъж седмично

Убеден съм, че трябва да спортувам

Не се заслушвам по-внимателно в радиото, когато вървят новини

Искам да се издигна в кариерата си

Харесва ми да вземам храна за в къщи

Продуктите за грижа за кожата са и за мъже, не само за жените

Оптимист съм

Обичам да поемам рискове

Не смятам, че мястото на жената е у дома

Спестовен съм

Консервативни

Продуктите за грижа за кожата са за жените, не за мъжете

Истинският мъж не плаче

Гледам къде да инвестирам парите си

Аз съм пристрастен към ТВ

Смятам, че мястото на жената е у дома

Родителите ми трудно ми отказват нещо

Целта на пиенето е да се напиеш

Финансовата сигурност след пенсиониране е моя отговорност

Не искам да нося отговорност, предпочитам да ми казват какво да
правя

Винаги слушам радио по-внимателно, когато вървят новините

УТРЕ ЗАПОЧВА ОТ ДНЕС

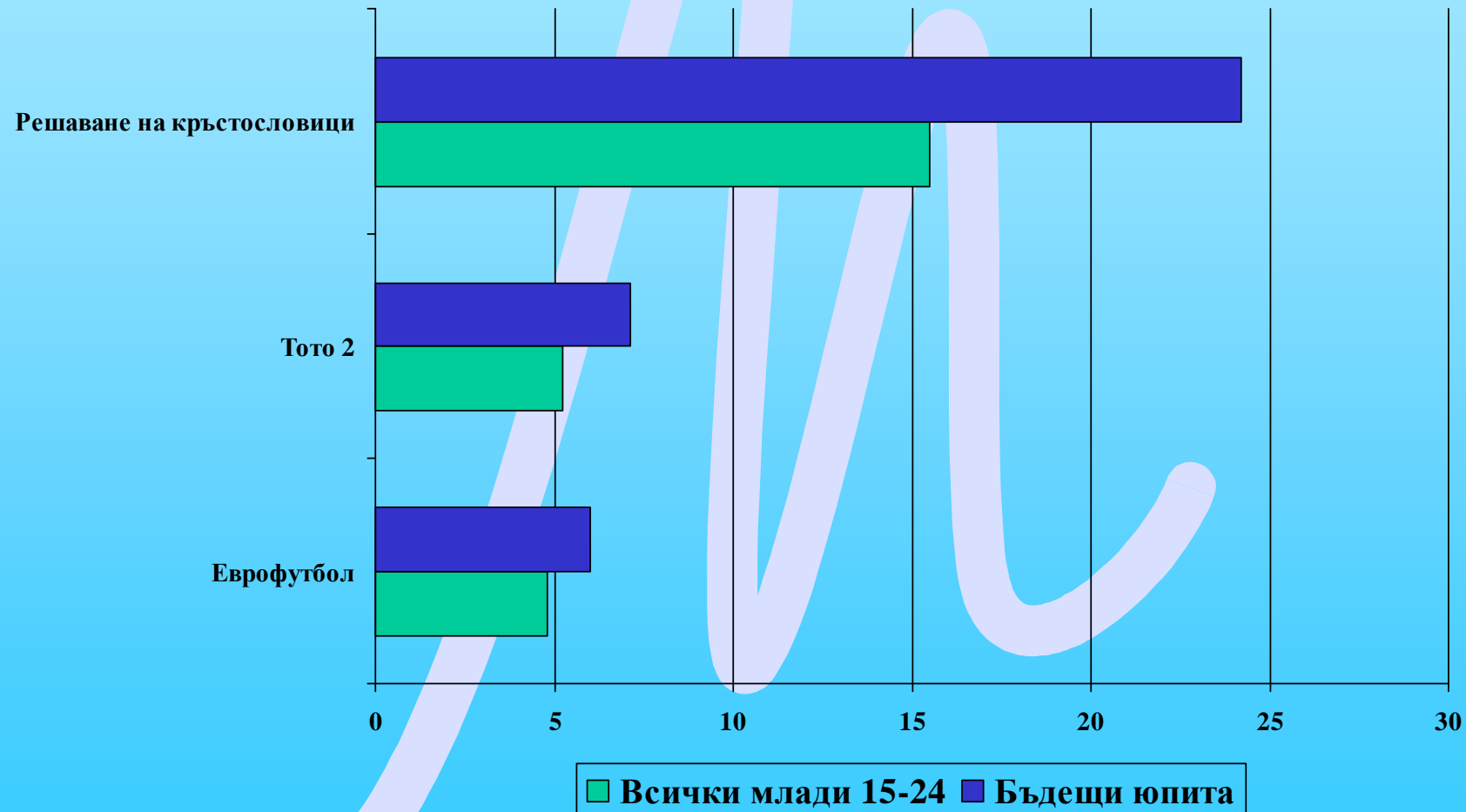
Спорт и свободно време

Посетени места през последната година



Спорт и свободно време

Любими занимания



Спорт и свободно време

- Посещения на заведения от “Бъдещите юпити”
 - редовни посетители на кръчми (по-често от веднъж седмично) - 19%
 - веднъж седмично до 2-3 пъти месечно посещение на механи - 20%
 - редовни посетители на кафенета/бистра - 83%
 - веднъж месечно и по-рядко посещават нощни клубове - 62%
 - обядват навън - 51%

- Отношение към финанси и мотивация на “Бъдещите юпити”
 - 94% не харесват идеята да имат дългове
 - 59% заявяват, че са много добри в управлението на парите
 - Както и 25% харчат пари без да мислят
 - Че в живота нищо не е безплатно смятат 71%
 - Изключително важно е за 61% да имат дълга връзка с партньора си
 - В живота е много важно да продължават да научават нови неща за 70%

- Отношение към финанси и мотивация на “Бъдещите юпити”
 - 67% твърдо смятат, че в днешно време е важно да можеш да изпълняваш едновременно различни задачи
