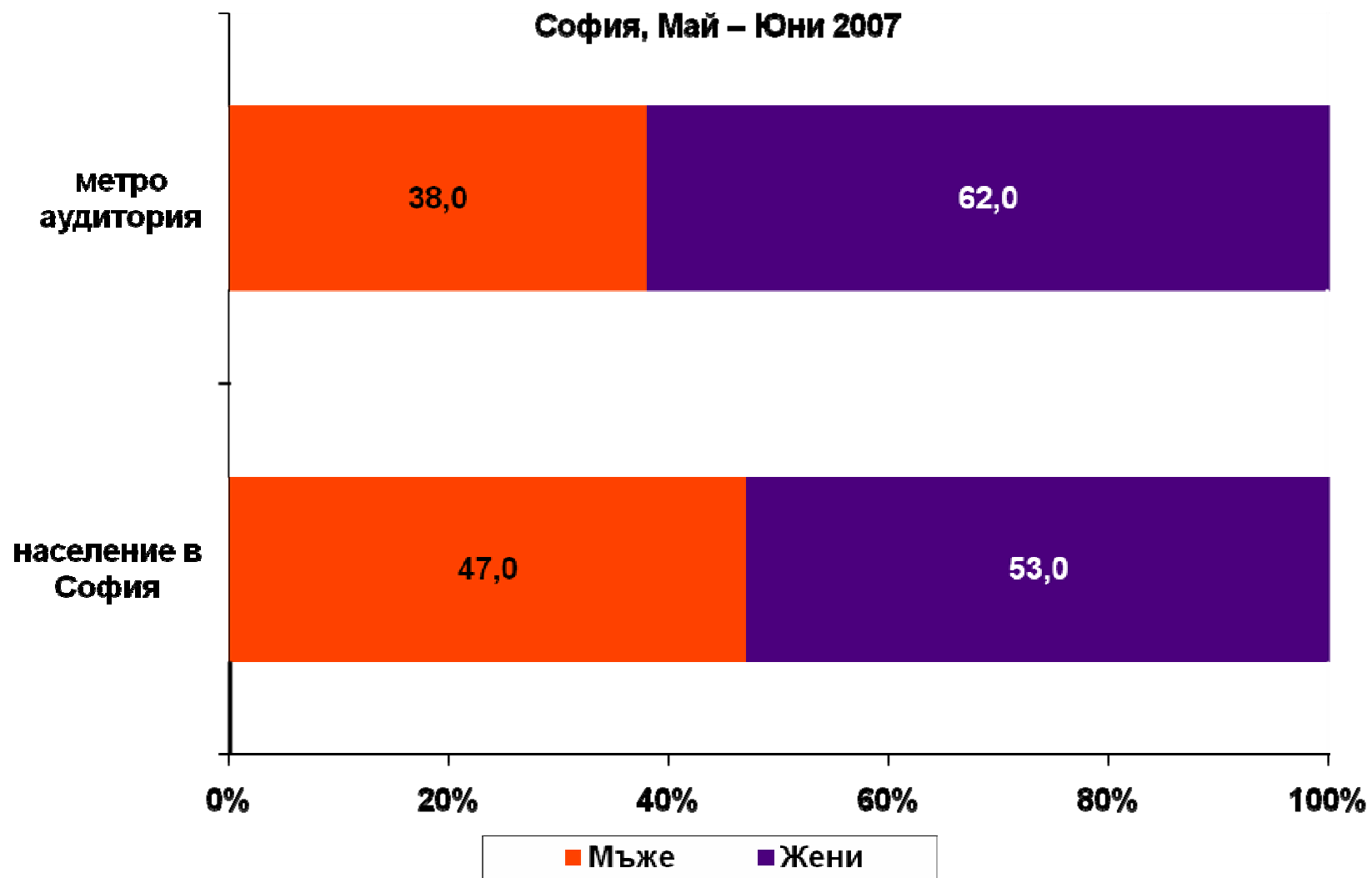


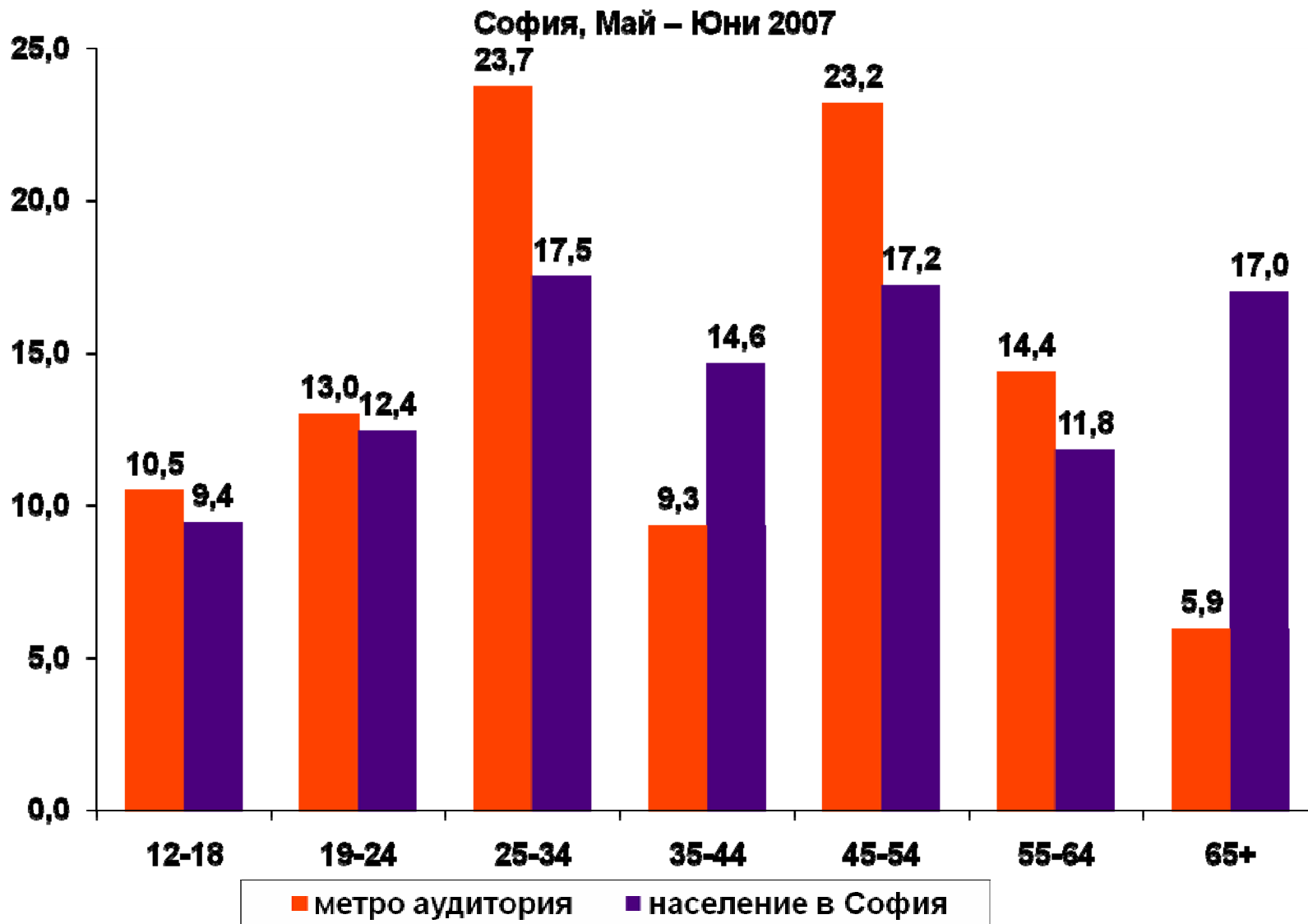
# Профил на пътуващите с метро Май – Юни 2007



