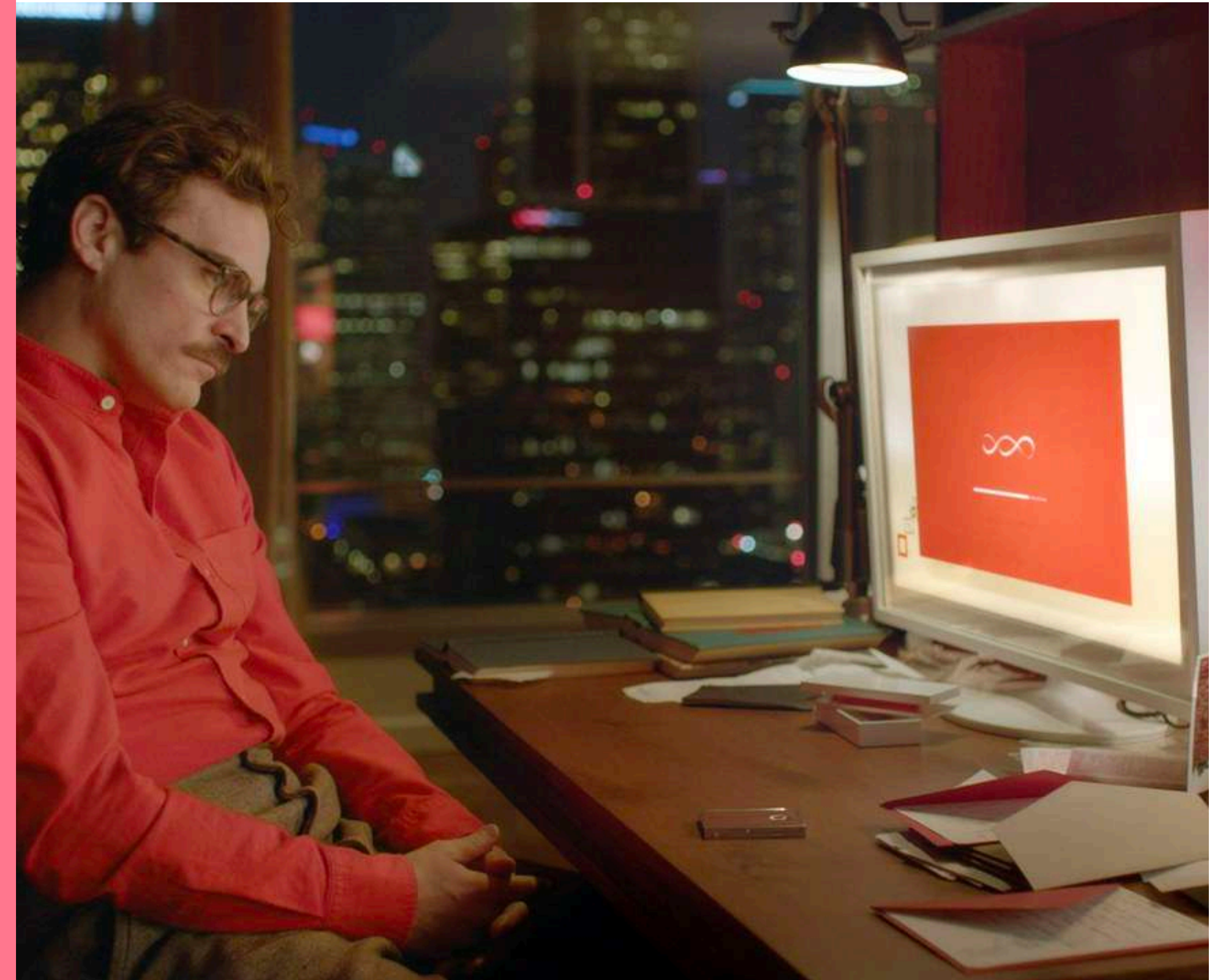


LÁSKA V DOBĚ DIGITÁLNÍ

POSTŘEHY PROSUMERŮ



POSTUP

- Vytvořeno Havas Group, součást Vivendi
- Provedeno Market Probe International v 1Q19
- Odpovědělo 17 411 lidí ve věku 13+ v 37 trzích

