



Ipsos Tambor, s. r. o.  
Národní 6, 110 00 Praha 1  
Česká republika  
IČ: 267 38 902, DIČ: CZ267 38 902  
Tel: +420 226 513 111  
office@ipsos-tambor.cz  
www.ipsos-tambor.cz

## **TISKOVÁ ZPRÁVA**

**Praha, 26. 2. 2010**

# **Sonda do světa luxusu v České republice v době krize**

**Přestože rok 2009 byl výrazně poznamenán finanční krizí, třetina žen ve věku 18-70 let přiznává, že v posledních dvou letech zakoupila nějaké luxusní zboží. Luxusní zboží častěji než ostatní věkové skupiny zakoupily ženy do 44 let věku.**

**Polovina lidí, kteří nakupují občas luxusní zboží, deklaruje koupi stále stejných značek jako před krizí, a to ve stejném nebo dokonce větším množství než dříve.**

**Pokud dochází k redukci nákupů luxusního zboží, nejčastěji se tak děje na úkor šperků, kabelek či hodinek. Naopak nejméně jsou zasaženy luxusní parfémy a luxusní kosmetika.**

**Vyplývá z výzkumů na téma luxus a luxusní zboží agentury Ipsos Tambor na vzorku 447 respondentů, registrovaných členů klubu BEINSTYLE.CZ, provozovatele českého internetového obchodu luxusního zboží. On-line výzkum proběhl v prosinci 2009.**

**Výsledky jsou rovněž porovnány s názory běžné populace žen ve věku 18-70 let (537 respondentek), které byly zjištěny na konci ledna 2010 v rámci pravidelného reprezentativního Ipsos Omnibusu.**

### **Co je luxus**

**Ve vnímání Čechů, kteří čas od času luxusní zboží nakupují, luxus představují krásné drahé věci, drahá auta, obecně se jedná o drahou kvalitu, pohodlí a komfort. Nejčastěji jsou spontánně vzpomínány kabelky, boty, oblečení, šperky a auta. Spontánně uváděné luxusní značky jsou především Gucci, Louis Vuitton, Christian Dior, Prada a Giorgio Armani.**

**Běžná populace žen pod luxusním zboží zejména vidí auta, oblečení, šperky, nemovitosti a vybavení domácností. Značky, které pro tyto ženy představují luxus jsou Christian Dior, Adidas, Mercedes, Nike, BMW, Audi, Dolce Gabana, Armani, Gucci a Versace.**

### **Proč luxus**

**Nákup luxusního zboží, mezi těmi, kteří luxusní zboží alespoň čas od času zakoupí, je motivován jednak požadavky na společenské či pracovní konvence, tak i vnitřní touhou po dobrém pocitu ze sebe prezentace a vlastnictví prestižního výrobku. Důležitost obou aspektů je více důležitá pro muže než pro ženy. Je zřejmé, že pořízení luxusního zboží přináší více než polovině žen potěšení - největší v případě parfémů, pak následují kabelky a luxusní boty. Na druhou stranu téměř tři pětiny žen zastupující běžnou populaci nepřipouští, že by pro ně bylo důležité nosit luxusní značky, pro vlastní dobrý pocit.**

## **Kde se nakupuje luxus**

Při nákupu luxusního zboží Češi obvykle postupují tak, že zákazník vyhledá informace na internetu a pak daný výrobek koupí jinde, než přes internet (především pak luxusní obuv, luxusní šperky a hodinky). Opačně je tomu při nákupu luxusních parfémů, lidé si nejčastěji parfém prohlédnou, vyzkouší v kamenné prodejně a pak ho zakoupí na internetu (34 %).

Lidé registrovaní u BEINSTYLE si v českých internetových obchodech koupí alespoň jednou do roka parfém (58 %) a luxusní kosmetiku (44 %).