# Разпределение по пол

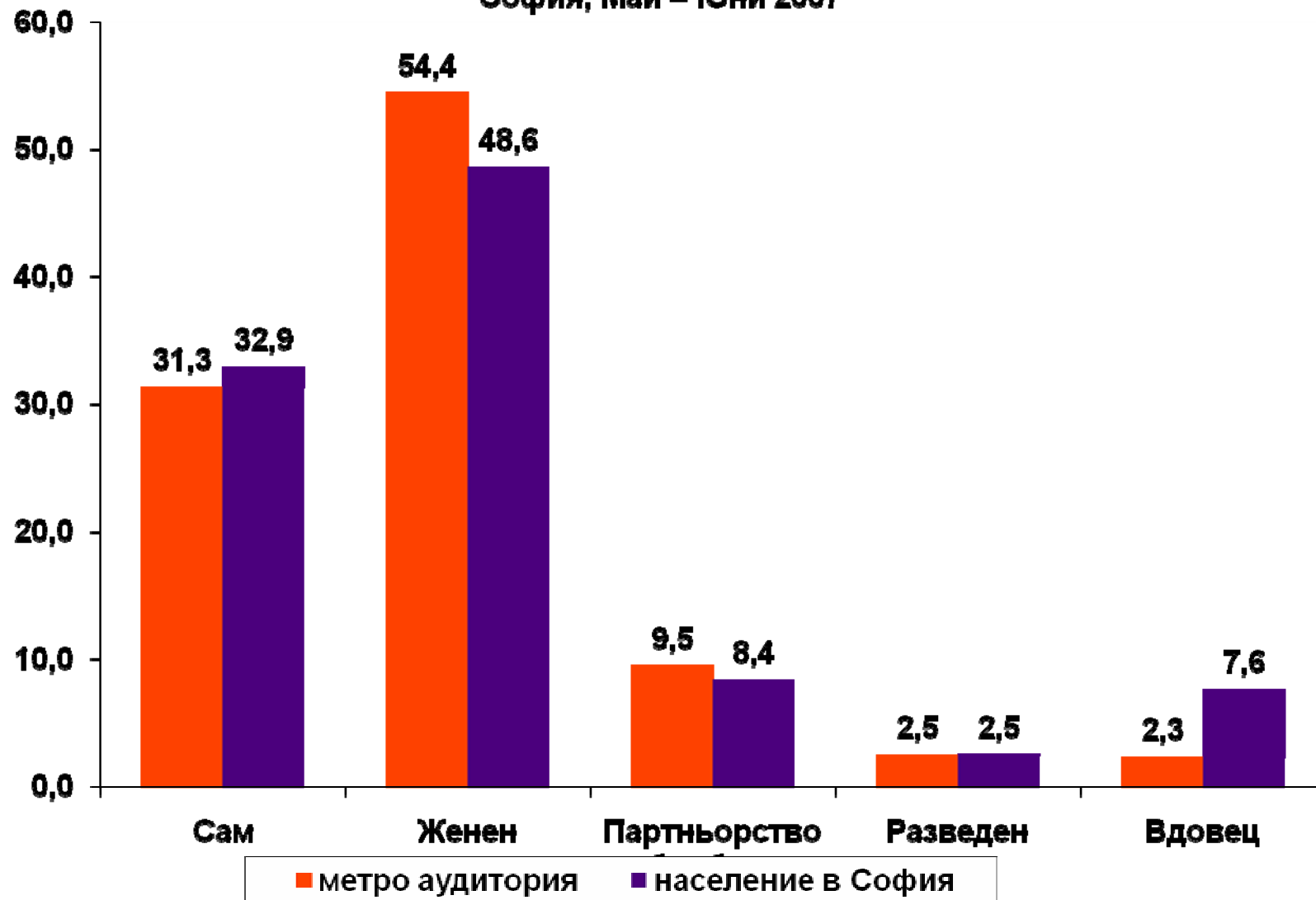


# Разпределение по възраст



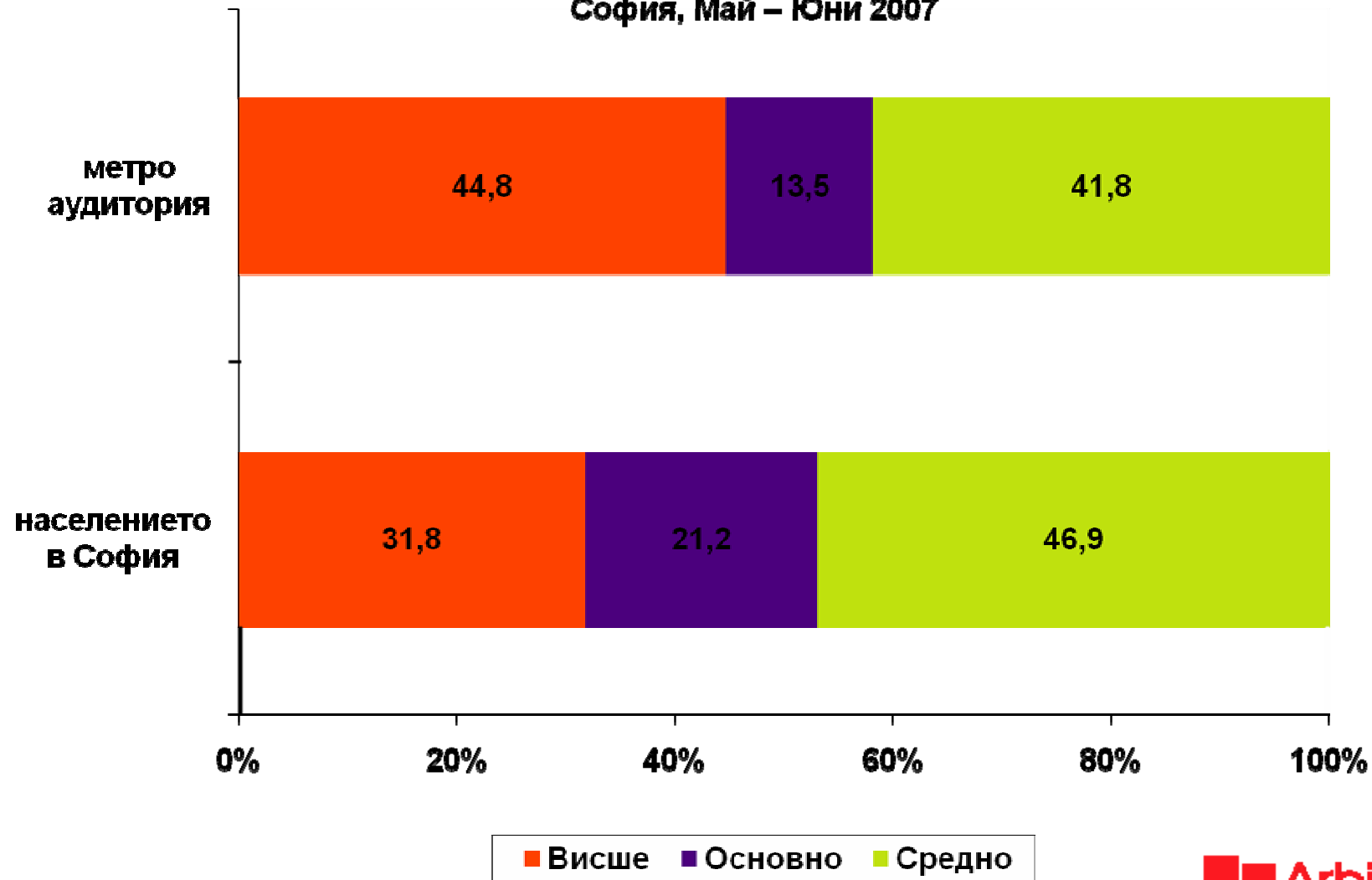
# Семейно положение

София, Май – Юни 2007



