**Slováci míňajú na oblečenie viac ako Česi a siahajú hlavne po drahších, značkových kúskoch**

*Bratislava, 28. apríl 2015* **O Slovákoch a Čechoch sa hovorí, že sú si v mnohom podobní. Ako ukázal aktuálny prieskum, určite to neplatí v prípade spotrebiteľského správania a nákupných preferencií oboch národov. V čom sú najväačšie rozdiely medzi Prahou a Bratislavou? Čo najradšej nosíme a koľko peňazí míňame na módu? Aj na tieto otázky priniesol odpovede Fashion report, dlhodobý prieskum medzi Slovákmi a Čechmi, ktorý na vzorke viac ako 600 respondentov v oboch krajinách realizoval ZOOT.cz a prieskumná agentúra Perfect Crowd. Na základe jeho výsledkov môžeme povedať, že Slováci míňajú viac, nakupujú drahšie, značkové kúsky a nepotrebné oblečenie venujú hlavne charite.**

Trh s módou na Slovensku má ročný obrat viac ako 1,383 mild. EUR (Údaje SŠÚ za rok 2013). Slováci za módu utrácajú radi a často. Ako sme na tom ale v porovnaní s Čechmi? *„Presne túto otázku sme si kládli aj my, keďže podnikáme v móde ako v Čechách, tak aj na Slovensku, predovšetkým v oblasti e-retailu. Preto sme v spolupráci s prieskumnou agentúrou Perfect Crowd vytvorili Fashion report, ktorý si kladie za cieľ mapovať nielen súčasné obliekanie, ale aj štýl Slovákov a Čechov, ich mesačné výdaje na módu a podobne,“* hovorí Oldřich Bajer z najväčšieho českého online obchodu ZOOT.cz. Realizovaný prieskum sa opieral o vzorku ľudí od 15 do 55 rokov a zachytáva aktuálny stav. A ten je taký, že 27% Slovákov nemá problém spontánne na módu minúť 55 EUR (1500 Kč), pričom v prípade Čechov je to len 6%.

**Nenakupujeme domáce značky**

Najdôležitejším faktorom pri výbere oblečenia je pre Slovákov fakt, či sa im oblečenie páči. Až 85% Slovákov si vyberá, nakupuje to, čo sa im padne do oka. Na druhom mieste je cenová dostupnosť (72%) nasledovaná kvalitou materiálu (60%). Ale len pre 18% Slovákov je dôležitý domáci pôvod, a teda, fakt že je tovar vyrobený na Slovensku.

Dobre oblečený človek vzbudzuje u Slovákov predovšetkým rešpekt, čo tvrdí 44% z nás. „*Pre viac ako 30% Slovákov je dobre oblečený človek zdrojom inšpirácie, odhodlania niečo so svojím zovňajškom robiť a 11% Slovákov tomu druhému závidí, že dobre vyzerá,“* hovorí Ján Schmid z prieskumnej agentúry Perfect Crowd

**Základ slovenského šatníka**

Ako vyplynulo z prieskumu, Slováci majú najradšej tričká, rifle a topánky, pričom základ oblečenia u našich českých susedov tvoria rifle, tričko a mikina. Do prvej desiatky najobľúbenejších kúskov sa u Slovákov dostali tiež košele (15%) a tepláky (14%). Pokiaľ hovoríme o slovenských ženách, tie majú jednozančne prevahu nad svojimi českými kolegyňami v počte lodičiek a kabeliek, pričom Češky obľubujú hlavne tričká a blúzky.

**V obchod módu nielen nakupujeme, ale chodíme sa tam aj inšpirovať**

Pre Slováka je obchod, či už kamenný alebo online, miestom, kde nielen nakupuje, ale kde zároveň hľadá inšpiráciu pre svoje outfity. *„Je to práve ponuka obchodov, čo má viac než časopisy módnotvorný efekt na slovenskú spoločnosť. Napríklad viac ako 1/3 Slovákov hľadá inšpiráciu pre svoje outfity na e-shopoch a rovnaký počet (33%) sa inšpiruje náhodnými ľuďmi na verejnosti,“* hovorí Oldřich Bajer.

**Kam so starým oblečením**

Približne 50% domácností dáva nepotrebné oblečenie na charitu. Tu mierne zaostáváme za našimi susedmi, kde takto s oblečením nakladá až 61% z nich. Menej ako polovica Slovákov používa staré alebo nepotrebné oblečenie na prácu. *„Istá zhoda medzi Slovákmi a Čechmi panuje v dedení oblečenia. Až v 60% slovenských domácností sa dedí oblečenie, a to hlavne „na doma“, v prípade Čiech je to 58%,“* uzatvára Jan Schmid.

**O ZOOT.cz**

ZOOT.cz je největší český online obchod s módou a designem, nabízející přes 250 značek módy a home designu. ZOOT.cz demokratizuje módu v Čechách a na Slovensku, přináší svěží, neokoukané značky, které jsou v zahraničí populární.

Více než 120 000 položek skladem, 32 zkušebních kabinek a jedinečný koncept „Objednám, vyzkouším, co mi není neplatím“, umožňuje objednané zboží vyzkoušet v celkem osmi “Výdejnách radosti“ po celé České republice a jedné „Výdajni radosti“ na Slovensku. A nic neplatíte předem.

Zlomový rok 2014 dovedl ZOOT.cz k čistému obratu zhruba 200 mil. korun, což je stoprocentní nárůst oproti roku 2013.

ZOOT.cz má vlastní značku ZOOT Originál a ZOOT Lokál, na které spolupracuje s lokálními designéry a  rozvíjí projekt DOBROčinný projekt, jehož základní myšlenkou je pomáhat neziskovým organizacím.

**O PERFECT CROWD**

Perfect Crowd je výzkumná agentura složená z výzkumníků, sociologů a strategických planerů. Měříme, hledáme skutečné vhledy a nové nápady. Disponujeme vlastním řízeným panelem respondentů (Perfect Crowd panel) a interaktivním dotazovacím nástrojem Kvalikvant.

Vedle spolutvorby, kreativního crowdsourcingu a marketingového výzkumu zajišťujeme výzkumnou část řady úspěšných dlouhodobých projektů mapujících vybraná společenská témata, jako je mapování života českých milionářů Wealth Report nebo dětský svět dětskýma očima v rámci projektu [Kid Map](http://www.kidmap.cz/).

Jan Schmid vede v Perfect Crowd kvantitativní výzkum a s výzkumem trhu má již přes 10 let zkušeností. Zaměřuje se na sociální sítě a jejich využití pro systematický marketingový výzkum.