



IPSOS s. r. o.  
Na Příkopě 22, 110 00 Praha 1  
Česká republika  
IČO: 267 38 902, DIČ: CZ267 38 902  
Tel: +420 226 513 111  
CZrecepce@ipsos.com  
www.ipsos.cz

## TISKOVÁ ZPRÁVA

Praha, 1.4.2020

Češi v době epidemie mění své návyky: zvyšují hygienická opatření, omezují osobní kontakty a přesouvají aktivity do online prostředí

Z aktuálního výzkumu agentury Ipsos vyplývá, že dvě třetiny populace se obávají dopadu koronaviru na jejich zaměstnání či zdroj obživy. Lidé posilují hygienická opatření a dále omezují osobní kontakty. Kvůli omezení volného pohybu také přesouvají své aktivity do online prostředí, třetina populace využívá e-shopy častěji než v minulosti. „Na dálku“ se věnují i kulturním a vzdělávacím aktivitám. Po skončení bezpečnostních opatření se lidé nejvíce těší na chození bez roušky a setkání s přáteli a rodinou. Výzkum realizovala agentura Ipsos v období od 27. do 29. března 2020 na reprezentativním souboru populace ČR starší 18 let, celkem bylo dotázáno 1033 respondentů.

### Roste pocit osobního ohrožení, obavy z dopadů na zaměstnanost

Česká republika je z důvodu rozšíření koronaviru již třetí týden v nouzovém stavu s řadou omezení. Lidé si uvědomují závažnost situace i dopady, které s sebou epidemie přinese. Během dvou týdnů, kdy Ipsos realizoval předchozí vlnu výzkumu (12. – 15. března 2020), došlo k **mírnému nárůstu podílu lidí, kteří se osobně cítí koronavirem ohroženi** (ze 73 % na současných 81 % obyvatel). Velmi ohroženo se cítí 16 % obyvatel (před dvěma týdny to bylo 11 %).

**Prodlužuje se také doba, která je podle lidí potřeba, než se podaří dostat virus pod kontrolu.**

Zatímco v polovině března se pouze 15 % Čechů domnívalo, že virus bude pod kontrolou za více než půl roku, **nyní je to čtvrtina populace.**

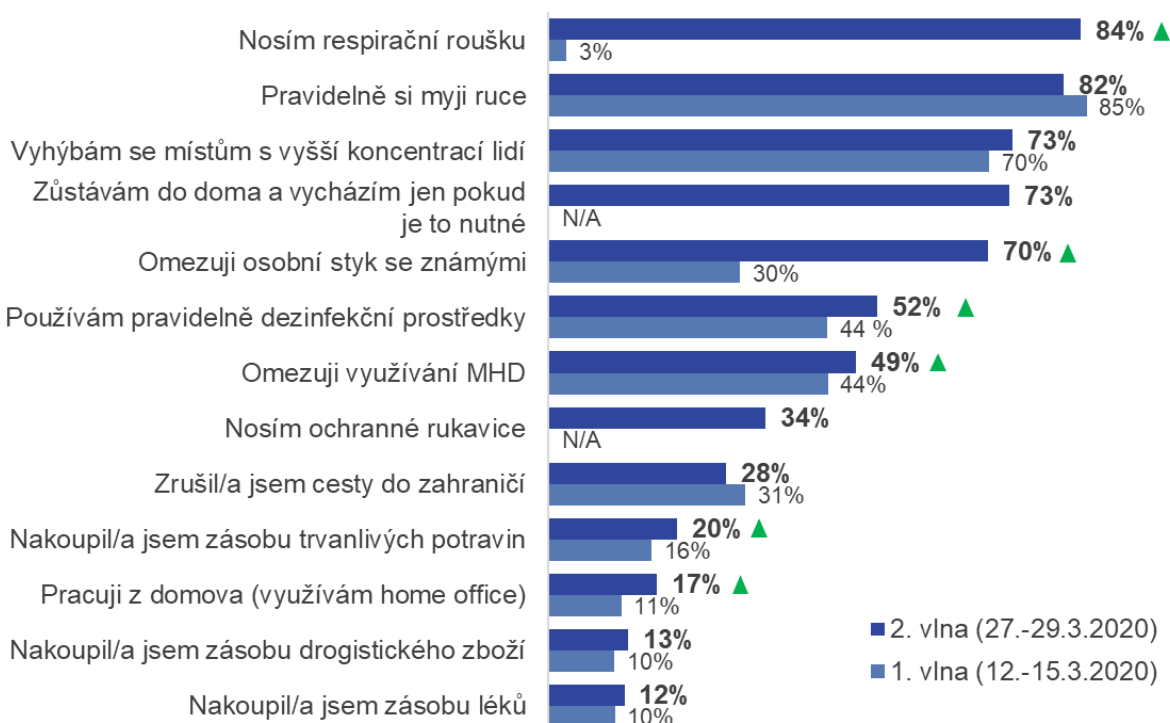
**Dvě třetiny populace uvádí, že koronavirus představuje velkou nebo střední hrozbu pro jejich zaměstnání či zdroj obživy**, třetina vnímá koronavirus jako velkou hrozbu pro své zaměstnání. Za velkou hrozbu to považují zejména lidé ve věku 40–49 let s nižším vzděláním a také lidé z menších měst s 20 až 100 tisíci obyvateli. Vyšší obavy z dopadu na zdroj obživy mají také více početné rodiny.