# По-голям процент от пътуващите с метро са с висше образование в сравнение с населението в София

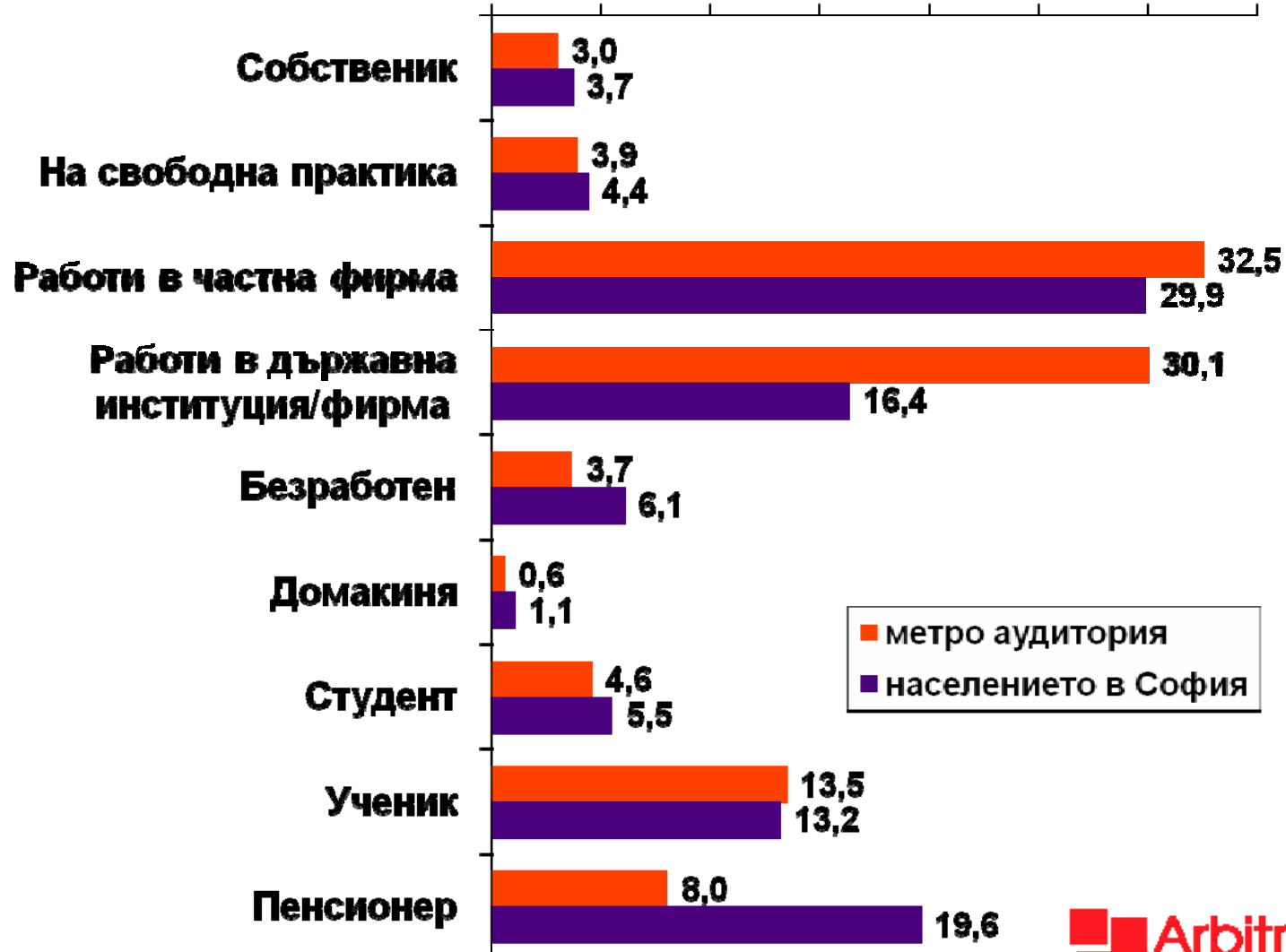
София, Май – Юни 2007



# Заетост

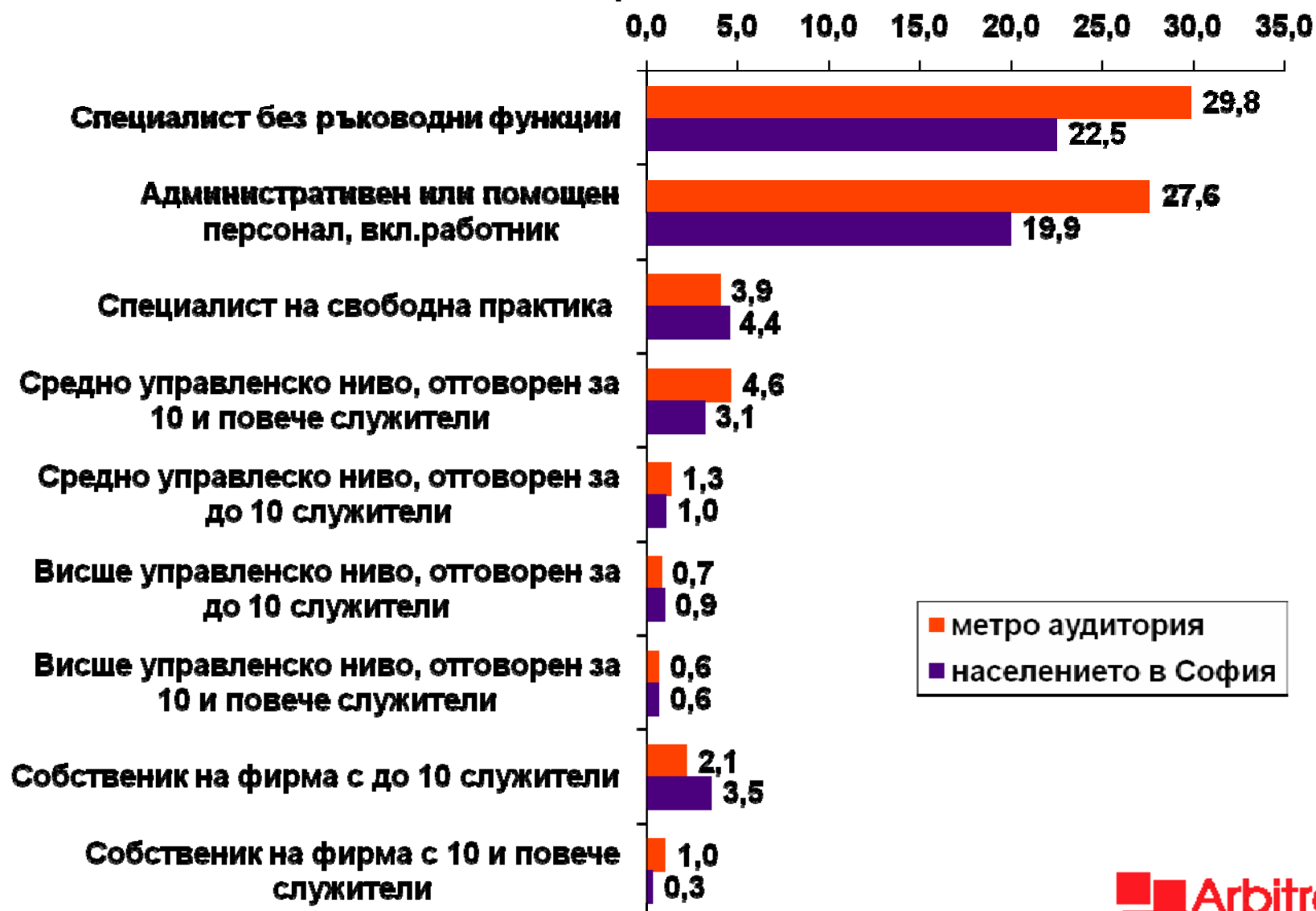