 - Само 4% са напълно съгласни, че ходят на работа само заради парите
 - 54% се опитват се да бъдат възможно най-учтиви с хората
 - 61% твърдо са решили да започнат собствен бизнес един ден
 - 42% са готови да жертват времето си за добра кауза

- Отношение към медиите на “Бъдещите юпити”
 - 51% смятат, че приложенията във вестниците ги правят по-интересни
 - 15% четат финансовите страници на вестника си
 - 18% не могат да се спрат да купуват списания
 - За 19% ТВ рекламата е по-интересна от самите програми
 - 35% обръщат внимание на рекламата по радиото
 - 51% слушат радио, когато са в кола
 - Плакатите с добър дизайн подобряват градския пейзаж смятат 55%

Поведение на “Бъдещите юпити”

- **Навици на хранене**
 - 25% се хранят в пицарии през деня
 - Китайската кухня предпочитат 8% през деня
 - Вечерно време 7% предпочитат Irish pub
- **Посетени културни събития през последните 12 месеца**
 - 23% са ходили на театър
 - Операта са предпочели 4%
 - 24% са посетили поп/рок концерт

Поведение на “Бъдещите юпити”

- Закупени книги през последните 12 месеца
 - 55% са закупили книги
 - Речници са купили 12%
 - 5% са предпочели българска литература
 - Книги на чужд език са били предпочетени от 6%
- Почивка през последните 12 месеца
 - Южното черноморие е било посетено от 19%
 - 6% са навлизали в дебрите на Стара планина
 - Страни от Европа са посетили 5%
 - Като място за нощуване 19% са използвали хотелските стаи

Потребление на “Бъдещите юпити”

- Разходи през последните 12 месеца
 - 77% са си купили дънки
 - Спортни обувки/маратонки са си купили 59%
 - 3% харчат повече от 30 лв месечно за продукти за кожата
 - Месечните разходи за козметика за 23% са между 15 и 30 лв.
 - 34% от момичетата са купували за своите приятели after shave

Потребление на “Бъдещите юпита”