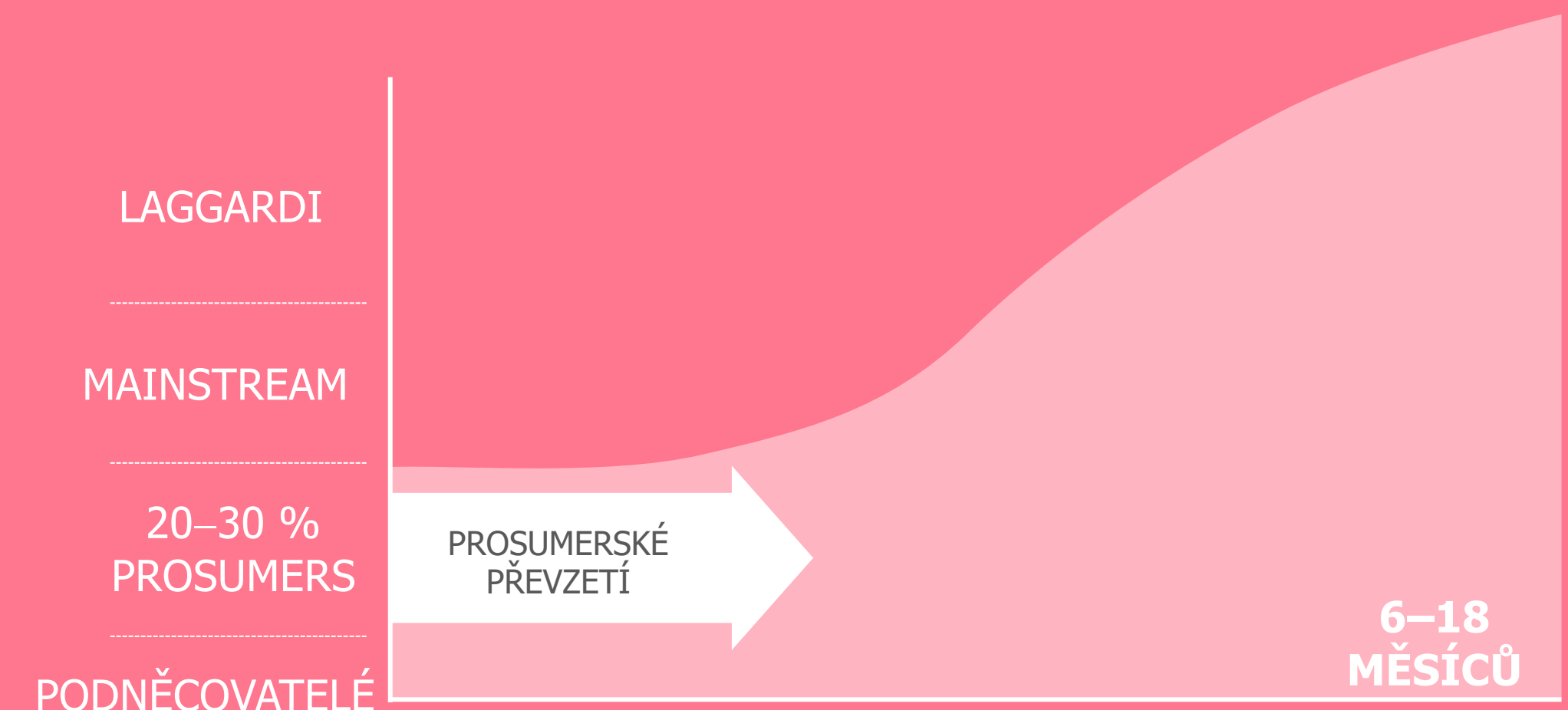
KDO JSOU PROSUMEŘI?

První globální Prosumer studie byla provedena v roce 2004 v devíti zemích. V následujících letech se Prosumer studie od Havas Group staly nástrojem pro předpovídání nastupujících trendů v postoji a chování spotřebitelů.

Prosumeři jsou současní hlavní influenceři a hnací síla trhu. To, co prosumeři dělají dnes, budou většinoví spotřebitelé s velkou pravděpodobností dělat za 6 až 18 měsíců.



Austrálie . Belgie . Brazílie . Bulharsko . Kambodža . Kanada . Chile . Čína . Kolumbie . Česká republika . Dánsko . Estonsko . Francie . Německo . Hongkong . Indie . Indonésie . Irsko . Itálie . Japonsko . Korea . Litva . Malajsie . Myanmar . Nizozemsko . Norsko . Filipíny . Polsko . Portugalsko . Rusko . Saúdská Arábie . Španělsko . Thajsko . Spojené arabské emiráty . Spojené království . Spojené státy . Vietnam



Zdroj: Havas Worldwide Prosumer survey, 2019

Fakt

01

POHÁDKOVÝ SYNDROM

KVŮLI FANTAZIÍM O VĚČNÉ LÁSCĚ JE CÍL NAJÍT LÁSKU JEŠTĚ VÍC NEDOSAŽITELNÝ

Odpovědi prosumerů; % velmi/částečně souhlasí

80 %

Stále věřím, že láska může být navždy

69 %

Lidé, kteří tráví život bez partnera/partnerky, přicházejí o důležitou část života

VS.

