

Velikonoce v ČR: koupíme plato vajec, zůstaneme doma a rozdáme sladkosti

- ⇒ Unikátní projekt Životní etapy zmapoval životy Čechů, nyní se zaměřil na to, jak prožívají Velikonoce
- ⇒ Loni utratili lidé v týdnu před Velikonocemi o 9 % více za potraviny než v běžném týdnu, v průměru o 100 Kč více než o rok dříve
- ⇒ Výdaje za potraviny nakoupené online loni meziročně vzrostly dokonce o 86 % na téměř 3 miliony Kč; nejvíce utrácí mladší rodiny
- ⇒ Pražáci za předvelikonoční nákupy utratí bezhotovostně v průměru 1 678 Kč, což je zhruba o 100 Kč více než Brňáci, ale jen o 50 Kč více než Liberečtí

V roce 2016 zaplatili lidé v Česku kartou v největších supermarketech během velikonočního týdne více než 1 mld. Kč. V loňském roce se zároveň skokově zvýšil objem prostředků utracených na internetu a to o 86 % na téměř 3 mil. Kč. Nejvíce před Velikonocemi na internetu utrácí mladší rodiny, následovány singles a studenti. Vyplývá to z projektu výzkumného týmu České spořitelny s názvem Životní etapy, který propojuje několik zdrojů od etnografických rozhovorů, přes databáze klientů České spořitelny, projekce České spořitelny až po ad-hoc tematické výzkumy. Unikátnost tohoto projektu potvrzuje i první místo v soutěži Zlatý středník, které získala jejich knižní podoba.

„Díky vyhodnocování několika různých zdrojů dat, jsme schopni velmi dobře zmapovat životy a chování nejen našich klientů a to jak podle věku, tak podle životních situací. Víme tak například, že za potraviny ve velikonočním týdnu utratí bezhotovostně nejvíce starší rodiny a to v průměru 1 567 Kč,“ řekla Monika Hrubá, vedoucí výzkumu České spořitelny. Naopak nejmíň utratí studenti, kteří do jídla na Velikonoce investují pouze 709 Kč.

Zajímavé výsledky nabízí i průzkum velikonočních zvyklostí. Podle očekávání lidé z velikonočních tradic nejvíce udržují malování vajíček a koledování mezi příbuznými. Necelá polovina z nich plete i pomlázku a zhruba třetina chodí na koledu také mimo rodinu. Půst před Velikonocemi však dodržuje pouze 9 % dotázaných a 7 % respondentů nedodržuje žádné zvyky. Tradice se udržují nejvíce v rodinách, jen s výjimkou držení pustu, kde vedou mladí lidé bez rodiny a senioři.

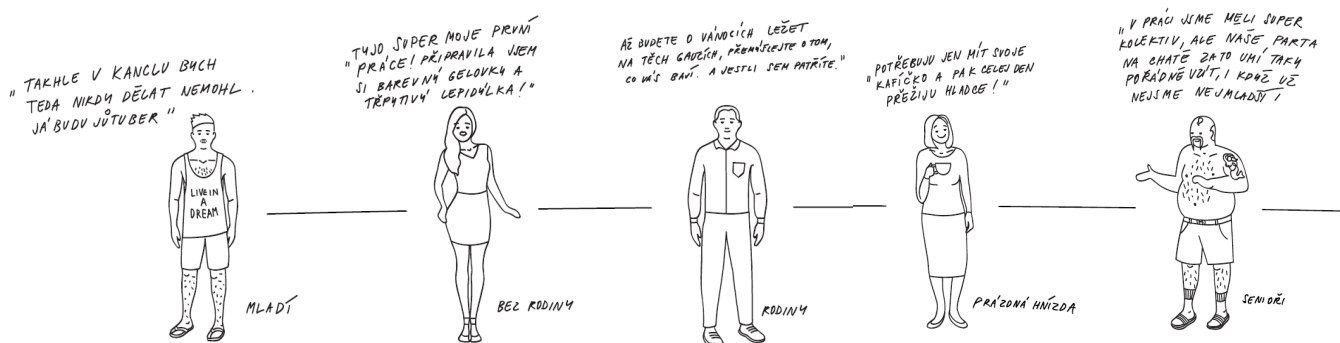
Téměř dvě pětiny lidí na velikonoční svátky kupují 21 až 30 vajec. Zhruba třetina pak kupuje 11 až 20 vajec a pětina kupuje více než 31 vajec. Tři čtvrtiny respondentů tráví Velikonoce doma, 11 % u příbuzných a 10 % na chatě, do

