

W raporcie przedstawiono wyniki badań zrealizowanych przez **INSE Research**, dotyczących warunków życia i potencjału nabywczego polskich emerytów.

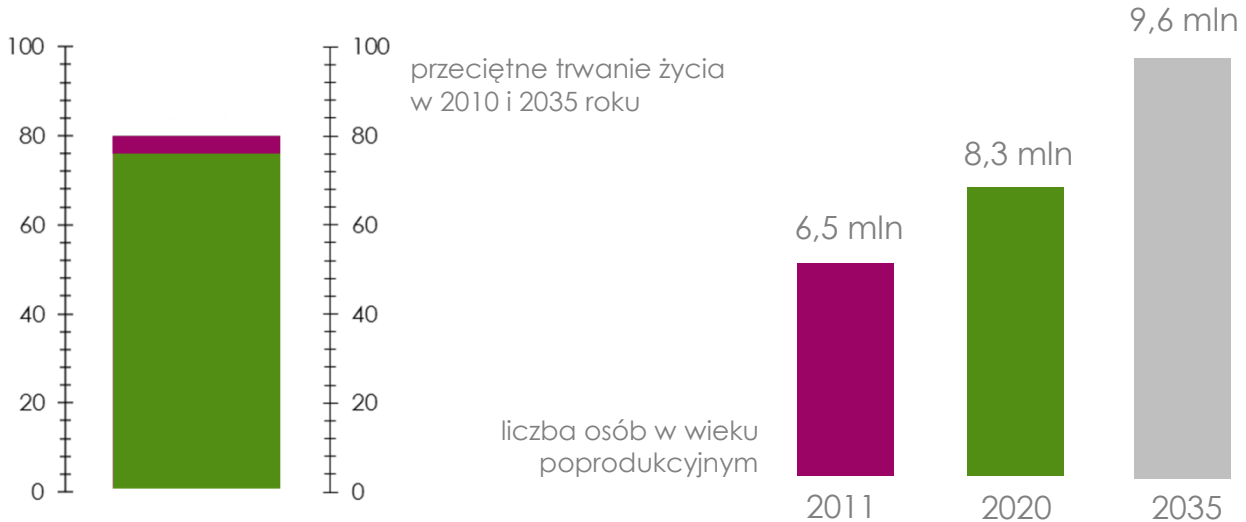
Analiza stanu posiadania oraz wzorców konsumpcji została wzbogacona wnioskami płynącymi z badań rozkładu przestrzennego. Dzięki wykorzystaniu **zaawansowanych metod statystycznych i ekonometrycznych** możliwe było nie tylko określenie tęcznej wartości środków, jakimi dysponują emeryci, ale także wskazanie obszarów cechujących się najwyższym potencjałem nabywczym, generowanym przez tę grupę.

BADANIE „ZŁOTY EMERYT” PRZYNIOSŁO ODPOWIEDZI NA NASTĘPUJĄCE PYTANIA:

- Jaki jest potencjał nabywczy polskich emerytów i jak silne jest jego zróżnicowanie przestrzenne?
- Jakimi cechami charakteryzują się emeryci i w jaki sposób przekłada się to na wzorce konsumpcji?
- Czym różni się złoty emeryt od przeciętnego zamożnego?

W badaniu wykorzystano m.in. metody analizy skupień oraz metodologię szacowania wartości dla niskiego poziomu agregacji danych, opracowaną przez INSE Research.

- będziemy żyć coraz **DŁUŻEJ**
- wśród nas będzie coraz **WIĘCEJ OSÓB STARSZYCH**

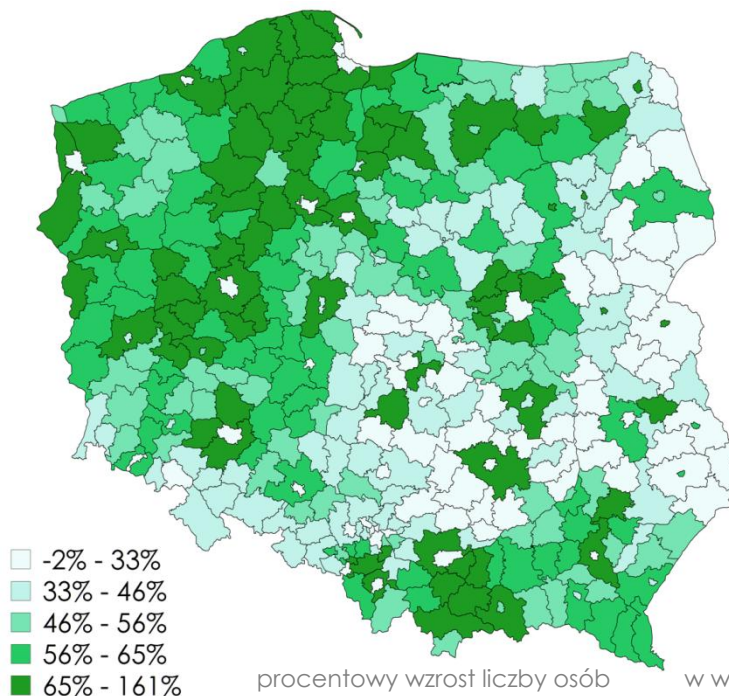


JUŻ ZA CHWILECZKĘ, JUŻ ZA MOMENCIK...