+79 %

Odhadovaný globální růst rozvodovosti, 2000–2030

2

Roky – průměrná délka zamilovanosti

Fakt

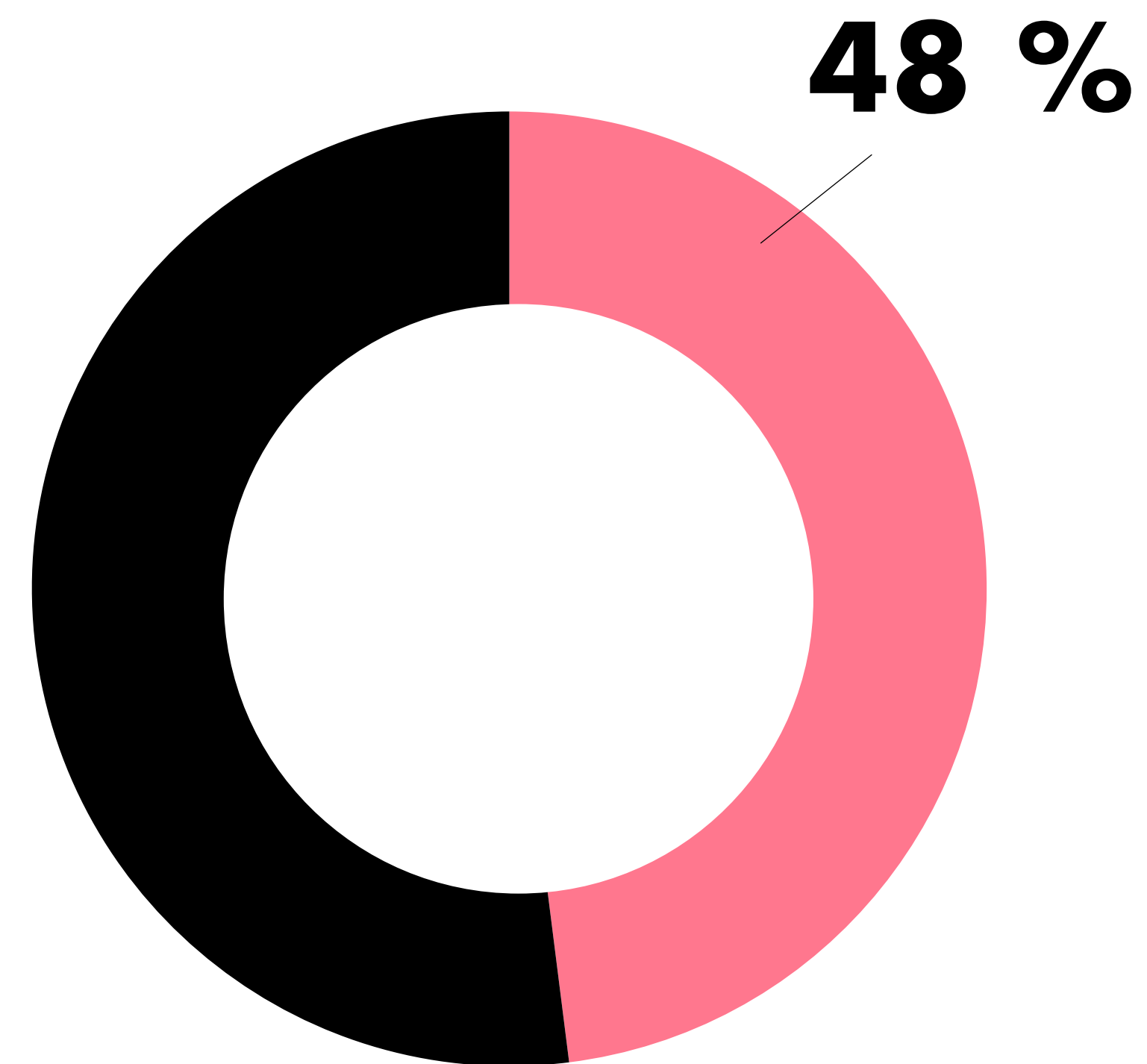
02

RANDĚNÍ JE SKLIČUJÍCÍ

HLEDÁNÍ LÁSKY NENÍ JEDNODUCHÉ



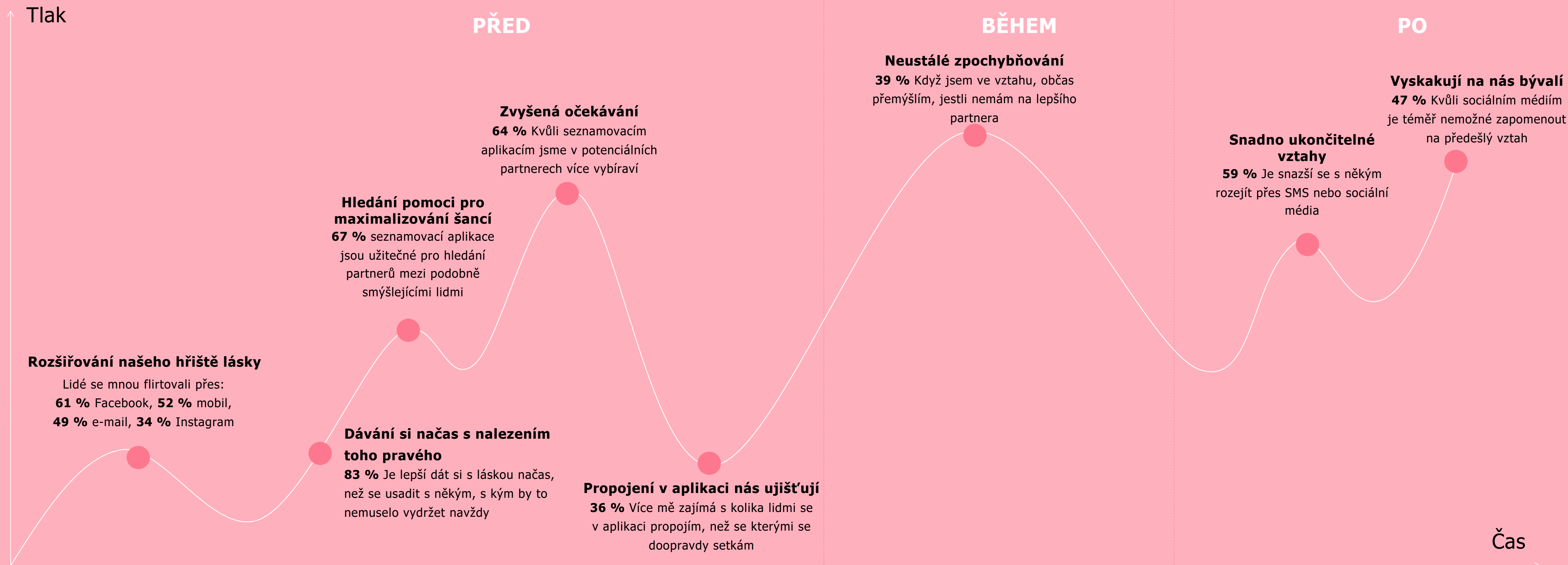
Odpovědi prosumerů; % velmi/částečně souhlasí



