

REPRINT



THINKTANK „MALEMEN” SOCIETY:
99 RZECZY,
KTÓRE KOCHAJĄ POLACY

Obraz pokolenia aspirujących
konsumentów szkicują eksperci
magazynu MALEMEN i THINKTANK.

Artykuł pochodzi z Magazynu THINKTANK nr 7, zima 2010/2011

WWW.MTTP.PL

THINKTANK[®]

TEKST> Eksperti zaproszeni przez „MALEMEN”/THINKTANK Society



|||||
RZECZY,
KTÓRE KOCHAJĄ
POLACY
|||||

Zamożni, niemartwiący się o to, czy wystarczy im do pierwszego, po trzydziestce, aspirujący.

THINKTANK i magazyn „MALEMEN”, zorganizowały wspólnie dwudniową sesję 20 ekspertów: projektantów, psychologów, socjologów, marketerów i strategów, by sprawdzić, co kochają tacy Polacy.

Dobry portret budują szczegóły. Dlatego przyjrzelśmy się skrupulatnie detalom, których zazwyczaj brakuje w portretach współczesnych konsumentów. Gdybyśmy wyobrazili ich sobie jako zamożnych bohaterów mieszczkańskiego, holenderskiego portretu, co znalazłoby się obok nich lub w tle? Jakimi przedmiotami chcieliby się otoczyć, w trakcie jakich zajęć sportretować? Czy taki obraz byłby obrazem poważnych, aspirujących ludzi, czy raczej kogoś, kto w sile wieku zachowuje wigor i inspirację, by przekraczać kolejne horyzonty? Z długich, pasjonujących rozmów na ten temat, prowadzonych w gronie ekspertów z różnych dziedzin, wyłonił się niezwykle ciekawy obraz preferencji społecznych i kulturowych, sposobów spędzania wolnego czasu, ulubionych marek i zajęć pokolenia Polaków „zaspokojonych, ale ciągle aspirujących”.

Polacy aspirujący są konserwatywni, ale żyją komfortowo i nowocześnie – tak można ich określić w skrócie. Cenią wartości rodzinne, odkrywają na nowo Polskę i jej uroki, ale nie mają np. skrupułów, by „zamrażać” rodzinne więzi z tą częścią rodziny, która im nie odpowiada. Takie podejście dobrze oddaje złożoność ich charakteru. Godzi on różne sprzeczności, które są związane z trendami kulturowymi identyfikowanymi obecnie w całej Europie. A raczej trendami i kontrtrendami.

Np. tendencja do promowania różnorodności (feminizm i transkulturowość, które wynikają z otwartości) harmonijnie współistnieją u nich z trendem, który można określić jako „nowy szowinizm”. Cenią wartość tolerancji i różnorodność, ale zarazem kochają polski chleb, masło, jajka od kury zielononóżki, a podczas wakacji odkrywają uroki polskiego krajozrazu. Chcą mieć stuletni dom. Trend korzystania z życia i czerpania z niego pełnymi garściami współgra harmonijnie z kontrtrendem, jakim jest myślenie o przyszłości i przyszłych pokoleniach oraz antykonsumeryzm (powściąganie swoich zachcianek).

Doceniają „bycie w zgodzie ze sobą”, ale zarazem podziwiają „superludzi” – celebrytów i postaci dalekie od autentyzmu. Sami też korzystają z zabiegów poprawiających urodę. Chęć do odkrywania „prawdziwego życia” (np. biesiady z przyjaciółmi, życie rodzinne, czas wolny) mocno ściera się w nich z koleją z trendem „non stop”: życiem na pełnym gazie, w pośpiechu, ciągle online i właściwie bez wytchnienia. Trend współwystępuje tu z kontrtrendem, wzajemnie się wzmacniają – dlatego jest to portret spójny, bogaty i niejednorodny.

Uczestniczący w sesji eksperci wytypowali kilkadziesiąt rzeczy i zachowań, które określają styl życia współczesnych ambitnych Polaków. Przedstawiamy najważniejsze z nich.

Wydaje się, że wiele z tych rzeczy nie mogłoby współistnieć obok siebie. To prawda. Ale „mieszanie porządków” to kolejna rzecz na liście tych, które kochają Polacy. Czy komuś się to podoba, czy nie, już nie jest tak, że praca i życie toczą się oddzielnie. Na wakacjach odbieramy więc e-maile, wydajemy dyspozycje, załatwiamy sprawy służbowe.