zahraničí se nejezdí. Nejčastěji si lidé na Velikonoce zvou na návštěvu babičky a dědečky. Právě babičky jsou nejtědřejšími velikonočními dárci, následují je maminky a dědečkové.

A jak se chováme ke koledníkům? Jsme k nim poměrně otevření. Téměř 90 % mladších i starších rodin pozve domů buď všechny, nebo alespoň některé koledníky. Zhruba stejně otevření jsou i senioři a prázdná hnízda. Ti si ale více vybírají, kdo překročí jejich práh. Naopak nejméně vstřícní jsou mladí a lidé bez rodin. Jen dvě pětiny z nich pozve dál všechny koledníky a téměř jedna třetina z nich, nepustí dál nikoho. Dětské koledníky nejčastěji dostávají sladkosti a vajíčka. Dospělí koledníci nejčastěji dostanou alkohol a vajíčka.

Udržet rodinné finance pod kontrolu, lépe sledovat své výdaje i hledat úspory může lidem pomoci služba Moje zdravé finance (více informací na www.mojezdravefinance.cz). Službu Česká spořitelna nabízí od počátku listopadu v celé pobočkové síti. Demo aplikace Moje zdravé finance si můžete vyzkoušet [zde](#).

Životní etapy



Pro další informace prosím kontaktujte Tiskové centrum Finanční skupiny České spořitelny:

Kristýna Havligerová
Tisková mluvčí ČS
E-mail: tiskove_centrum@csas.cz

Pavla Kozáková
Tiskové centrum ČS
klpacesova@csas.cz

Profil České spořitelny

Na českém trhu jsme bankou s nejdéší tradicí. Naše kořeny sahají až do roku 1825. Jsme moderní bankou orientovanou na drobné klienty, malé a střední firmy, města a obce. Máme nezastupitelnou roli ve financování velkých korporací a v poskytování služeb v oblasti finančních trhů. Od roku 2000 se můžeme opřít o silné zázemí středoevropské Erste Group. Naším společným cílem je nabídnout klientům takové služby, jaké potřebují bez ohledu na čas a místo. Naše postavení nám dovoluje udávat trend v zavádění moderních bankovních služeb i v technologických inovacích.

- Počet našich klientů dosahuje téměř 5 milionů. Jsme tak **největší bankou** v České republice.
- Zaujímáme **první pozici** na trhu klientských úvěrů (20% tržní podíl), spotřebitelských úvěrů, včetně kreditních karet a kontokorentů (30% tržní podíl) i v celkových vkladech (20% tržní podíl). Na špici jsme i v oblasti hypoték (27% tržní podíl). Disponujeme nejširší sítí poboček a bankomatů.

- Usilujeme o **bezbariérovost našich služeb**: máme první bezbariérové stránky www.bankabezbarier.cz; 239 bezbariérových poboček; 26 poboček se službou simultánního přepisu pro neslyšící; více než 700 bankomatů uzpůsobených pro nevidomé.
- **Vzděláváme ke konkurenceschopnosti**, nejen tím že posilujeme finanční gramotnost a jsme dlouhodobými partnery vysokých škol. Prostřednictvím Nadace Depositum Bonum usilujeme o zkvalitnění výuky přírodních a technických oborů. Díky Nadaci České spořitelny **jsme s těmi, od nichž se společnost odvrací** - zaměřujeme se na podporu seniorů, lidí s mentálním postižením a prevenci a léčbu drogové závislosti.