София, Май – Юни 2007

0,0 5,0 10,0 15,0 20,0 25,0 30,0 35,0



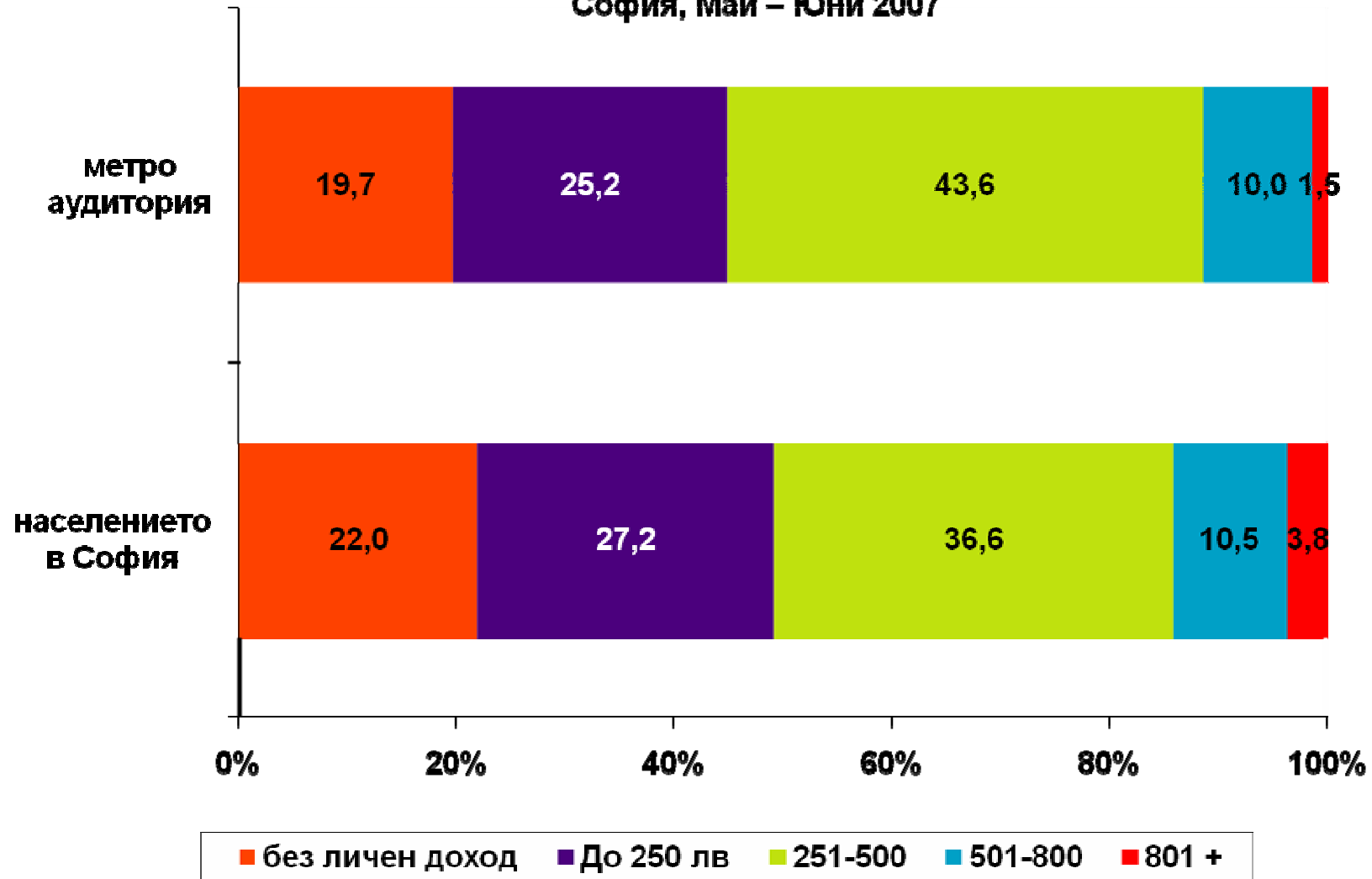
# Професионален статус

София, Май – Юни 2007



# Чист личен месечен доход

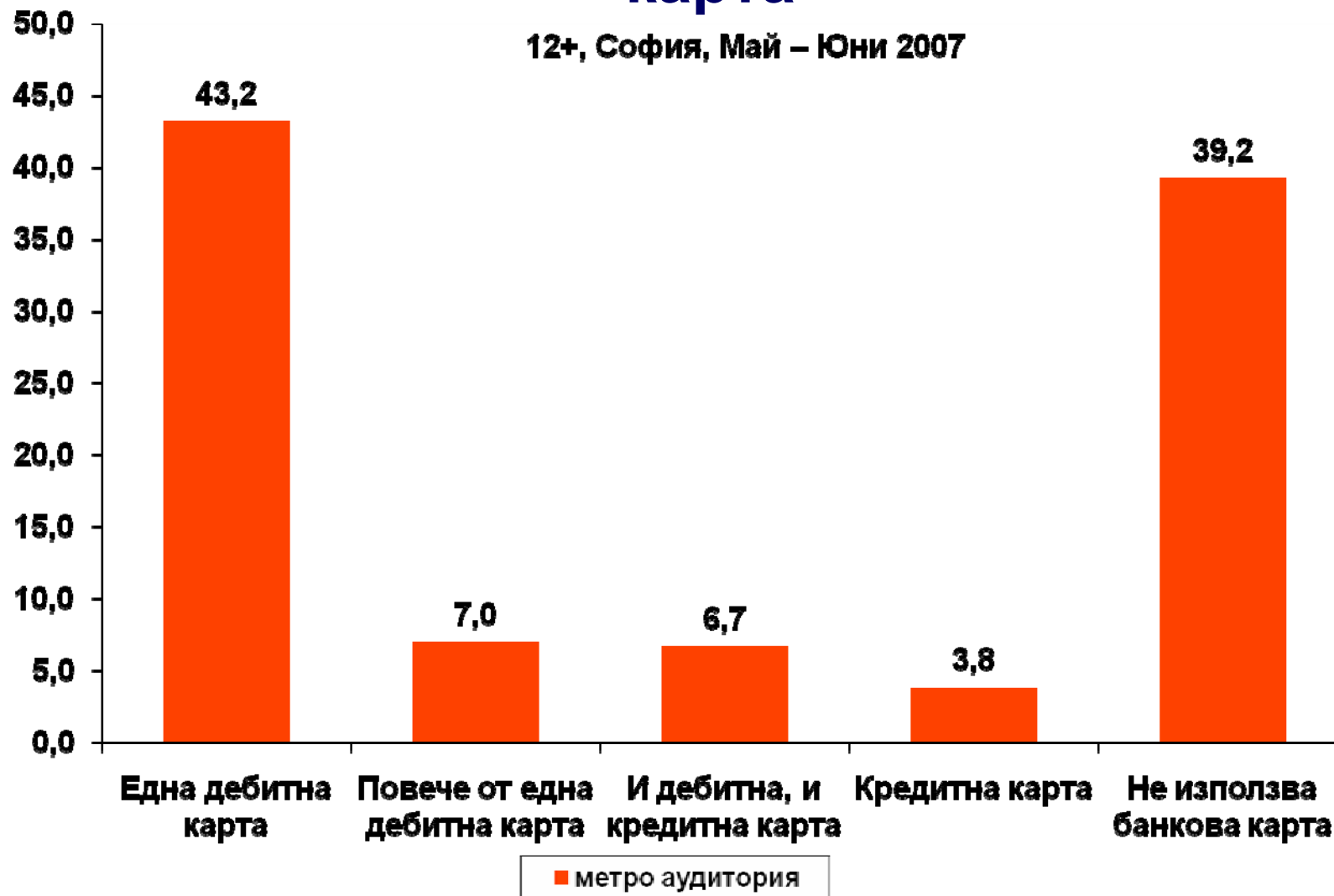