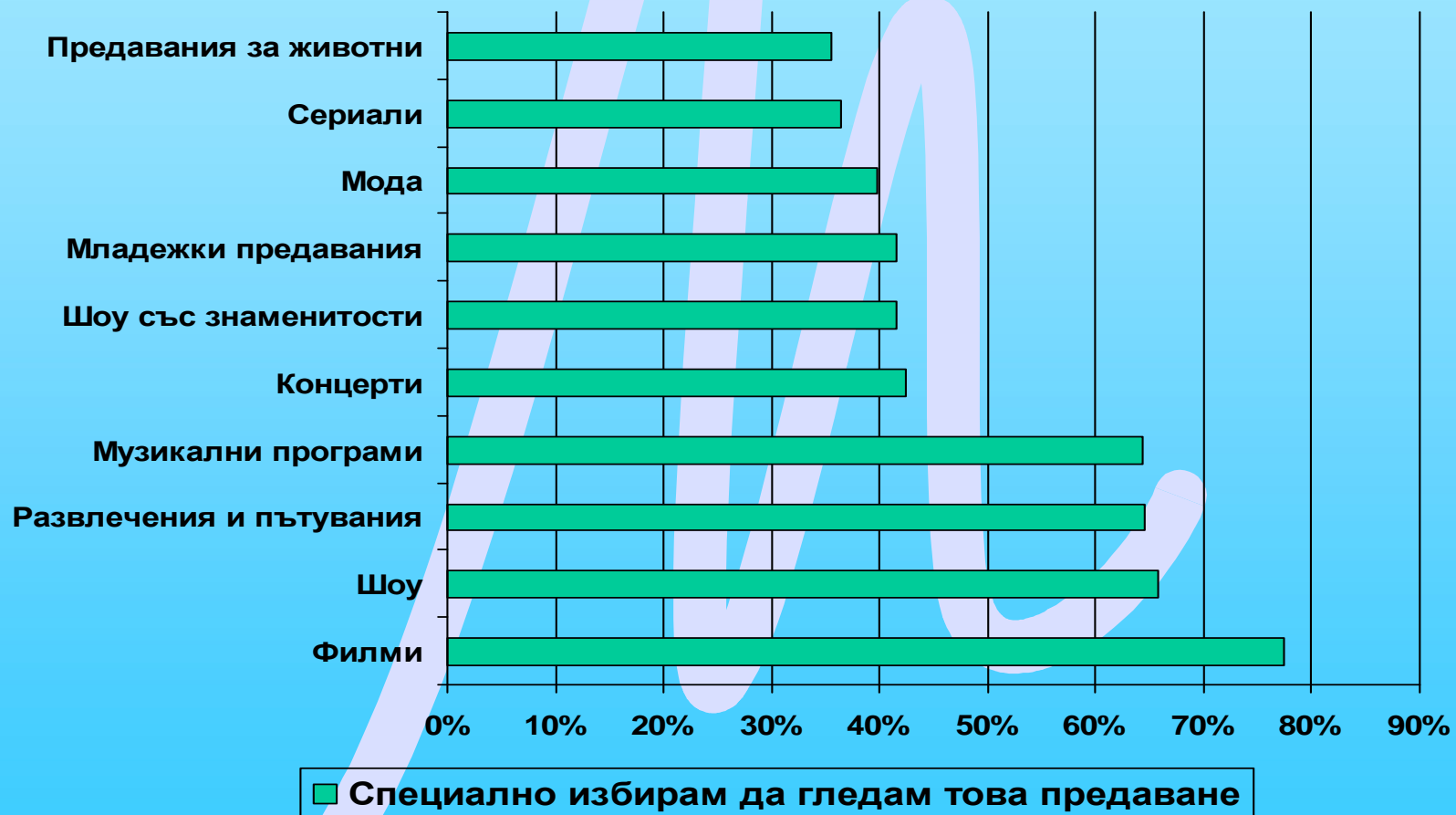
- Консумация на продукти
 - Майонеза консумират 93%
 - 39% използват сосове за подправка при средно 29% за 15-24 годишните
 - 91% консумират маргарин
 - Веднъж дневно и повече 31% от тях консумират натурално кисело мляко
 - 87% си хапват с удоволствие ядки
 - 88% са любители на леденото удоволствие сладоледа

Потребление на “Бъдещите юпита”

- **Употреба на продукти**
 - 33% използват боя за коса
 - Гел/пяна за коса използват 54%
 - 43% купуват презервативи
 - Витамини и добавки вземат 61%
 - 91% консумират алкохол
 - В пицарии 17% от тях консумират алкохол
 - 27% пушат цигари тип “Light”, а 3% ментол

- Медийно поведение на “Бъдещите юпита”
 - 54% специално избират да гледат новини
 - Сутрешните блокове се гледат специално от 26%
 - 41% проявяват силен интерес към научно-популярните филми
 - 18% гледат с интерес коментарни предавания
 - Предавания за туризма се предпочитат от 25%
 - Култура и изкуство е много интересно за 19%
 - 15% специално гледат икономика и финанси

Медийно поведение на “Бъдещите юпити”