Beinstyle.cz (14 %) a Aukro.cz (14 %) představují nejčastěji využívané internetové obchody u dané cílové skupiny. Dále následují parfums.cz (11 %), e-bay (9 %), parfemy.cz (8 %), fann.cz (5 %), krasa.cz (4 %).

## **Cenové vnímání luxusu**

Běžná populace žen ve věku 18-70 let začíná považovat zboží za luxusní už ve chvíli, kdy kabelka stojí více jak 2000 Kč, sluneční brýle 1.000 Kč, parfém 1500 Kč, kosmetika 1000 Kč a šperky 5.000 Kč.

Roční výdaje za výše uvedené kategorie zboží jsou u běžné populace žen v daném věku mnohem nižší, než u žen, které alespoň čas od času luxusní zboží kupují a vlastní značkové zboží. Vyšší výdaje za toto zboží deklarují ženy z obecné populace do 29 let než ostatní.

## **Jak drahý je luxus a oblíbenost značek**

Detailněji sledovaná cílová skupina lidí, kteří alespoň čas od času kupují luxusní zboží a která převážně vlastní značkové věci přiznává, že nejvyšší vynaložená částka při nákupu luxusní kabelky byla 10.000 Kč. Za šperky 8.750 Kč, sluneční brýle 5.000 Kč, dekorativní kosmetiku 3.000 Kč, parfém 3.000 Kč a šátek 2.000 Kč.

V oblasti oděvů a galanterních doplňků patří mezi nejoblíbenější značky Luis Vuitton, Guess či Prada. Mezi šperky se pak na čelních místech objevuje Swarovski, Cartier a Alo. Mezi slunečními brýlemi to je Christian Dior, Gucci a Prada. V parfémcech to pak je Christian Dior, Chanel a Giorgio Armani. Kosmetice dominují dvě značky, Christian Dior a Lancome.

***Řada dalších detailních informací je k dispozici ve volně prodejné studii Ipsos Tambor „Sonda do světa luxusu v ČR v době krize“.***

## **Informace o Ipsos Tambor**

Ipsos Tambor poskytuje komplexní služby v oblasti výzkumu trhu a veřejného mínění včetně poradenské činnosti. Má za sebou více než 17 let činnosti – v r. 1992 vznikla společnost Tambor, která se v r.v roce 2006 stala součástí sítě Ipsos ([www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)) – jedné z největších světových výzkumných sítí.v oblasti výzkumu trhu.

Ipsos Tambor spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 51 zemích světa a disponuje více než stovkou zkušených pracovníků v ČR. Ipsos Tambor je členem profesních organizací ESOMAR a SIMAR, řídí se dle jejich etických principů a metodických pravidel.

Více informací na [www.ipsos-tambor.cz](http://www.ipsos-tambor.cz).

### **Informace o BEINSTYLE CZECH REPUBLIC**

Beinstyle.cz plní roli luxusního obchodního domu, který se specializuje primárně na prodej módních doplňků italských a evropských značek. Nabízené kolekce ale nejsou pouze od světově uznávaných designerů, ale i od těch, kteří si teprve své místo na výsluní módy budují. Beinstyle poprvé otevřel své brány v létě 2008, o pár měsíců později vstoupil i na slovenský trh. Jaro 2010 pak bude klíčový pro vstup Beinstyle na trh v Polsku. Cílem Beinstyle pro nejbližší měsíce je vybudování obchodního portálu s luxusními módními doplňky, který bude představovat leadera na výše zmíněných trzích.

Více informací na [www.beinstyle.cz](http://www.beinstyle.cz).

### **Kontakt :**

Lenka Harmon  
Account Director  
Ipsos Tambor  
GSM: 725 583 596  
[lenka.harmon@ipsos.com](mailto:lenka.harmon@ipsos.com)  
Tel: +420 226 513 111

Michaela Hošková  
Beinstyle Czech Republic  
[michaela@beinstyle.cz](mailto:michaela@beinstyle.cz)  
GSM: 775 395 855