Randění bývalo snazší pro předešlé generace

Fakt
03

OD VĚČNÉ LÁSKY K VĚČNÉMU RANDĚNÍ STÁLÉ HLEDÁNÍ & NIKDY SPOKOJENOST

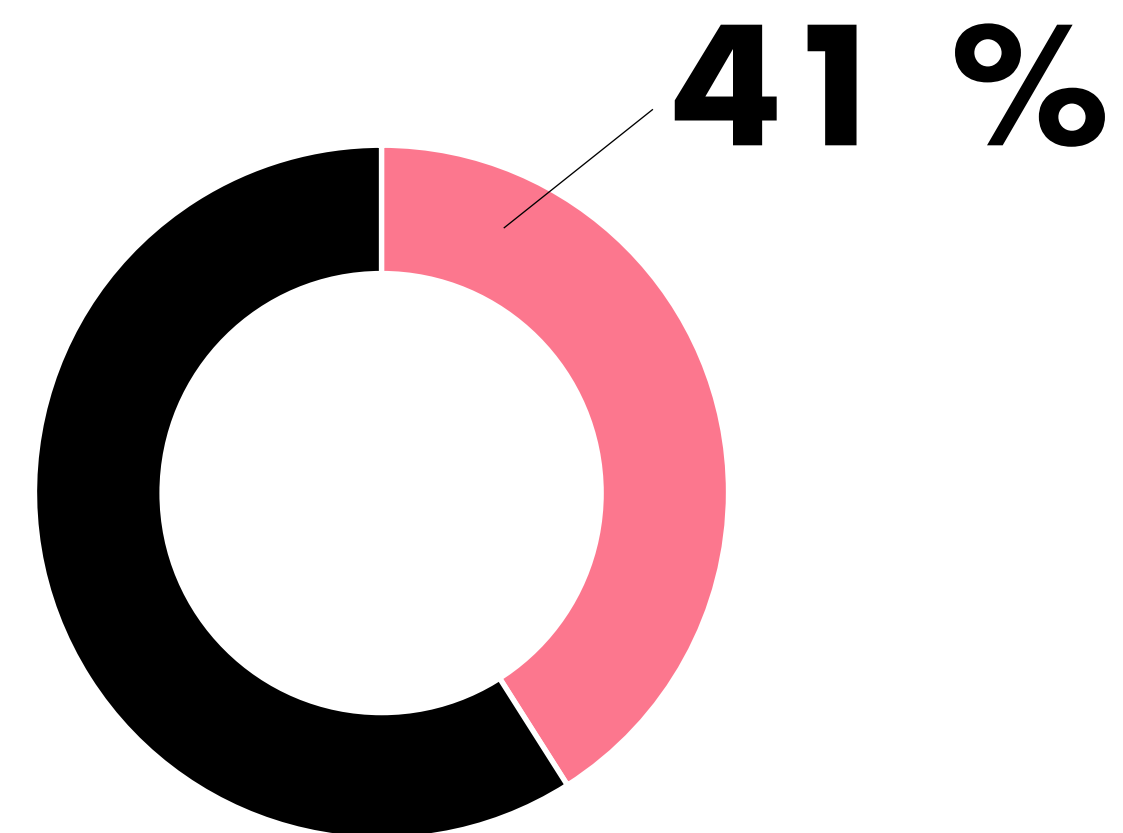


Fakt

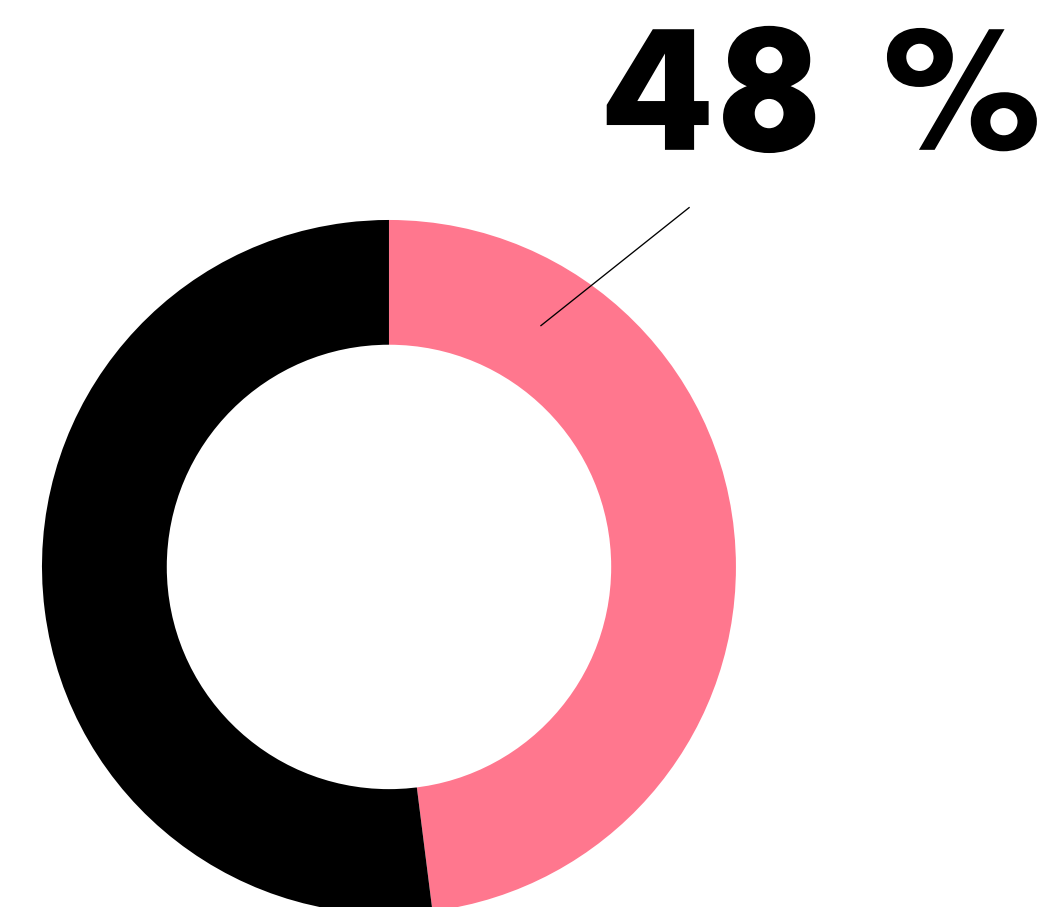
04

SEX MAŠINY

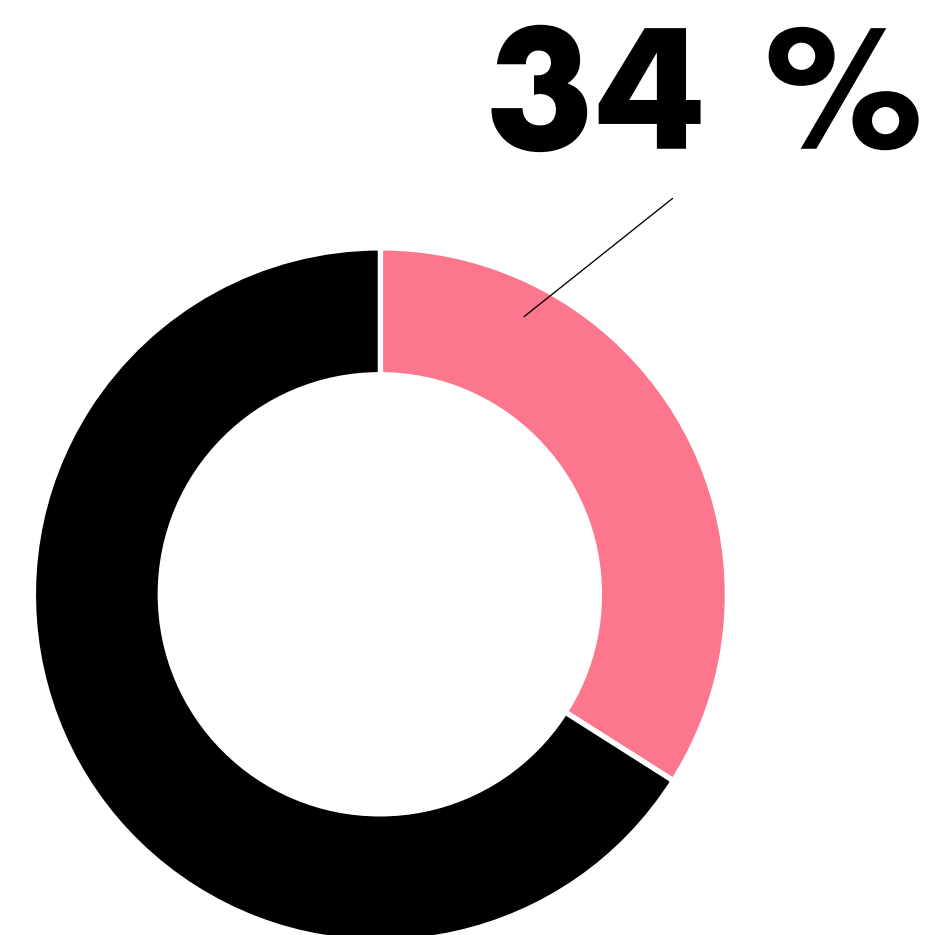