София, Май – Юни 2007





# **Ползвани банкови услуги и мобилни оператори**

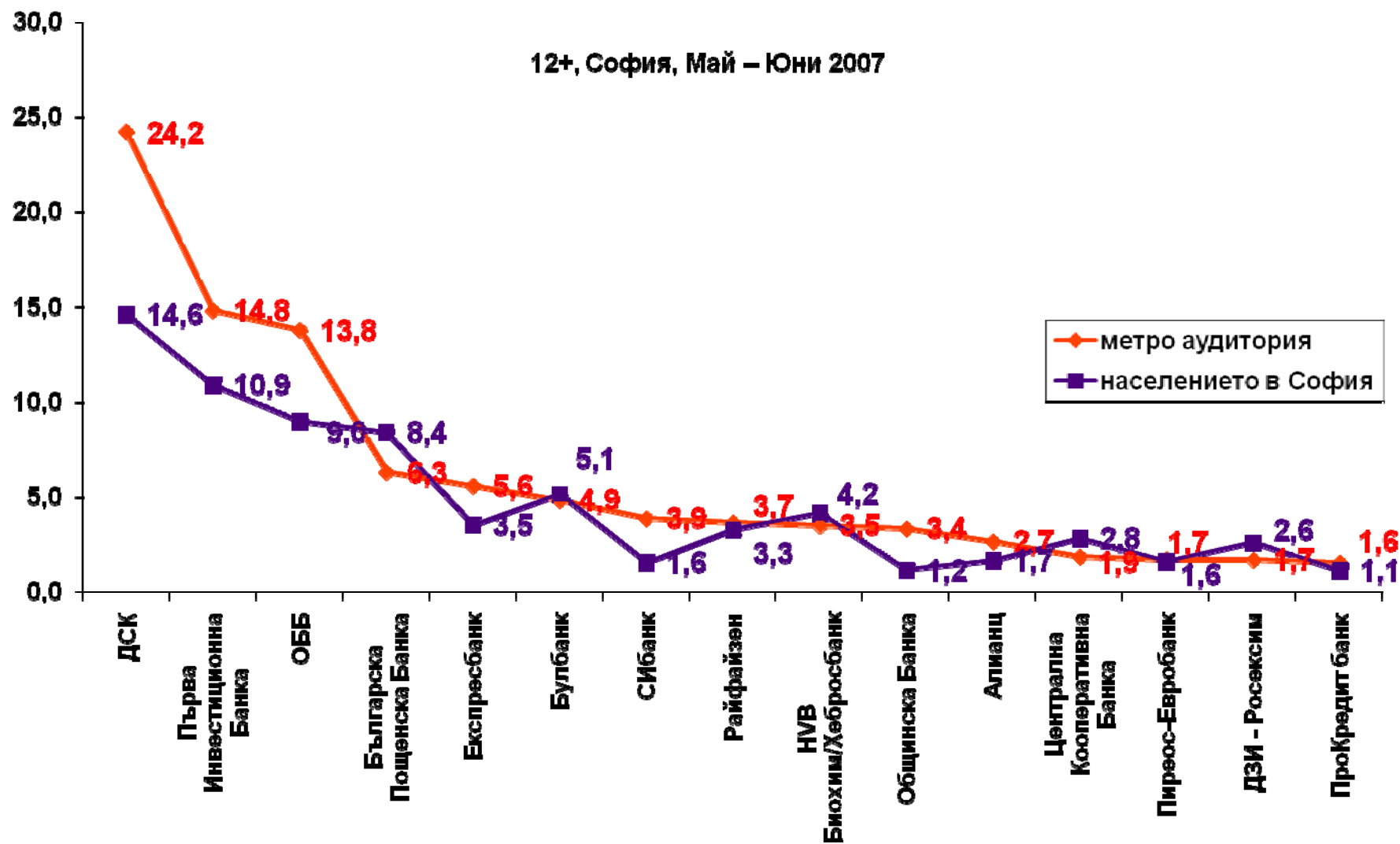
# 60% от пътуващите с метро ползват банкова карта