## Posílení hygienických opatření, omezování osobních kontaktů

Kvůli preventivním opatřením musí lidé měnit své návyky. Češi výrazně **posílili hygienická opatření**. Nosí roušku (84 %, před vyhlášením nouzového stavu to byla pouze 3 %), používají pravidelně dezinfekční prostředky (52 %, před dvěma týdny 44 %), pravidelně si myjí ruce (82 %) a nosí ochranné rukavice (34 %).

Výrazně také **omezují osobní kontakty**. 73 % lidí uvedlo, že zůstává doma a vychází jen pokud je to nutné (mezi lidmi staršími 66 let je to dokonce 85 %), 73 % omezuje osobní styk se známými (před dvěma týdny to bylo pouze 30 %), stejný podíl lidí se vyhýbá místům s vyšší koncentrací lidí. Lidé dále omezují využívání hromadné dopravy – nejčastěji lidé starší 66 let a lidé z měst s více než 100 tisíci obyvateli.

### Jaké z následujících kroků jste vy osobně v souvislosti s koronavirem podnikl/a?



Pozn.: N/A = nově zařazeno ve 2.vlně výzkumu ▲ Signifikantní nárůst/pokles oproti první vlně

Zdroj: Ipsos, březen 2020



## Přesun do online prostředí

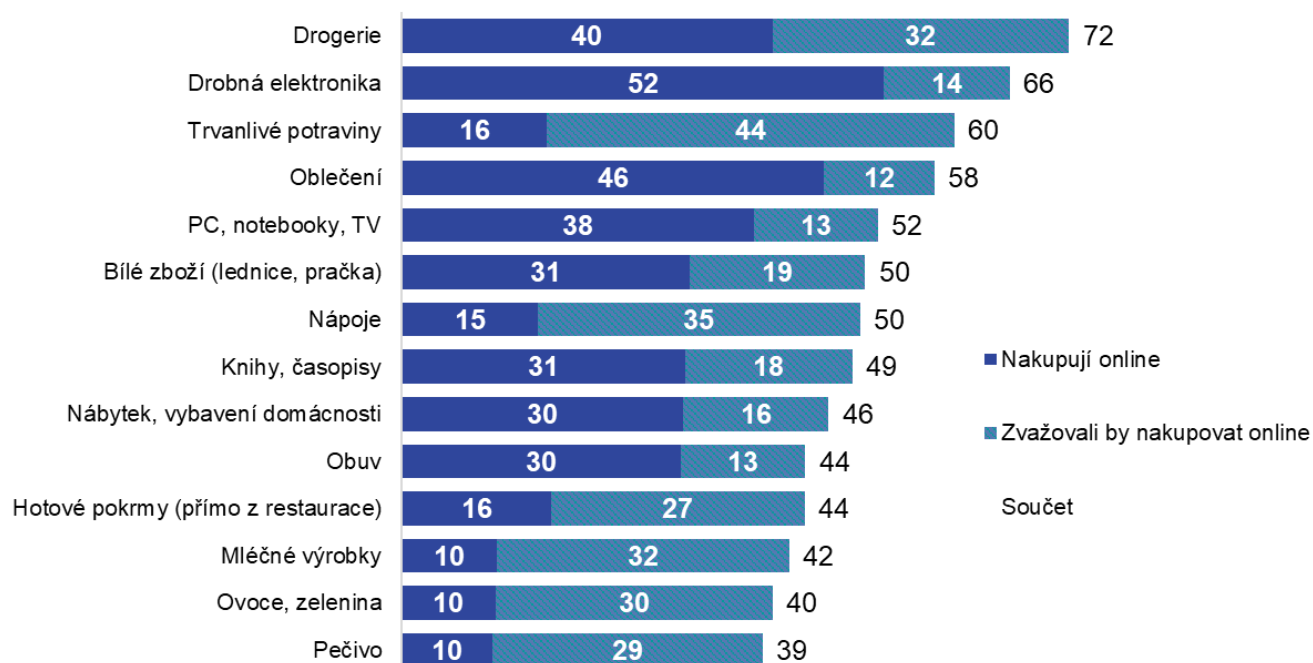
Z důvodu omezení volného pohybu lidé přesouvají velkou část aktivit do online prostředí. Během uplynulých 14 dnů využila **třetina populace služeb e-shopu s donáškou domů**, 16 % pak využilo **dovoz jídla z restaurace** (nejčastěji mladí lidé do 29 let – 26 %). Lidé se „na dálku“ **věnují také kulturním a vzdělávacím aktivitám**. 43 % Čechů sledovalo film, představení či koncert z domova, 22 % se zúčastnilo video kurzu (například cvičení, vaření atd.).