LIDÉ SE STÁVAJÍ POSEDLÝMI SVÝM VÝKONEM A JSOU ÚZKOSTLIVÍ, ABY NAPLNILI PARTNEROVA OČEKÁVÁNÍ



V budoucnu bych byl/a ochotný/á své sexuální aktivity monitorovat, abych se mohl/a zlepšovat



Sex nemá se zamilováním nic společného



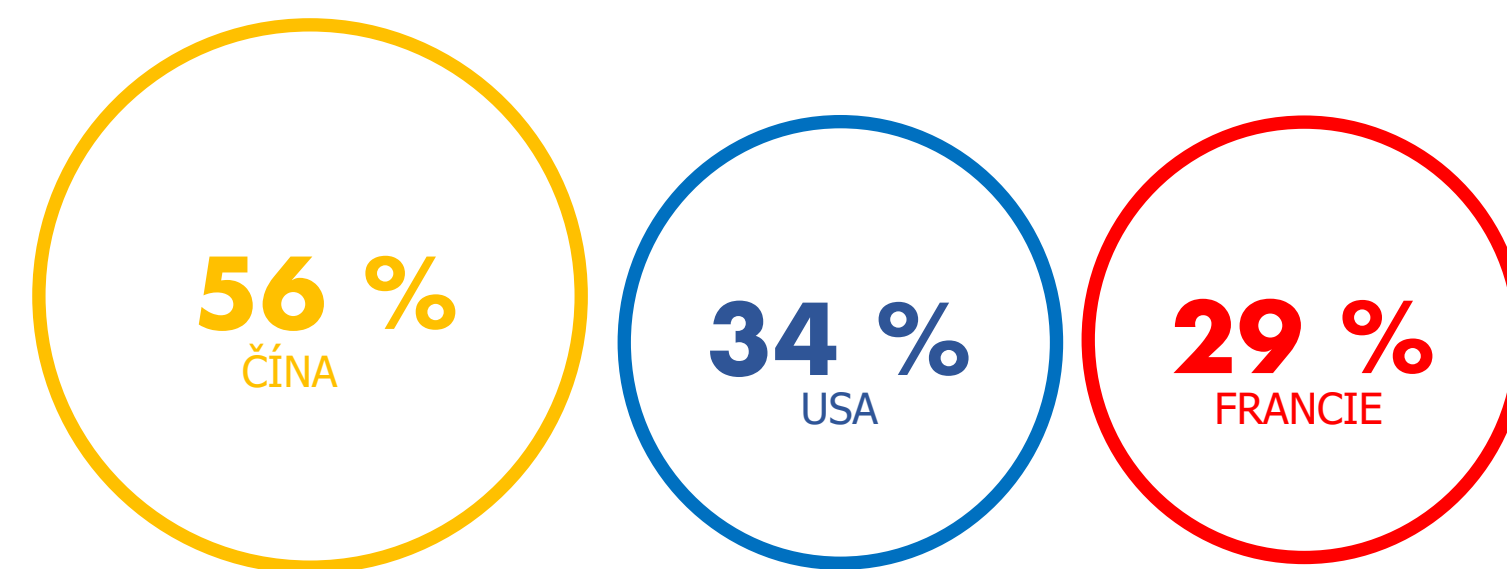
Porno mi pomáhá vylepšovat moji sexuální zručnost