# Над 20% от пътуващите с метро ползват потребителски кредит



# Използвана банка

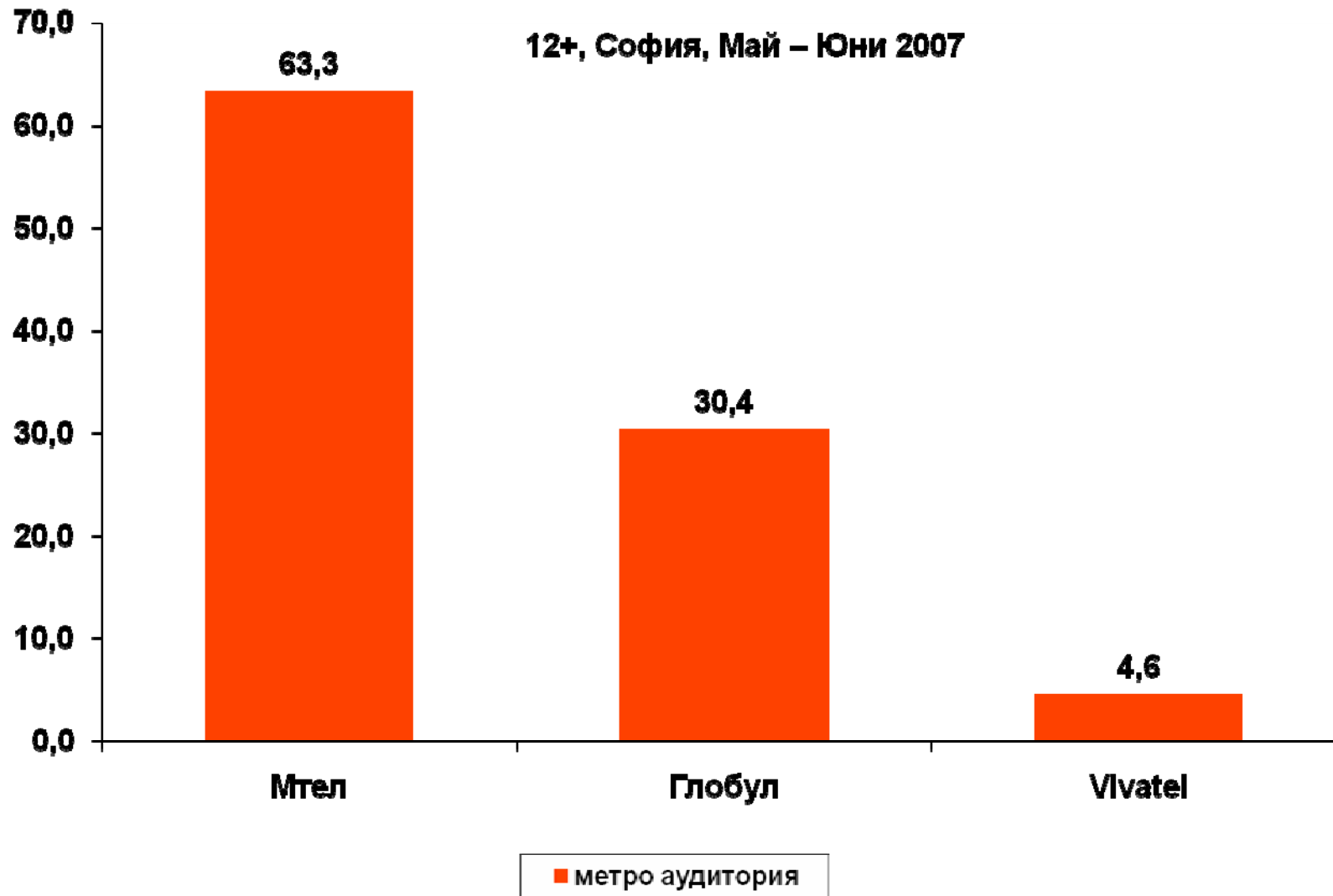


# 94% имат мобилен телефон

София, Май – Юни 2007



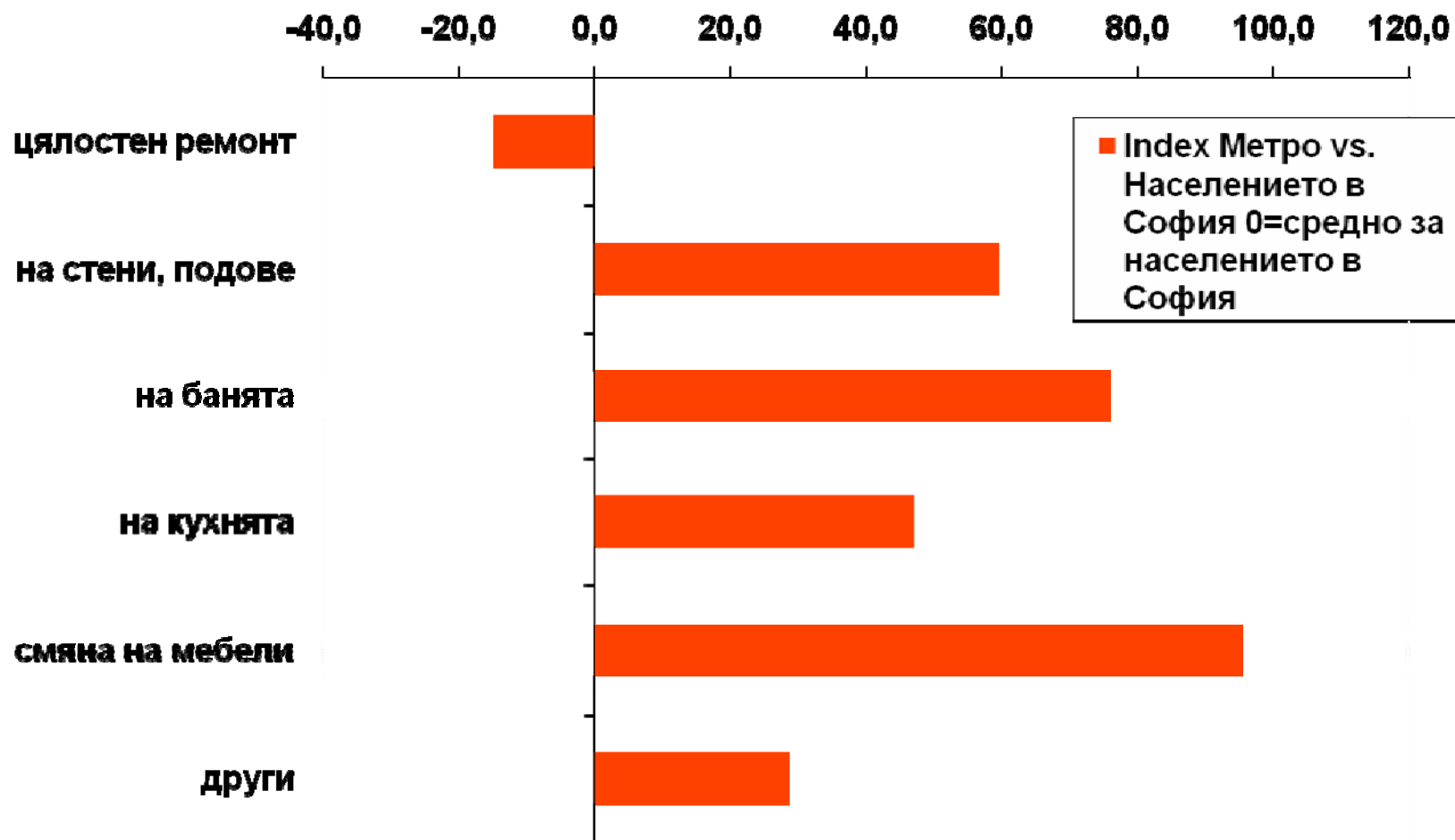
# Абонати на мобилни оператори



# LifeStyle

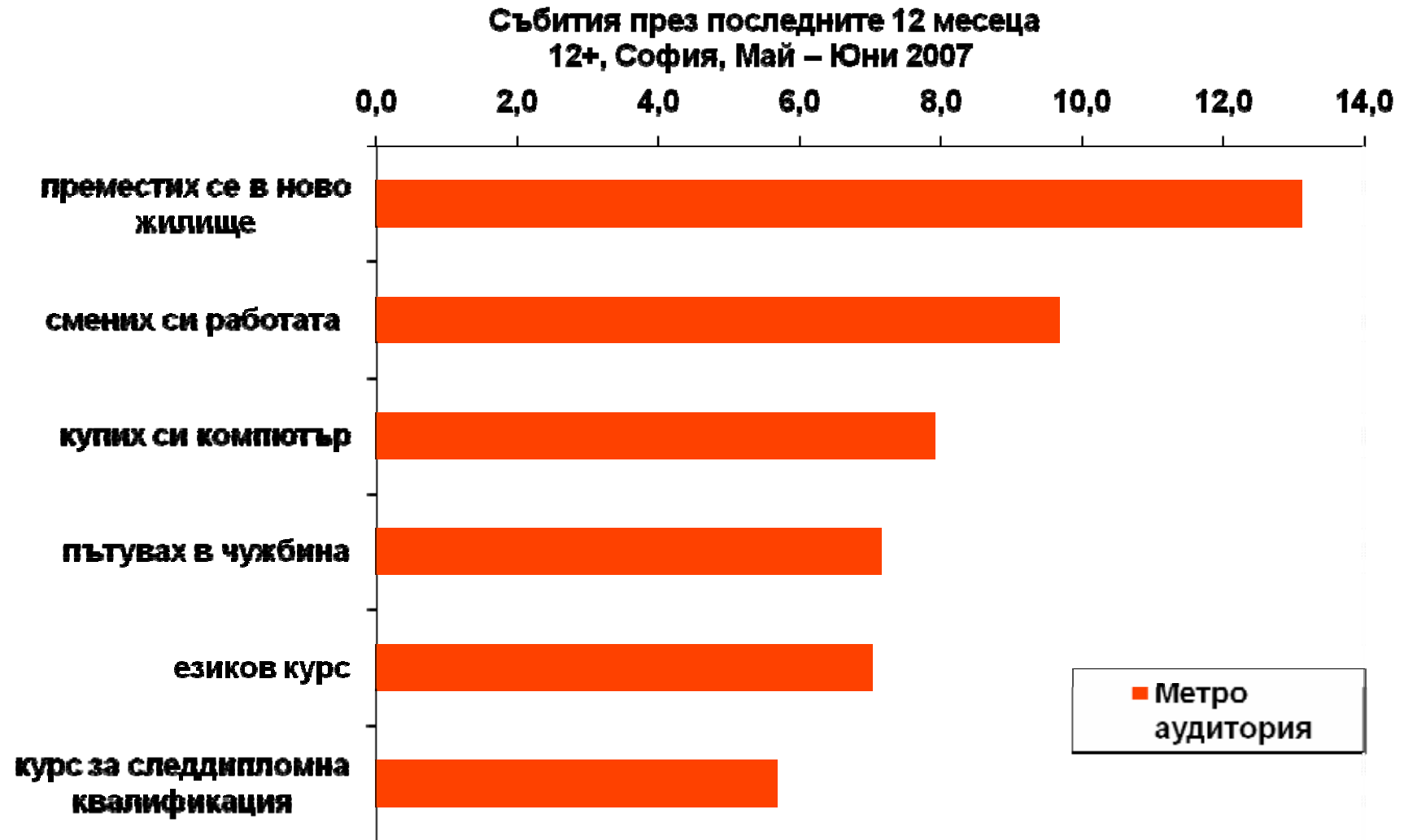
# Пътуващите с метро планират да правят ремонт в по-голяма степен отколкото населението в София като цяло

Планирани подобрения в дома през следващите 6 месеца  
12+, София, Май – Юни 2007