W wolnej chwili w biurze SMS-owo flirtujemy, a w przerwie na lunch zamiast na obiad idziemy na basen. A lunch jemy w pracy. Mieszanie różnych porządków, przenikanie się ich i harmonijne współistnienie to także to, co kochają „aspiracyjni” Polacy.

W identyfikowaniu rzeczy, które kochają Polacy, brali udział:

Wojciech Modest Amaro, Rafał Bauer, Jakub Bułat, Jacek Czynałtis, Tomasz Jamroziak, Olivier Janiak, Albert Jawłowski, Roman Jędrkowiak, Janusz Kaniewski, Grzegorz Markowski, Andrzej Miękus, Filip Niedenthal, Mariusz Pleban, Grażyna Plebanek, Paweł Rabiej, Tomasz Rygaliak, Bartek Serafiński, Paweł Sito, Maryna Tomaszewska, Michał Woliński

Materiał powstał podczas dwudniowej sesji „MALEMEN”/THINKTANK Society zorganizowanej na początku października.

- **Młoda polska sztuka** – m.in. Sasnal, Twożywo, Uklański, Żmijewski: kochani za talent, pracowitość i nieustanne łamanie barier.
- **Facebook** – portal społecznościowy, który pomaga podtrzymywać relacje z innymi ludźmi coraz bardziej zabieganym Polakom.
- **Gmail** – system poczty elektronicznej Google. Prostota obsługi powoduje, że korzysta z niego 176 mln ludzi na całym świecie.
- **YouTube** – portal pozwalający na opublikowanie treści wideo: ogromna baza fragmentów filmów, teledysków, piosenek itp.
- **Stuletni dom** – miejsce z niepowtarzalnym charakterem, historią i duszą. Pozwala na zachowanie tożsamości.
- **Marek Kondrat** – aktor, legenda polskiego kina. W 2007 r. zakończył karierę aktorską i zamienił pasję na biznes – handluje winem.
- **Pisanie** – Polacy coraz mniej czytają (62 proc. przez cały rok nie czyta żadnej książki), ale chętnych do pisania nadal nie brakuje.
- **Wino i winiarnie** – przyjemność picia dobrego wina wzrasta w takich miejscach jak ciekawie urządzone winiarnie.
- **Kura zielononózka** – ekologia i zdrowe odżywianie powodują, że modne stało się hodowanie... kury.
- **Seriale w internecie** – popularne jest oglądanie seriali ściągniętych z sieci, które nie są oferowane przez polskie stacje telewizyjne. Ich oglądanie jest potwierdzeniem znajomości tego, co modne.
- **„...bo to zła kobieta była”** – posługiwanie się ulubionymi cytatami z filmów. Po prostu trzeba je znać.
- **Produkcja jachtów** – duże stocznie upadają, małe zakłady produkujące luksusowe jachty i motorówki świetnie prosperują. W Polsce powstaje rocznie ponad 20 tys. jednostek pływających.
- **Oldtimery** – stare, niepowtarzalne samochody: w przeciwieństwie do dzisiejszych samochodów każdy wygląda inaczej.
- **Wódka i śledzik** – czyli tzw. lorneta z meduzą wraca w wielkim stylu. Popularność tego zestawu wiąże się z modą na PRL.
- **Zmiana pracy** – nie jest postrzegana jako życiowa porażka i tragedia, ale naturalny element wolnego rynku.
- **Pozowanie do zdjęć** – cyfrowe aparaty są wszędzie, wyposażone są w nie prawie wszystkie nowe telefony komórkowe. Pozować trzeba, bo co rusz ktoś robi zdjęcia.
- **Sportowe gadżety** – sport stał się ważną częścią życia Polaków. Profesjonalne buty, wchlaniające pot koszulki czy pulsometr są niezbędnymi dodatkami w codziennej walce o zdrowie i kondycję.
- **iPad** – gdy pojawił się w sprzedaży, uważano go za niezbędny gadżet. Do dziś kupiło go jednak 4,5 mln klientów na całym świecie. Mimo wysokiej ceny kupują go również Polacy.