Fakt

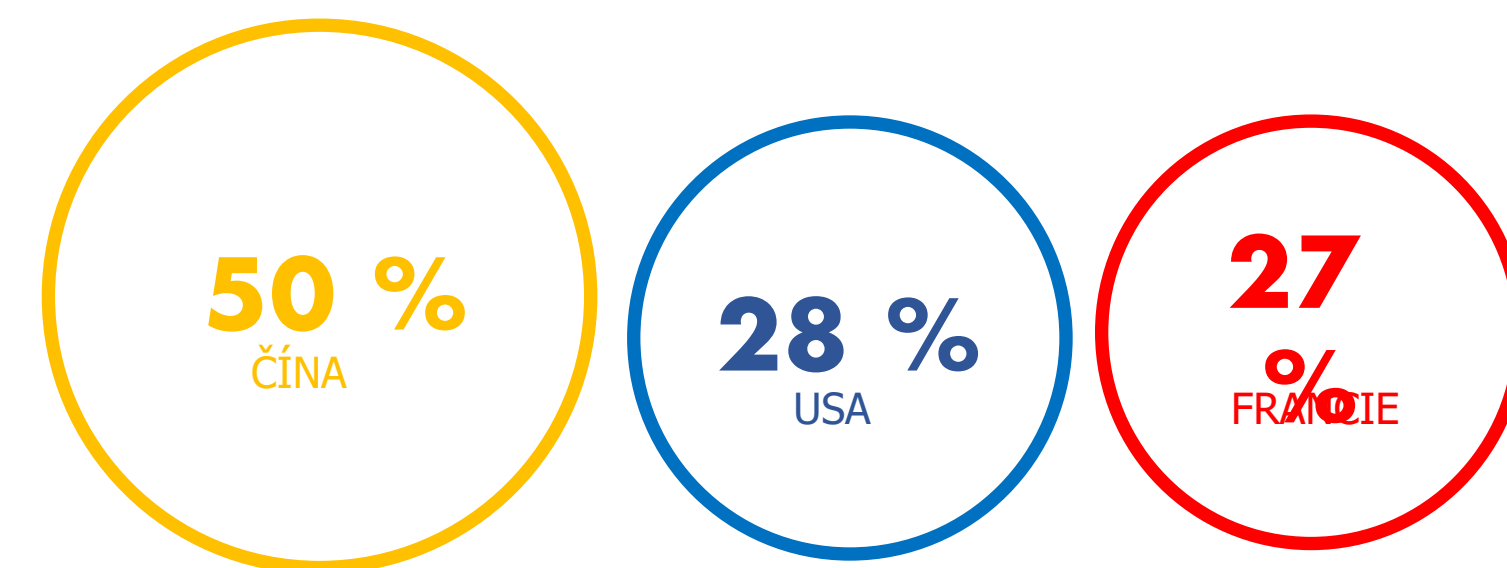
05

POSLOUCHAT SVÉ SRDCE... NEBO ALGORITMY?

PODLE ČIŇANŮ NENÍ NIC
BEZPEČNĚJŠÍHO NEŽ DŮVĚŘOVAT
ALGORITMU



Umělá inteligence nám bude umět sdělit, jestli jsme ve vztahu, který má budoucnost



