



# Generace Y

Jak na ně a jak s nimi 😊

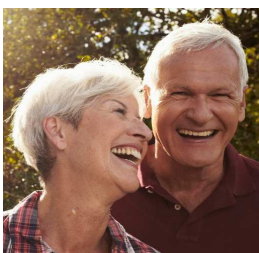
Únor 2017

Jakub Malý, Managing Director, Ipsos CZ & SK

© 2017  
Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.



## Přehled generací



BABY BOOMERS

1946-1964



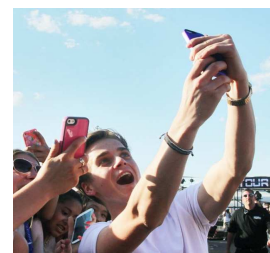
GENERATION X

1964-1980



MILLENNIALS  
(GENERATION Y)

1980-2000



GENERATION Z

2000-...

# Generace Y

25 % populace



## Kdo jsou „Millenials“ neboli generace Y?

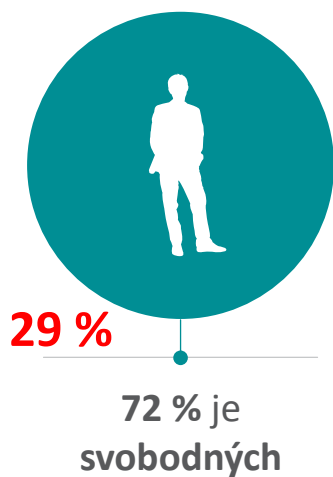


# ME ME ME GENERATION

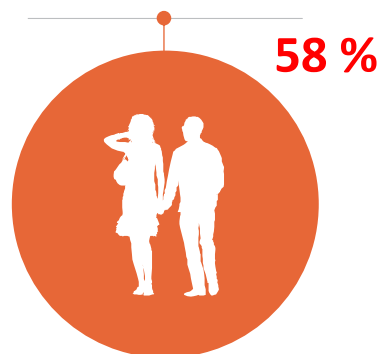


## Jak aktuálně žije?

## Ipsos Zadání a singles



28 % žije v manželství, registrovaném partnerství nebo nesezdaném soužití

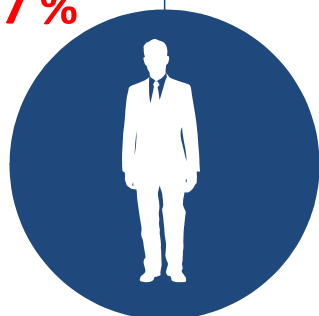


7

## Ipsos Ekonomický status

38 % jsou zaměstnanci (bez podřízených)