Zgodnie z prognozami demograficznymi liczba osób w wieku poprodukcyjnym będzie wzrastać.

W zależności od powiatu zmiany te będą się znacząco różnić.

Niektóre powiaty, np. gdański, toruński i bydgoski, odnotują podwojenie liczby osób starszych.



procentowy wzrost liczby osób w wieku poprodukcyjnym w latach 2011–2035

Populacja emerytów jest zróżnicowana. Można wyróżnić **TRZY GRUPY**, różniące się: wartościami, poglądami i stanem posiadania.

43%

nieufni tradycjoniści

Najczęściej bez telefonu komórkowego i konta w banku, nie korzystają z komputera, a 60% z nich mieszka na wsi. Twierdzą, że dobra materialne wyznaczają pozycję społeczną. Chcą je mieć, bo lubią kiedy im ktoś zazdrości.

37%

nowocześni aktywiści

Ponad 90% ma telefon komórkowy i konto w banku, a ok. 50% korzysta z komputera. Ponad połowa mieszka w miastach. Są pełni energii i uważają, że w życiu liczą się przyjemności.

20%

zmęczeni idealiści

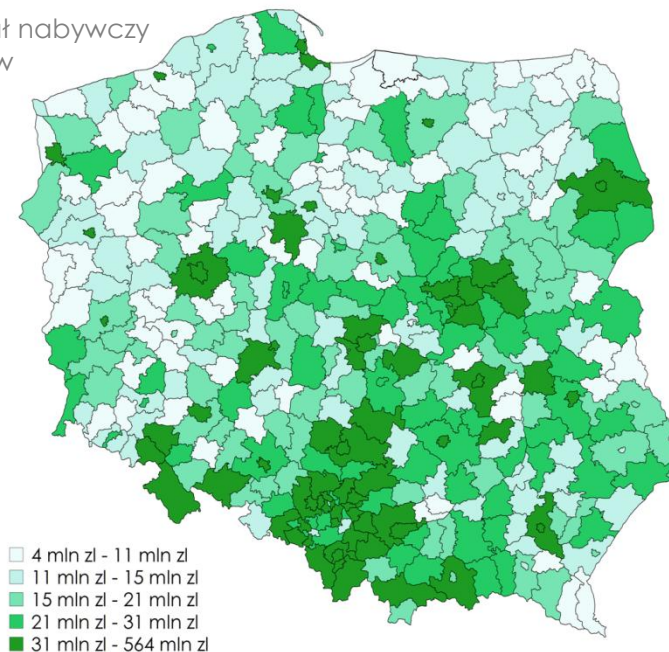
Uważają, że dobra materialne nie świadczą o sukcesie i nie służą budowaniu prestiżu, a życie to nie tylko przyjemności. Ok. 30% z nich czuje się pozbawiona energii.

potencjał nabywczy
emerytów

W Polsce żyje ponad
6 mln emerytów

Łączny potencjał
nabywczy generowany
przez nich miesięcznie
szacuje się na ok.

10 mld zł



12,8% gospodarstw emerytów dysponuje dochodem **PRZEKRACZAJĄCYM ŚREDNIĄ** pozostałych gospodarstw.

zmywarkę do naczyń posiada 24% złotych emerytów, podczas gdy w pozostałych zamożnych gospodarstwach odsetek ten wynosi 33%

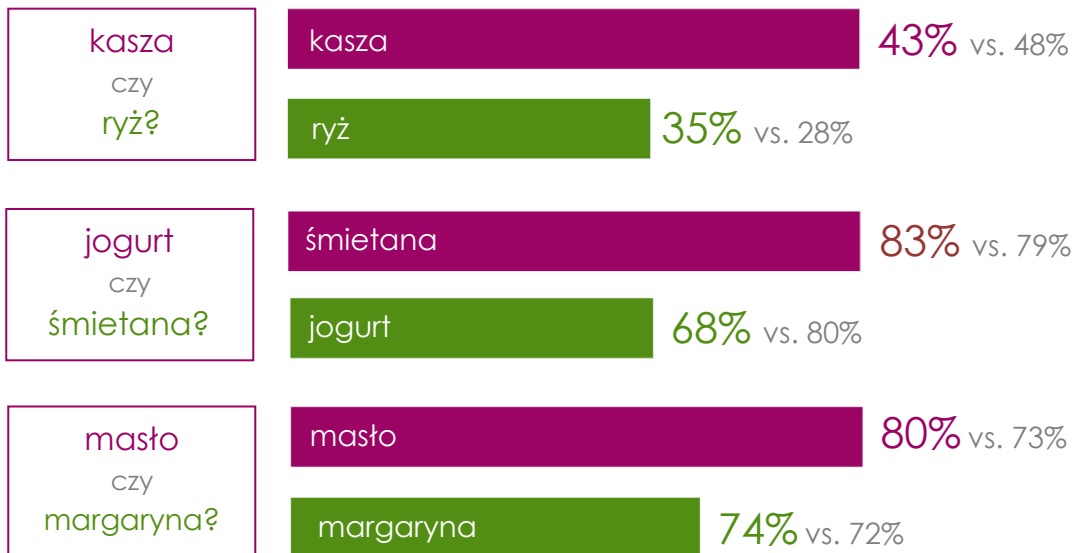
spośród nich 8% posiada domek letniskowy (2 razy więcej niż w przypadku pozostałych o dochodzie powyżej przeciętnej)