Důvěřoval/a bych algoritmu, aby našel moji spřízněnou duši

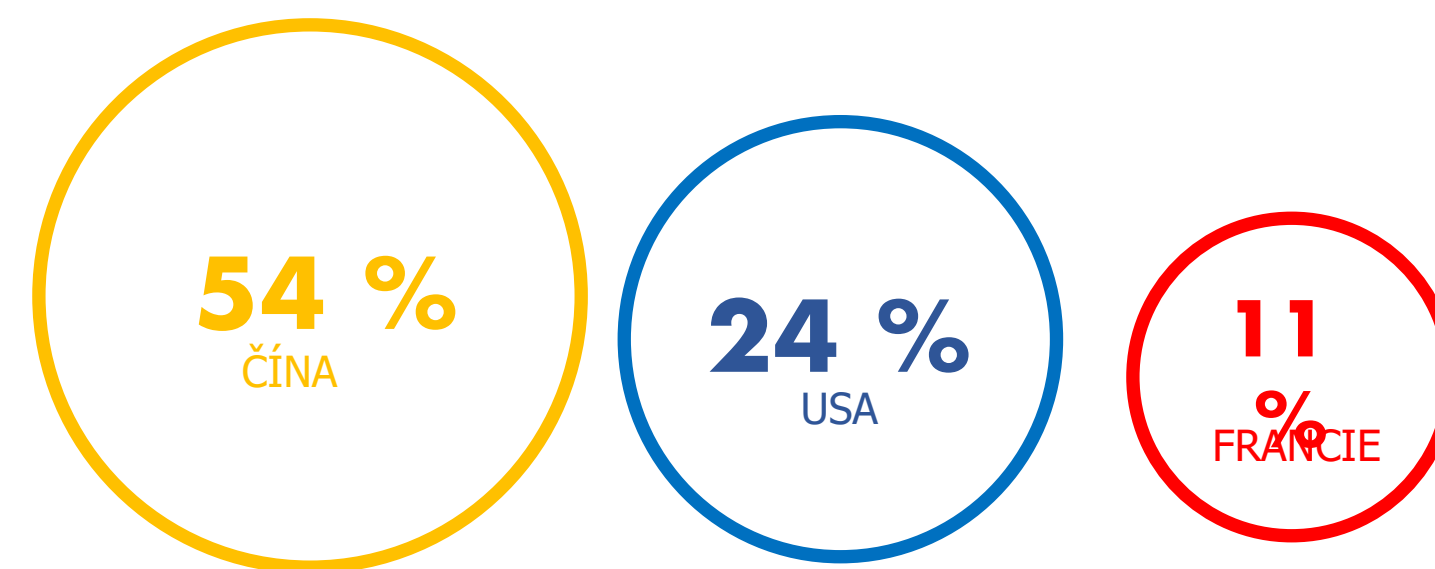
Fakt

06

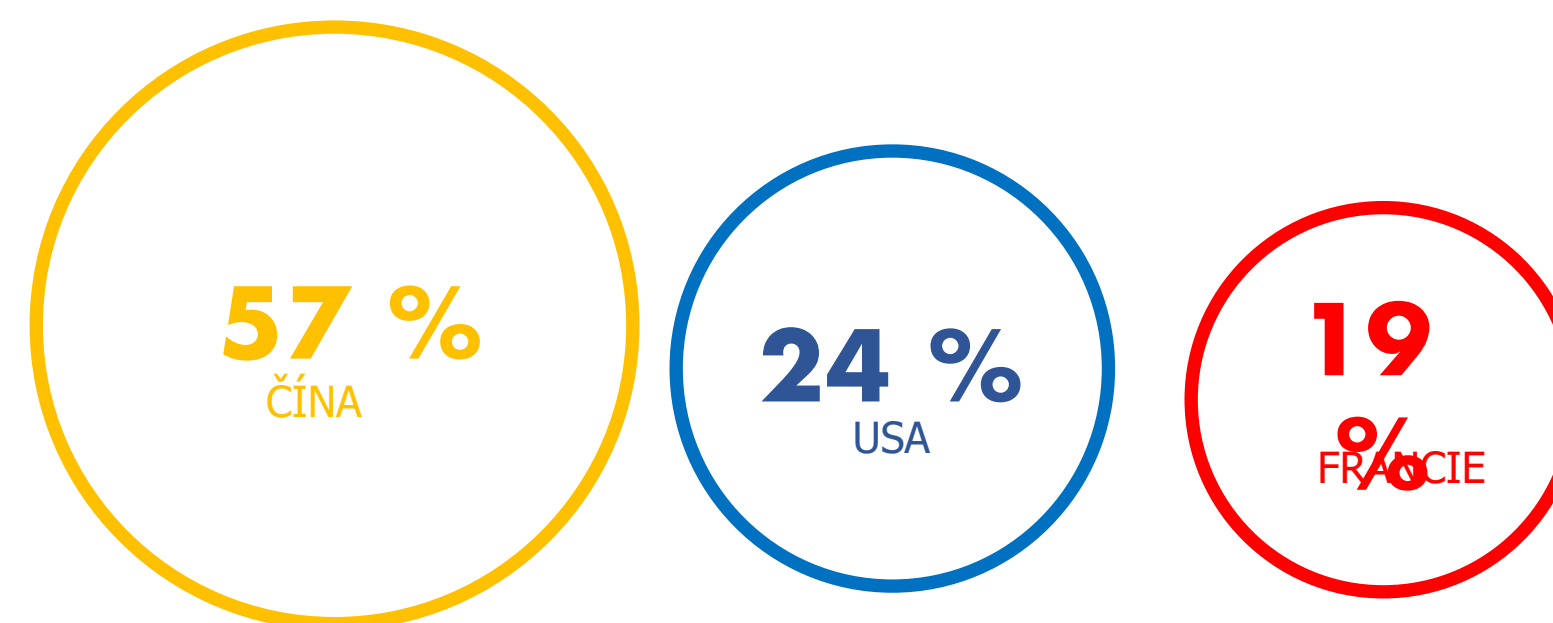
NEVĚŘ SVÉMU SRDCI, ALE TESTŮM DNA

UKÁŽU TI SVOJE GENY, KDYŽ MI
TY UKÁŽEŠ SVOJE.

Odpovědi prosumerů; % velmi/částečně souhlasí



Před investováním do dlouhodobého vztahu bych
chtěl/a znát DNA profil svého partnera