47 %



32 % jsou studenti

11 % je na mateřské dovolené nebo v domácnosti

8 %



8

# Co konzumuje? Média

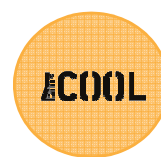
## Televize

**76 %**  
59 % denně sleduje televizi



**63 %**

59 % pravidelně sleduje TV Nova



**25 %**

48 % sleduje Prima Cool



**35 %**

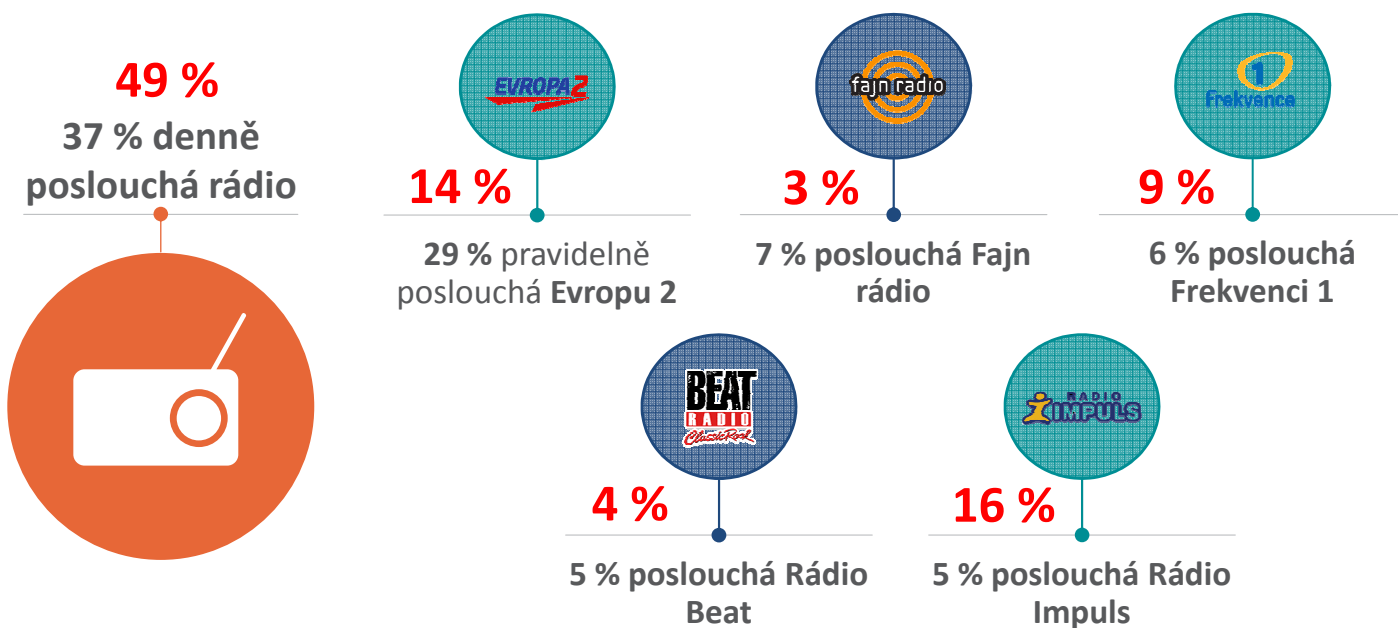
29 % sleduje TV Prima



**40 %**

22 % sleduje ČT 1

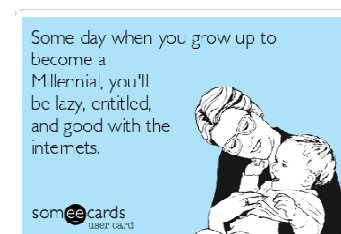
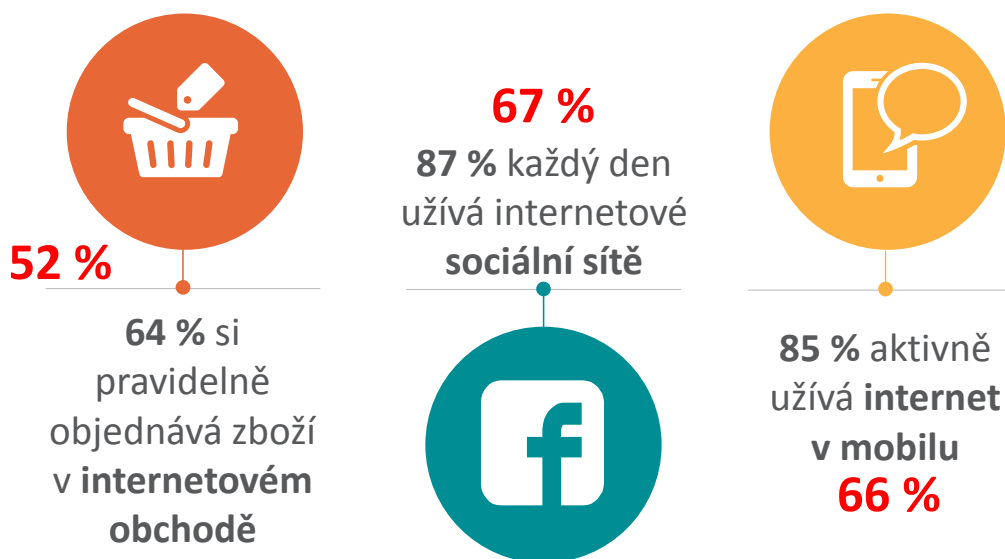
# Ipsos Rádío