**Třetina populace** uvádí, že nyní **využívá služby e-shopů s donáškou domů více než v minulosti**.

V souvislosti s přesunem do online prostředí se také **mění požadavky zákazníků**. Zákazníci považují dopravu zdarma za samozřejmost (souhlas s výrokem uvedlo 72 %), při výběru zboží je momentálně rozhodující to, zda obchod nabízí dovoz až domů (souhlas 56 %). Nelze však říci, že by lidé upřednostňovali aktuální dostupnost výrobku před jeho cenou – pro 49 % populace je dostupnost důležitější než cena, 45 % populace s tím však nesouhlasí.

Alespoň občas nakupují lidé v e-shopech nejčastěji drobnou elektroniku, oblečení či drogerii. U **trvanlivých potravin, nápojů či hotových jídel z restaurace** to tak časté není. Pokud by však současná omezení trvala delší dobu, právě tyto položky by lidé **zvažovali kupovat na internetu častěji než dosud**.

### Zboží nakupované online / potenciál nákupu online



Zdroj: Ipsos, březen 2020



### Na co se lidé těší po skončení bezpečnostních opatření?

Po skončení současných bezpečnostních opatření se lidé nejvíce těší na **chození venku bez roušky** (72 %, zejména lidé starší 66 let), **setkání s přáteli** (64 %) a **rodinou** (60 %, zejména ženy a lidé starší 66 let). Lidem také velmi chybí **procházky ve městě nebo přírodě** (47 %, častěji lidé starší 66 let) a **návštěvy restaurací a hospod** (32 %, častěji muži a mladí lidé do 29 let).

**Informace o výzkumu:**

Výzkum byl realizován na reprezentativním vzorku internetové populace České republiky starší 18 let dle pohlaví, věku, regionu a velikosti místa bydliště. Celkem se ho zúčastnilo 1033 respondentů. Výzkum byl realizován pomocí Ipsos online panelu Populace.cz v termínu od 27. do 29. března 2020.

**Informace o Ipsos:**

Ipsos je výzkumnou technologickou a konzultační společností. Spolupracuje s pobočkami sítě Ipsos v 90 zemích. Z Prahy řídí projekty po celém světě, sídlí zde Ipsos Mystery Shopping Global Support Centre a vedení Ipsos Central Europe Cluster (ČR, SR, Maďarsko, Rakousko). Ipsos disponuje moderním technickým zázemím pro sběr a zpracování dat a využívá know-how divizí specializovaných na výzkumy značky a komunikace, mapování trhu a segmentaci, zákaznickou zkušenost a kvalitativní výzkum. Ipsos je členem organizací ESOMAR, MSPA, SIMAR a řídí se jejich etickými principy a metodickými pravidly. Dlouhodobě se věnuje tématům CSR a udržitelného rozvoje.

Více na [www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz).

**Kontakty:**

Markéta Kneblíková

PR Manager

GSM: +420 724 601 242

[marketa.kneblikova@ipsos.com](mailto:marketa.kneblikova@ipsos.com)