# 13% от пътуващите с метро са се преместили в НОВО ЖИЛИЩЕ

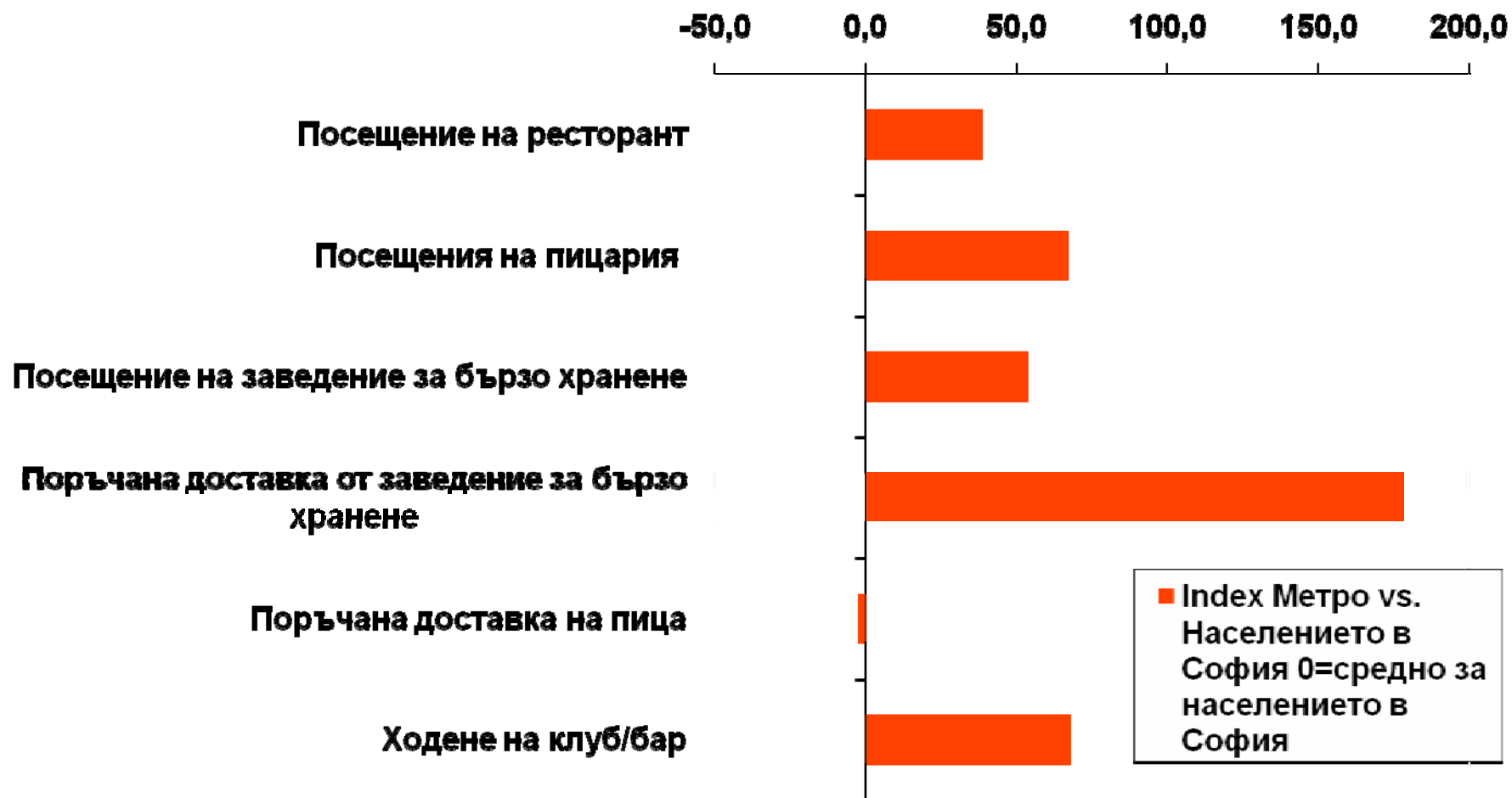


# Две трети от пътувалите с метро ползват английски език



# Пътуващите с метро посещават заведения за хранене и клубове повече отколкото населението в София като цяло

Посещения през последните 4 седмици  
12+, София, Май –Юни 2007



19

# Две трети от пътувалите с метро са били на почивка през последната година

Място за почивка през изминалите 12 месеца  
12+, София, Май – Юни 2007

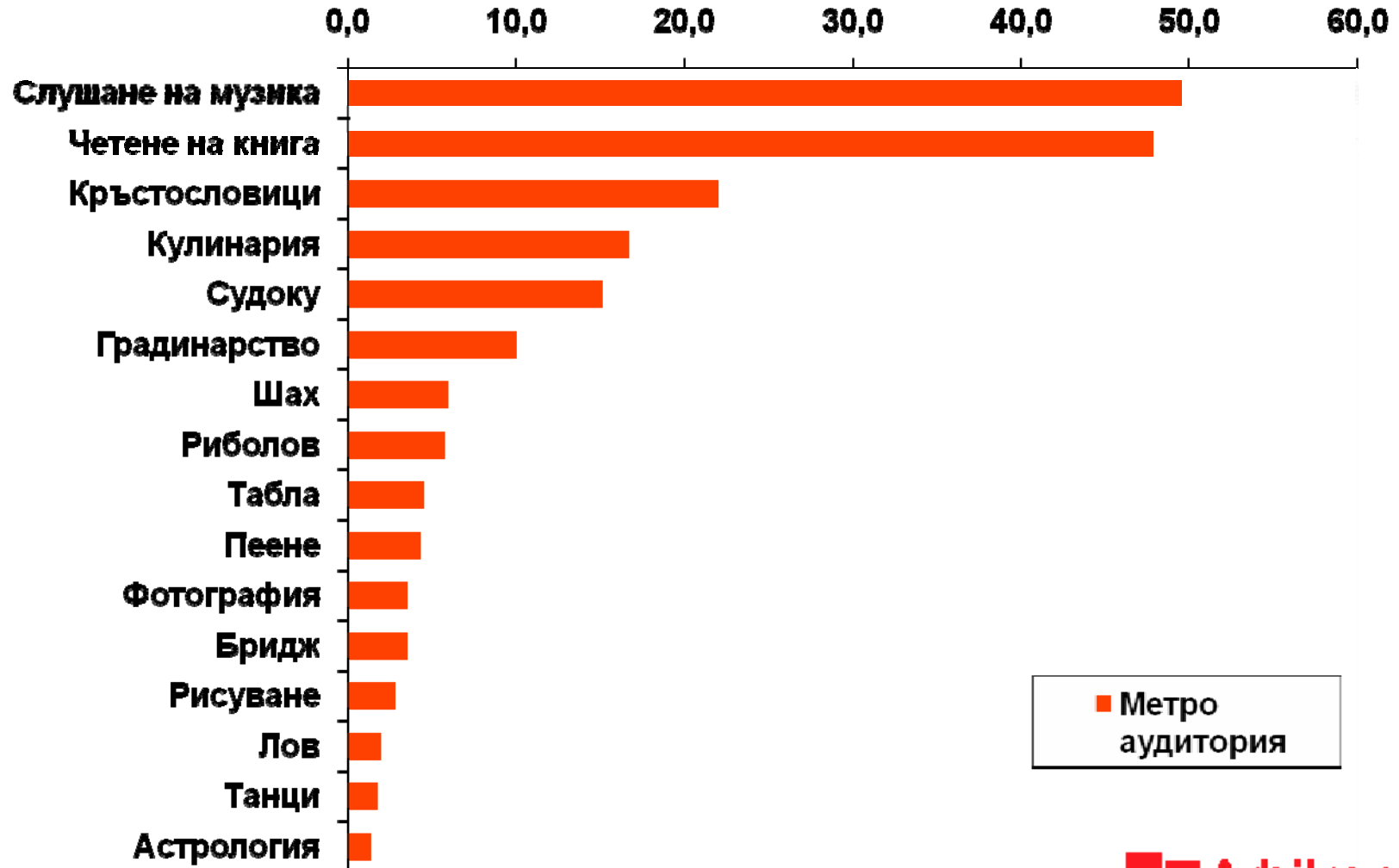