- **Ładne polskie aktorki** – często mamy kłopoty z ustaleniem ich imion i nazwisk, ale kojarzymy je z filmów.
- **Księgarniakawiarnie** – moda na nie zaczęła się kilka lat temu i nie ustaje. To miejsca, gdzie można posiedzieć przy kawie i kupić książki.
- **Robert Kubica** – pierwszy Polak, który dostał się do prestiżowych wyścigów Formuły 1 i odnosi w nich sukcesy. Ujmuje skromnością.
- **Przyjaźń** – szczerą, męską, choć czasami trudną. Ceniona. Ważna.
- **Rozmowy z dziećmi o seksie** – wbrew badaniom CBOS, eksperci „MALEMEN”/THINKTANK Society uważają, że Polacy coraz częściej potrafią rozmawiać z dziećmi na temat seksu.
- **Coffeeheaven** – pierwszą kawiarnię tej marki otwarto w 2000 r. w Gdyni. Dziś w Polsce jest ich 62, a kolejne 30 w sąsiednich krajach.
- **Golf** – w Polsce ta dyscyplina sportu jest uważana za dość elitarną, ale w kraju jest już 26 pól golfowych, 47 klubów i blisko 10 tys. graczy.
- **Osełka** – czyli prawdziwe polskie masło. Naturalne, twarde po wyjęciu z lodówki. Po okresie fascynacji przetworzonym jedzeniem Polacy wracają do naturalnych produktów.
- **Wspólne gotowanie** – atrakcją na domowym przyjęciu jest nie tylko wspólne jedzenie, ale także wspólne gotowanie.
- **Stadiony** – powstające na Euro 2012 są naszą dumą. Duże i nowoczesne.
- **Call of Duty 4** – gra komputerowa, klasyczna strzelanka. Zwyciężyła w plebiscycie TVN Turbo „Męska rzecz” w kategorii hobby i sport.
- **Lustrzanki** – czyli zaawansowane aparaty fotograficzne, zwłaszcza w wersji cyfrowej. Polacy używają ich, mimo że są w stanie wykorzystać zaledwie ułamek ich możliwości.
- **Tatar** – inne narody patrzą z obrzydzeniem i niedowierzaniem na to, jak Polacy zjadają się surową wołowiną.
- **Podróże życia** – wyprawy w najdalsze części świata. Nie do hotelu, ale żeby przemierzać nieznaną i odkrywać dalekie kultury.
- **Donald Tusk** – pozytywny polityk w eleganckim garniturze, który jest w stanie udźwignąć ciężar reprezentowania Polski za granicą.
- **Giełda** – na warszawskim parkiecie notowane jest ponad 380 spółek. W maju padł rekord obrotów jednego dnia: 6,6 mld zł.
- **BMW** – Polacy lubią niemieckie samochody, zwłaszcza łączące luksus i sportowe zacięcie.
- **Medycyna estetyczna** – poprawia poczucie własnej wartości zarówno kobiet, jak i mężczyzn. Polacy przestali chodzić do lekarza, gdy coś się w nich zepsuje, chodzą też, żeby coś poprawić.
- **Latanie** – używana awionetka kosztuje mniej niż nowy luksusowy samochód z salonu. Zauważyli to zamożni Polacy, którzy wolą latać, niż w luksusowym samochodzie stać w korku.
- **Allegra** – omniserwis transakcyjny. Kupujemy tam wszystko: od mieszkań i samochodów, przez meble, po zabytkowe motocykle, fortepiany, zegarki i stare plakaty filmowe.
- **Wilhelm Sasnal** – w polskiej sztuce nazwisko numer jeden. Jego prace osiągają zawrotne ceny, są sprzedawane za setki tysięcy dolarów.
- **Era Nowe Horyzonty** – festiwal filmowy we Wrocławiu w ciągu tygodnia odwiedza 100 tys. widzów.
- **Stan surowy** – Polacy kochają wolność wyboru: większość mieszkań i domów jest sprzedawana przez deweloperów w stanie surowym. Zachód Europy robi dokładnie odwrotnie.
- **Konie** – coraz więcej osób decyduje się na utrzymanie swojego własnego konia w stadninie pod miastem. Koszt: ok. 1200 zł miesięcznie.
- **OTC** – leki bez recepty (ang. *Over The Counter*). Polacy biorą je na wszelkie dolegliwości.

