



## Обеспеченные россияне включают в свои цели на год путешествия, здоровый образ жизни и ремонт квартиры, дома или дачи

**Июнь 2017.** Компания Ipsos Comcon публикует результаты исследования Premier'2017, изучающего обеспеченных потребителей. Исследование детально анализирует марки, товары и услуги верхнего ценового диапазона, доступные обеспеченным слоям населения. В онлайн-опросе участвуют жители российских городов с населением 500 тыс. жителей в выше, с высоким личным доходом или доходом на члена семьи, относящиеся к верхним 10% населения по материальному положению.

**Изменения экономической ситуации** в худшую сторону за 12 месяцев, предшествовавших опросу, отметили 58% опрошенных. Для 15% экономическая

ситуация за год стала лучше. Дальнейших улучшений в течение ближайшего года ожидают 30% опрошенных; 38% предполагают, что ситуация будет ухудшаться; 32% прогнозируют, что изменений экономической ситуации не произойдет.

**Пятерку основных целей жизни** на ближайший год для обеспеченной аудитории составляют путешествия, здоровый образ жизни, ремонт квартиры, дома или дачи, сбережения или инвестиции, а также покупка автомобиля.

Возможность путешествовать является одним из атрибутов благосостояния, поэтому, несмотря на

### Треть опрошенных ждут улучшений, чуть больше — прогнозируют ухудшение ситуации

#### Ожидания на ближайшие 12 мес.

- Ухудшится
- Не изменится
- Улучшится



Источник: Ipsos Comcon, исследование Premier, 2017  
Выборка: Города 500 тыс.+, россияне 18-65, относящиеся к верхним 10% населения по материальному положению

### Путешествия в приоритете среди целей обеспеченных респондентов на ближайший год

#### Цели на ближайший год (топ 5)

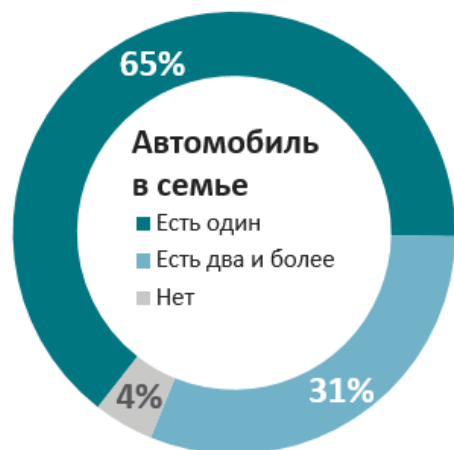


Источник: Ipsos Comcon, исследование Premier, 2017  
Выборка: Города 500 тыс.+, россияне 18-65, относящиеся к верхним 10% населения по материальному положению

экономический кризис, путешествия остаются на первом месте среди целей для обеспеченных россиян на ближайший год. Приоритетность путешествий ярко выражена в городах-миллионниках, эту цель назвали 67% опрошенных, в то время как в городах с населением от 500 тыс. жителей до миллиона хотят путешествовать в ближайшие 12 месяцев только 60% опрошенных. Несмотря на это, путешествия опережают другие цели, названные респондентами из городов второй страты. Доля назвавших своей целью здоровый образ жизни, не отличается по стратам и составляет 56%.

**Квартиру в собственности** имеют 83% опрошенных; 5% арендуют жилье; 10% опрошенных имеют в собственности дом или таунхаус.

**В каждой третьей обеспеченной семье — два и более автомобиля**



Источник: Ipsos Comcon, исследование Premier, 2017  
Выборка: Города 500 тыс.+, россияне 18-65, относящиеся к верхним 10% населения по материальному положению

## Об исследовании

**Premier** - это углубленное синдикативное онлайн-исследование обеспеченных потребителей в России.

**Premier** содержит готовые данные о стиле жизни, особенностях мировоззрения и поведения обеспеченных россиян. Дает возможность углубленного анализа премиальных рынков и брендов.

Выборка составляет 2800 человек из городов с населением от 500 тыс. жителей, с высоким личным доходом или доходом на члена семьи, относящиеся к верхним 10% населения по материальному положению (используется сегментация SEL – socio-economic level). Сбор данных Premier'2017 проводился с 1 по 30 апреля 2017 года.

**Автомобиль** есть в подавляющем большинстве обеспеченных семей. 65% семей сообщили о наличии одного автомобиля, 31% семей владеют двумя или более авто. 32% владельцев автомобилей приобрели машину 3-4 года назад; 20% опрошенных — 5-6 лет назад и более.

**Одежду luxury-брендов** покупали 59% опрошенных. При этом 70% покупали одежду в магазине или в бутике в России, 45% опрошенных покупали одежду в российском интернет-магазине; 44% — в магазине или бутике за границей. Каждый пятый покупал одежду luxury-брендов в зарубежном интернет-магазине. ■

**Почти половина покупавших luxury-одежду делали это через российский интернет-магазин**



Источник: Ipsos Comcon, исследование Premier, 2017  
Выборка: Города 500 тыс.+, россияне 18-65, относящиеся к верхним 10% населения по материальному положению. Покупали luxury-одежду

## О компании

**Ipsos Comcon** входит в состав международной компании **Ipsos Group**, входящей в тройку глобальных лидеров по объему проводимых маркетинговых исследований и имеющей офисы в 88 странах мира.

Ipsos Comcon в России предоставляет полный комплекс маркетинговых услуг в области тестирования рекламы, инноваций и исследований брендов, в разработке стратегии развития взаимоотношений с потребителями.

В России Ipsos Comcon располагает большим портфелем готовых исследований, позволяющих описать стиль жизни, потребление, покупки и медиапредпочтения россиян.