Pozn.: Podíl odpovědí „Více, než 6 hodin denně“ + „3-6 hodin denně“ + „Denně“

11

# Ipsos Užívání internetu



Pozn.: internetové obchody Top2Box „Několikrát za měsíc“ + „Několikrát za čtvrt roku“; sociální sítě Top2Box „Několikrát denně“ + „Jednou denně“; internet v mobilu - odpověď „Ano, využívám ji“

12

# Ipsos Nová média: YouTube



Stephen Voltz, Diet Coke a Mentos Experiment, 17.5m zhlédnutí



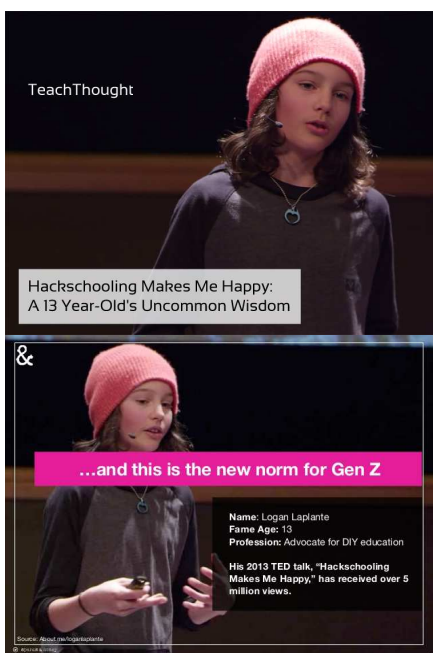
Zoella, 25 let, 10mil zhlédnutí

Mladí už nechtějí být televizní hvězdou, ale hvězdou na YouTube  
(Felix Kjellberg – více než 34 mil odběratelů a 7,5 mld zhlédnutí všech jeho videí)

Výdaje do reklamy na YouTube celosvětově rostou, odhad 4,4bn Euro (rostoucí podíl)



# Ipsos Neplést: generace Z vs. Millennials





**& Don't treat them like Millennials**

GENERATION Z	MILLENNIALS
Tech Innate: 5 Screens	Tech Savvy: 2 Screens
Think in 4D	Think in 3D
Judiciously Share (GeoLoco Off)	Radical Transparency: Share All
Active Volunteers	Slacktivists
Blended (race & gender)	Multi-cultural
Togetherness	Tolerance
Mature	Immature
Communicate with Images	Communicate with Text
Make Stuff	Share Stuff
Have Humility	Have Low Confidence
Future Focused	Now Focused
Realists	Optimists
Want to Work for Success	Want to be Discovered
Collective Conscious	Team Orientation