- **Kabriolety** – mimo strefy klimatycznej nie najlepszej dla samochodów bez dachu, stają się coraz popularniejsze. Takie auto świadczy przede wszystkim o nietuzinkowości właściciela.
- **Sony** – japońska marka bardzo dobrze radzi sobie w Polsce. Może dlatego, że jej nazwa jest nieskomplikowana?
- **Biegać** – w 32. Maratonie Warszawskim wzięło udział 4,5 tys. osób.
- **Teatry prywatne** – chociaż są ryzykownym biznesem, coraz więcej osób decyduje się na ich otwarcie. Polacy lubią mieć alternatywę.
- **Polski modernizm** – Rotunda w Warszawie, Spodek w Katowicach, Okraglak w Poznaniu i tysiące innych: architektura modernizmu rządzi.
- **Jack Russell terrier** – bardzo inteligentna rasa psów przeznaczona do polowań. Ich intelekt urzeka.
- **Żurawia** – ulica w Warszawie, gdzie modnie bywać. Szczególnie kochają ją ludzie mediów.
- **Kino Polska** – kanał telewizyjny, który całą dobę prezentuje polskie filmy. Uehonorowany nagrodą Hot Bird TV Award 2010 – satelitarnym Oscarem dla najlepszej stacji tematycznej z Europy, Azji i Afryki.
- **Festiwal fotografii w Krakowie** – nie tylko dla koneserów.
- **HD/3D** – Polacy wciąż kochają oglądać telewizję, a wysoka rozdzielczość (HD) czy trójwymiarowy obraz (3D) to najnowsze, szczególnie pożądane elementy.
- **Ręczna skrzynia biegów** – dla miłośników szybkiej, dynamicznej jazdy samochodem. Chociaż inni uważają, że automat jest lepszy...
- **Trener osobisty** – zniechęcony, gdy od samego rana goni do ćwiczeń. Ale Polacy kochają go; dzięki niemu udaje się zachować formę.
- **Apple** – Steve Jobs sprzedaje więcej niż urządzenia: modę i styl życia.
- **Wspólne kibicowanie** – dzielenie się emocjami jest dużo ciekawsze niż oglądanie meczu w samotności. Wspólne kibicowanie ma bardzo duży wpływ na życie towarzyskie.
- **Marek Raczkowski** – rysownik, który ironicznie komentuje polską rzeczywistość. Według naszych ekspertów wielu czytelników kupuje „Przekrój” ze względu na jego rysunki.
- **Quentin Tarantino** – jego filmy odnoszą spektakularny sukces; są arcydziełami na pograniczu kiczu i łączą, co uważamy za niepołączalne.
- **Metro** – tylko w Warszawie, tylko jedna linia. Ale bez niego Warszawa stałaby w jeszcze większych korkach.
- **Nowy Teatr** – teatr Krzysztofa Warlikowskiego na warszawskim Mokotowie. Miejsce, gdzie oprócz przedstawień teatralnych odbywają się prezentacje, dyskusje, wykłady i warsztaty.
- **Dres** – z symbolu gangsterskiego ubioru stał się wyznacznikiem modnego ubioru. Dziś elegancki dres jest modnie dopasowany.
- **Sztuki walki** – pomagają odreagować napięcie i stres. Część Polaków je uprawia, większość woli kibicować.
- **H&M** – miejsce, z którego Polak wychodzi modnie ubrany, i jednocześnie wie, że stać go na wizytę w tym sklepie.
- **Yamaha Vmax** – motocykl dla prawdziwego macho. Ogromna moc, unikalny wygląd, zapierające dech w piersiach przyspieszenie.
- **Piwo niepasteryzowane** – naturalne, zdrowe i „jak za dawnych lat”. Naturalnie mętne, lekko kwaśne.
- **VOD/DVR** – kolejne elementy składowe miłości Polaków do telewizji. Nagrywarka (DVR) i cyfrowa wypożyczalnia filmów online (VOD) uniezależniają od programu telewizyjnego.
- **Kalosze** – kolorowe, we wzorki, po prostu modne.
- **Wi-fi** – bezprzewodowy dostęp do internetu: w domu, w pracy, w kawiarni. Dzięki niemu Polacy mogą być online cały czas.
- **Torba na co dzień** – męskie torby są coraz popularniejsze, zastępują aktówkę, plecak i futerał na laptopa.
- **FC Barcelona** – honorowym kibicem tej drużyny był Karol Wojtyła. Polski oficjalny fanklub „Barcy” ma blisko 1200 członków.
- **Hot dog na stacji benzynowej** – powoduje zatory przy kasach. Jedni kochają tę z Orlenu, inni ze Statoila.
- **Segregowanie śmieci** – Polacy dojrżeli do ekologii.
- **Praca pro bono** – swój czas innym coraz częściej poświęcają ludzie, którzy odnieśli sukces w swojej branży. Nie dla poklasku, dla satysfakcji.
- **Polskie pieczywo** – pachnące i smaczne. Tego najbardziej brakuje Polakom na emigracji.
- **Fryzury intymne** – panowie lubią, gdy panie zaskakują ich fryzurami w miejscach, które na ogół pozostają zakryte.
- **Smartfon** – telefon, który pozwala dzwonić, przeglądać internet i sprawdzać pocztę. Dzisiaj praktycznie niezbędny.
- **Stanisław Bareja** – reżyser, który po mistrzowsku wyśmiewał socjalistyczną rzeczywistość. Mimo upływu czasu nadal śmieszny.
- **Zawód fotograf** – jedni robią lepsze, inni gorsze, ale wszyscy chcą je robić – zdjęcia. Powodem są spadające ceny aparatów cyfrowych.
- **Open'er Festival** – dzięki niemu Polska na dobre zaistniała na koncertowej mapie Europy. Open'er wygrał w konkursie, wyprzedzając imprezy w Glastonbury czy Roskilde.
- **Domowe nalewki** – robią je panowie, piją je panie. Chyba, że mowa o pieprzówce.
- **Winda do mieszkania** – roszuwane drzwi do windy zamiast drzwi do mieszkania? Marzenie i symbol sukcesu.
- **Rodzina niedziela** – praca i dom to sfery, których nie należy łączyć, ale można je ze sobą godzić. Niedziela z przyjaciółmi – rzecz święta.
- **Nowe polskie kino** – *Różyczka*, *Dom zły*, *Rewers*: Kochamy je oglądać.
- **Kuba Wojewódzki** – showman, który od 9 lat prowadzi swój własny talk-show w telewizji. Ironiczny, bezkompromisowy i beczelny.
- **Lofty** – kiedyś fabryki, a dzisiaj biura i mieszkania. Mają klimat.