V budoucnu bych si přál/a, aby seznamovací
aplikace uměly porovnávat DNA

Fakt

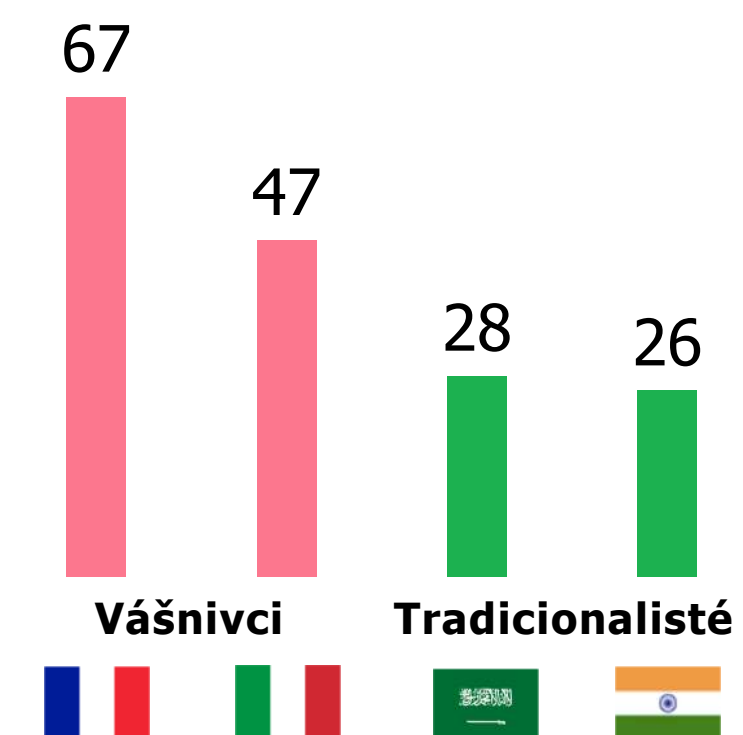
07

LÁŠKA PO CELÉM SVĚTĚ

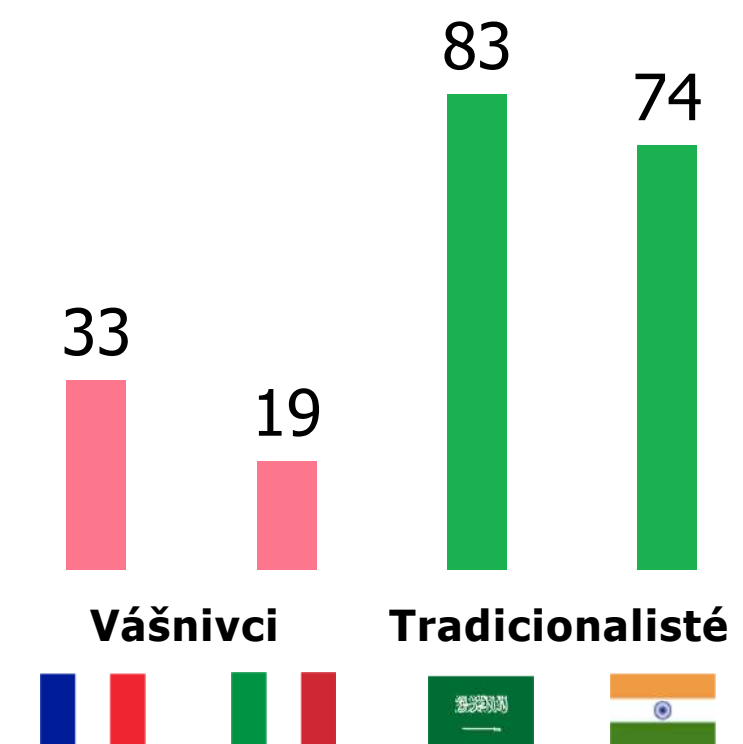
NĚKTERÉ ZEMĚ SI STÁLE HRAJÍ NA „HRU LÁSKY A NÁHOD“, ZATÍMCO PRO JINÉ JE TO RODINNÁ ZÁLEŽITOST

Odpovědi prosumerů; % velmi/částečně souhlasí

Při hledání lásky věřím v náhody



Při hledání lásky důvěřuji rodině



Fakt

08

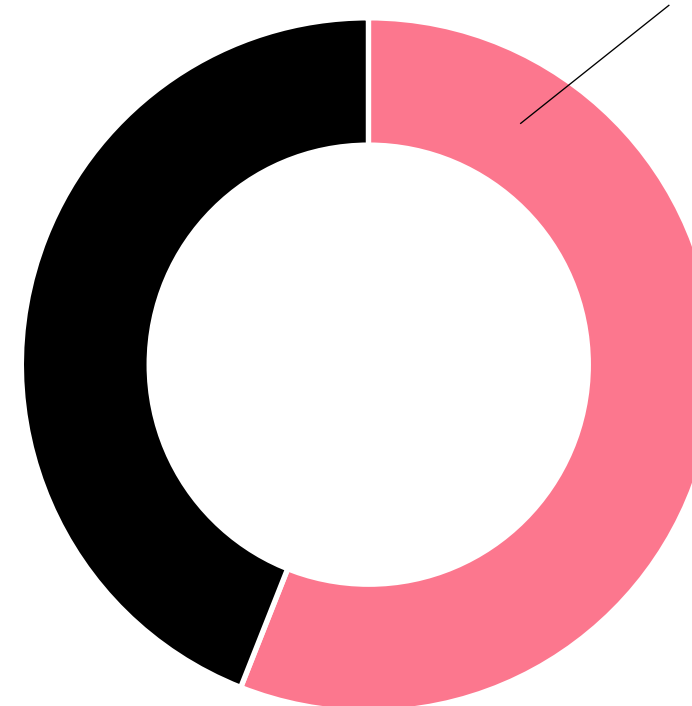
#METOO

STATUS: JE TO KOMPLIKOVANÉ



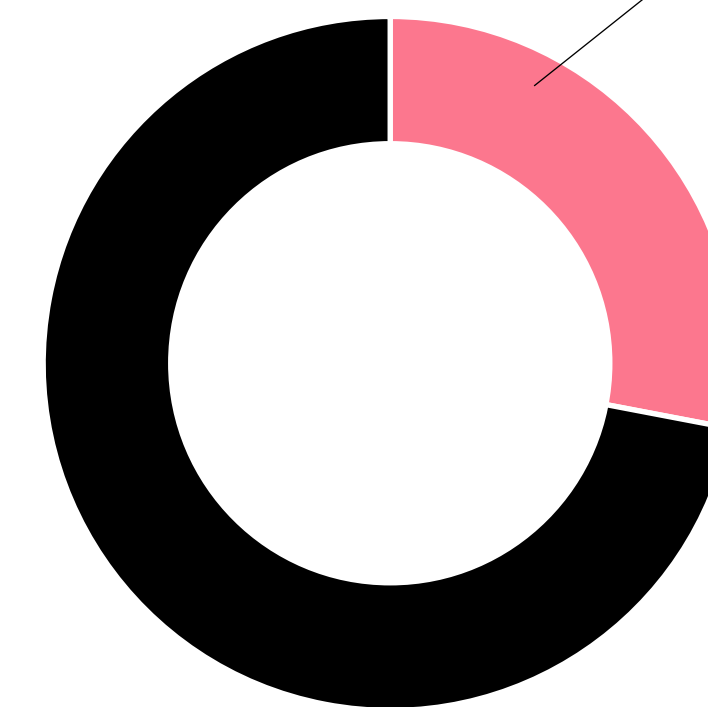
Odpovědi prosumerů; % velmi/částečně souhlasí

56 %



Myslím si, že hnutí MeToo je dobré pro společnost

28 %



Myslím se, že hnutí MeToo způsobilo složitější vztahy mezi ženami a muži

KDO JSME

[Havas Group](#) je jedna z největších globálních komunikačních skupin na světě, která spojuje 20 000 lidí ve více než 100 zemích. Havas je součástí [Vivendi](#), mediální a komunikační skupiny s evropskými kořeny, mezi jejíž další firmy patří Universal Music Group, Canal+ Group, Editis, Gameloft a Dailymotion. Společnosti vzájemně spolupracují jako integrovaná skupina a díky tomu vytvářejí větší hodnotu. Kliknutím se dozvíte více o [Havas' Prosumer Reports](#).

Love in the Digital Age



iSeduce: Upgrading Our Relationship Game Through Technology