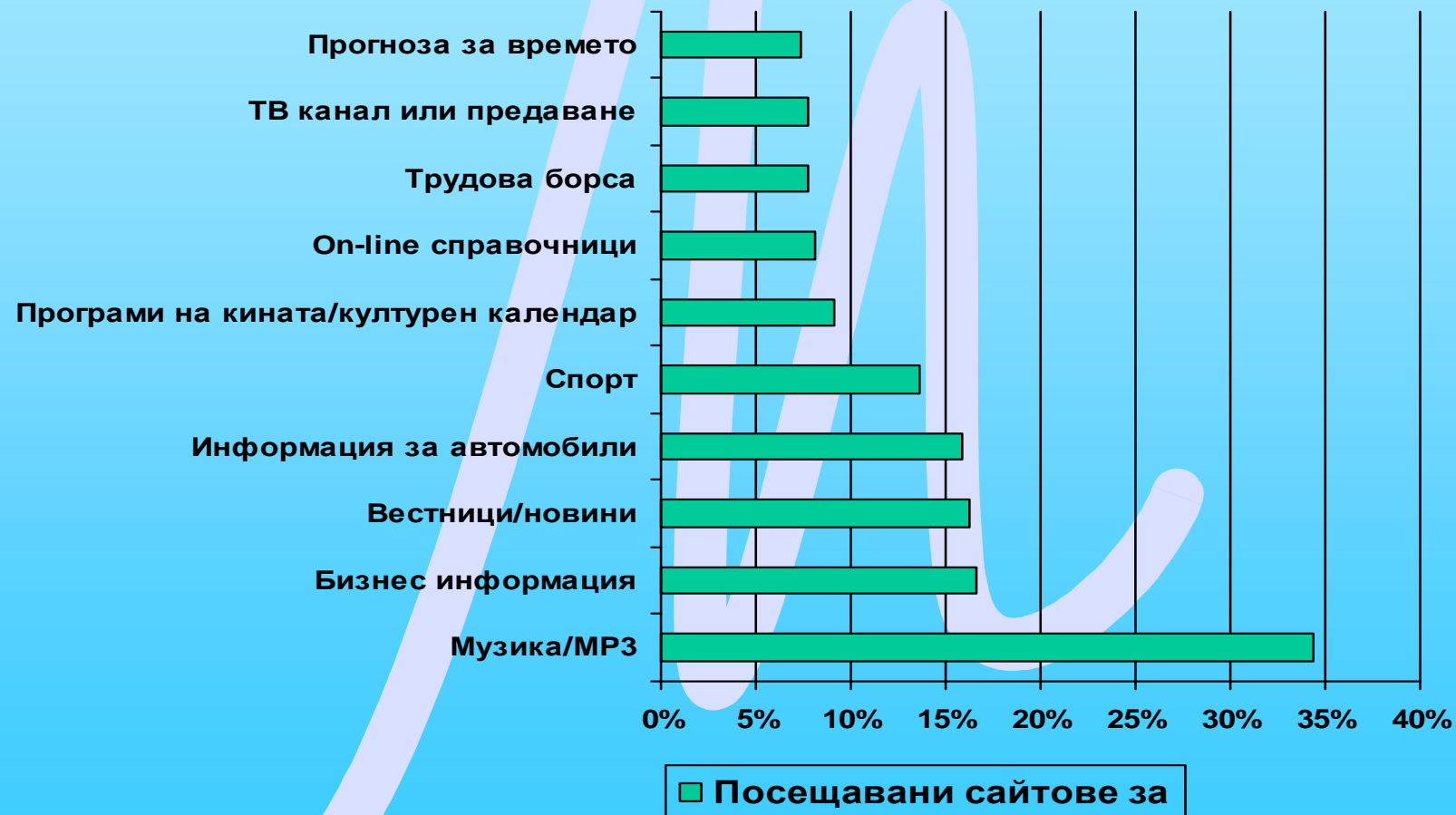
Медийно поведение на “Бъдещите юпита”

- Българска поп музика специално избират да слушат 36%
- 28% имат силни предпочитания към латино музиката
- Рок специално слушат 18%
- 5% предпочитат Indie/Britpop
- 30% специално биха слушали радио, ако има интервюта с известни личности
- Групи на живо в студиото привлича специалния интерес на 25%
- Образователни радио предавания са много интересни на 23%

Медийно поведение на “Бъдещите юпити”

- 88% имат мобилен телефон
- Интернет използват 67%
- 42% имат компютри в къщи
- Повече от три години 42% използват Интернет
- 5% използват Интернет за да слушат радио
- За online банкиране 2% използват Интернет

Медийно поведение на “Бъдещите юпити”



Бъдещите юпити - кои са те?

- Момчета и момичета с големи амбиции
 - 59% жени
 - 52% на възраст между 21-24 години
 - живеят както в големи така и в малки градове
 - принадлежат предимно на SEL A и SEL B
 - 10% вече са семейни, а 7% живеят с партньор
 - 37% работят на пълно работно време
 - 53% говорят и пишат на английски, 17% знаят немски, а 7% френски
- Бъдещите семейни, с деца, със средни и високи
ДОХОДИ, с висок социален статус

БЛАГОДАРЯ ЗА ВНИМАНИЕТО