# Ipsos Mladá (mobilní) generace v číslech


**1 miliarda**  
lidí mladších 35 let má  
smartphone 

**71 %**  
z nich by radši utratilo poslední  
peníze na mobil než na jídlo 

**80 %**   
z nich s mobilem i spí



**89 %**  
jako první věc ráno  
kontrolují mobil 

**80 %**  
mladých lidí řeklo, že by měli špatný  
pocit, pokud by aspoň jednou denně  
nezkontrolovali mobil 

## Mimochodem: nejen generace Y je závislá na mobilu...





# Co konzumuje? Rychloobrátka

## Oblíbené potraviny



**76 %**

74 % několikrát týdně konzumuje **sýry**



63 % jí jogurty



**39 %**

49 % žvýká **žvýkačky**



**54 %**

45 % pije **instantní kávu**

**63 %**



**35 %**

42 % jí **sušenky**

# Alkoholické nápoje

**24 %**

39 % pije  
nejméně jednou  
týdně **pivo**



34 % pije **víno**

**15 %**

**6 %**

20 % pije **ovocná  
piva (radlery)**



18 % pije **tvrdý  
alkohol**

**6 %**

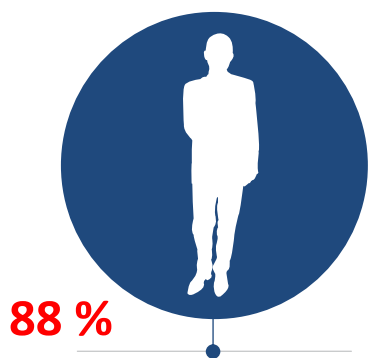
Pozn.: všechny údaje Top3Boxy – odpovědi „Denně“ + „Několikrát týdně“ + „Jednou týdně“

19

## Jak je na tom s financemi?

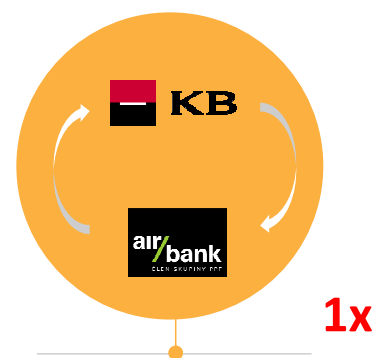
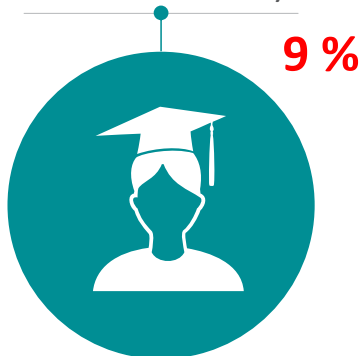
20

# Jaký typ účtu využívá a je věrná?



67 % využívá účet pro fyzické osoby

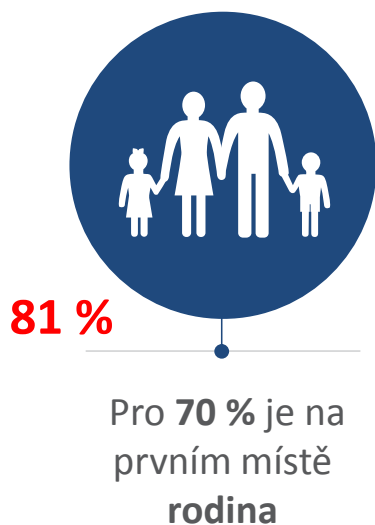
35 % využívá studentský účet (pro osoby ve věku 15-26 let)



2x častější změna banky

## Jaké má postoje? Chodí volit?

## Co je důležité pro generaci Y?



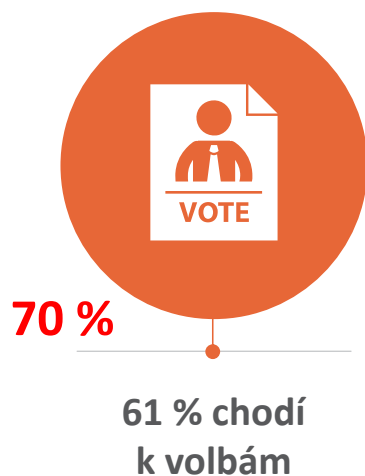
**25 %**  
Pro **33 %** je důležitá kariéra a uznání od ostatních



Pozn.: Top2box - odpovědi „Rozhodně souhlasím“ + „Spíše souhlasím“

23

## Účast ve volbách



**37 %** nechodí k volbám



Pozn.: údaje za respondenty 18-35 let; 2 % bez odpovědi

24

# Generace Y

Bohatne  
Je náročná  
První skutečně „globální“ generace

25 % populace

“

DĚKUJI ZA  
POZORNOST

”

[jakub.maly@ipsos.com](mailto:jakub.maly@ipsos.com)