21% posiada działkę rekreacyjną (dla porównania w przypadku pozostałych jest to tylko 12%)

laptop jest w wyposażeniu tylko 31% gospodarstw złotych emerytów i aż w 87% gospodarstw innych zamożnych

JESIEŃ KONSUMOWANIA?

- Gospodarstwa domowe emerytów wydają przeciętnie **16 zł/mies.** na oliwę z oliwek, czyli o 3 zł mniej niż pozostałe.
- Emeryci częściej niż pozostali kupują miód (**15%** vs. 10%).



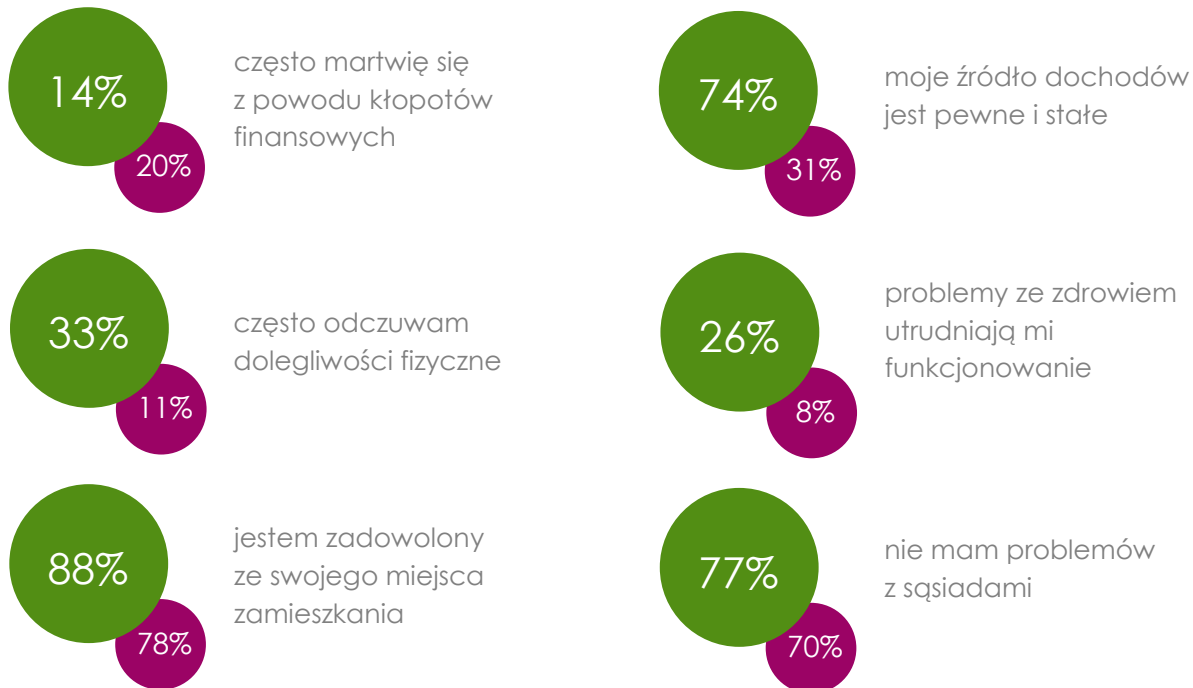
Struktura wydatków **ZŁOTYCH EMERYTÓW** różni się od tej, jaką cechują się pozostałe zamożne gospodarstwa domowe.

dwa razy mniej złotych emerytów jada w restauracjach w porównaniu do innych zamożnych.

aż 13% zamożnych emerytów kupuje artykuły ogrodnicze, podczas gdy wśród innych odsetek ten wynosi 9%.

23% złotych emerytów kupuje gazety i czasopisma (vs. 17% pozostali zamożni). Wydają na nie średnio 33 zł/mies. (aż o 12 zł więcej niż inni).

WESOŁE JEST ŻYCIE STARUSZKA?



duże koła – emeryci, małe koła – pozostali badani

kupowanie produktów i usług przez Internet

42% vs. 59%

telefonowanie przez Internet (VoIP, Skype)

42% vs. 58%

korzystanie z komunikatorów

40% vs. 45%

granie w gry sieciowe przez Internet

30% vs. 51%

ściągnięcie darmowej muzyki, filmów

28% vs. 55%

uczestniczenie w grupach / forach dyskusyjnych

26% vs. 55%

tworzenie, publikowanie tekstów

15% vs. 45%

Facebook

13% vs. 34%

8 godzin

tygodniowo przy
komputerze*

* 16 godzin – pozostali badani



www.research.inse.pl +48 42 630 01 40