» Artykuł nr R1007F07



Szanowni Państwo,

ośrodek analityczny THINKTANK prowadzi **THINKTANK Society**. Jest to społeczność liderów biznesu i administracji publicznej zainteresowanych rozwojem osobistym, podnoszeniem swoich kompetencji w zakresie przywództwa i zarządzania, wymianą doświadczeń i wiedzy oraz dialogiem na temat najważniejszych wyzwań rozwojowych w Polsce.

Członkostwo w **THINKTANK Society** jest odpłatne i wiąże się z wieloma przywilejami opracowanymi specjalnie dla członków klubu m.in.: możliwość udziału w dedykowanych spotkaniach, workshopach, zamkniętych dyskusjach z udziałem liderów i decydentów oraz dostępem do wszystkich elementów bazy wiedzy THINKTANK.

Więcej informacji o społeczności THINKTANK znajdą Państwo na stronie internetowej: www.mttp.pl/society

Osoby zainteresowane przystąpieniem do **THINKTANK Society** oraz otrzymywaniem dodatkowych informacji na temat aktywności THINKTANK, publikacji i spotkań, prosimy o wypełnienie i odesłanie faxem poniższego formularza.

Zachęcamy także do zapisania się na newsletter ośrodka analitycznego THINKTANK: www.mttp.pl/newsletter

Nazwisko _____

Imię _____

Stanowisko _____

Firma _____

E-mail _____

Ulica _____

Kod, miasto _____

Telefon _____

NIP _____



Zgadzam się na umieszczenie moich danych osobowych w bazie danych ośrodka analitycznego THINKTANK, prowadzonej przez THINKTANK Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz na ich przetwarzanie dla potrzeb marketingowych i handlowych związanych z działalnością spółki (zgodnie z ustawą z dnia 29.08.1997 r. o ochronie danych osobowych Dz. U. Nr 133, poz. 883). Zgadzam się na otrzymywanie informacji marketingowych i handlowych od THINKTANK i jego partnerów na adres elektroniczny podany w formularzu.

Podpis

Wypełniony formularz prosimy o odesłanie e-mailem: biuro@mttp.pl lub faxem (22) 628 04 12