## Също така две трети планират почивка



# Слушане на музика и четене на книга са основните занимания през свободното време

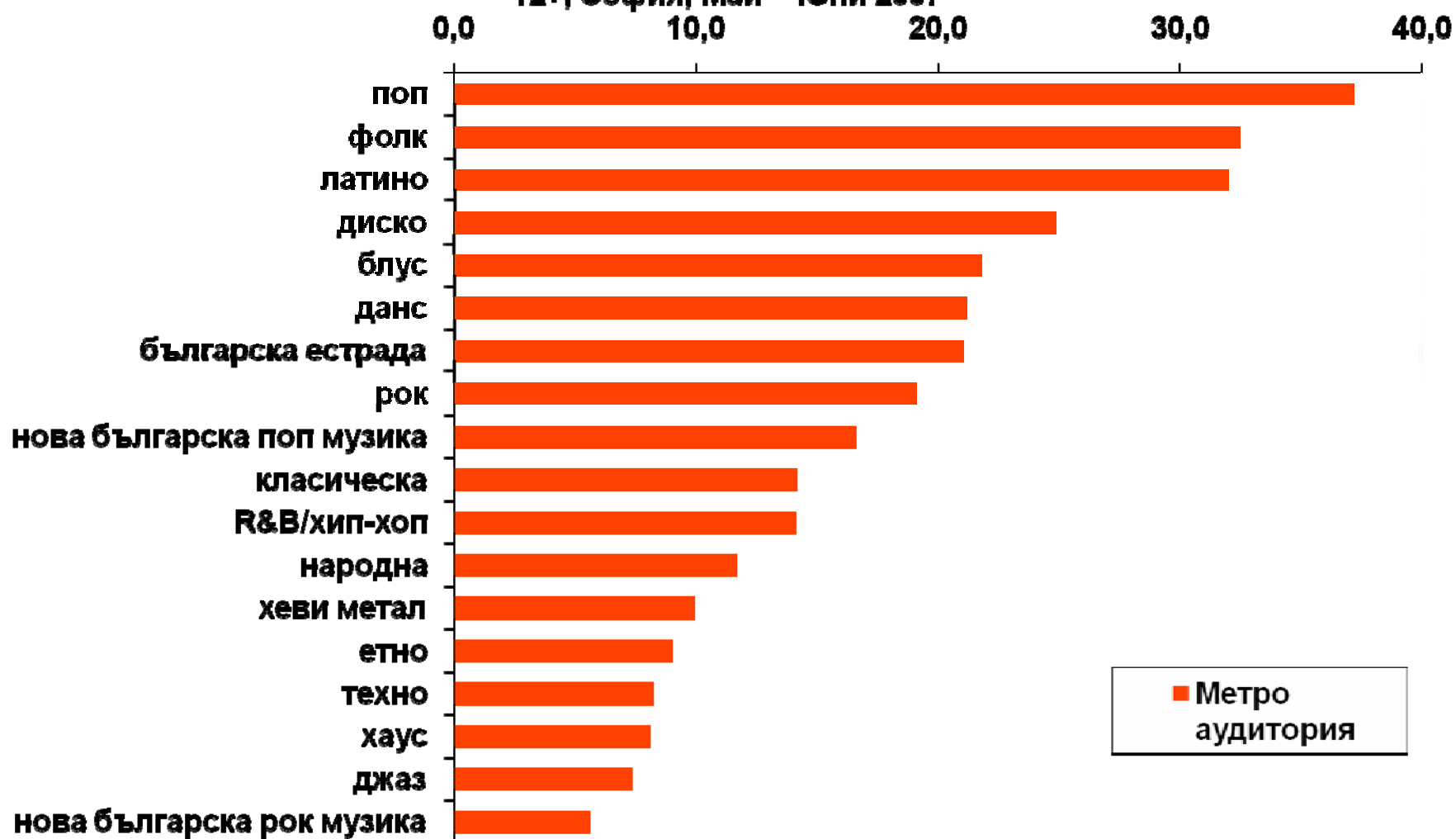
Занимания през свободното си време  
12+, София, Май – Юни 2007



# Поп, фолк и латино са най-харесваните

## СТИЛОВЕ МУЗИКА

Предпочитана музика  
12+, София, Май – Юни 2007



Метро  
аудитория

# Основна причина за влизане в Интернет през последните 4 седмици





# От къде е използван Интернет през последните 4 седмици



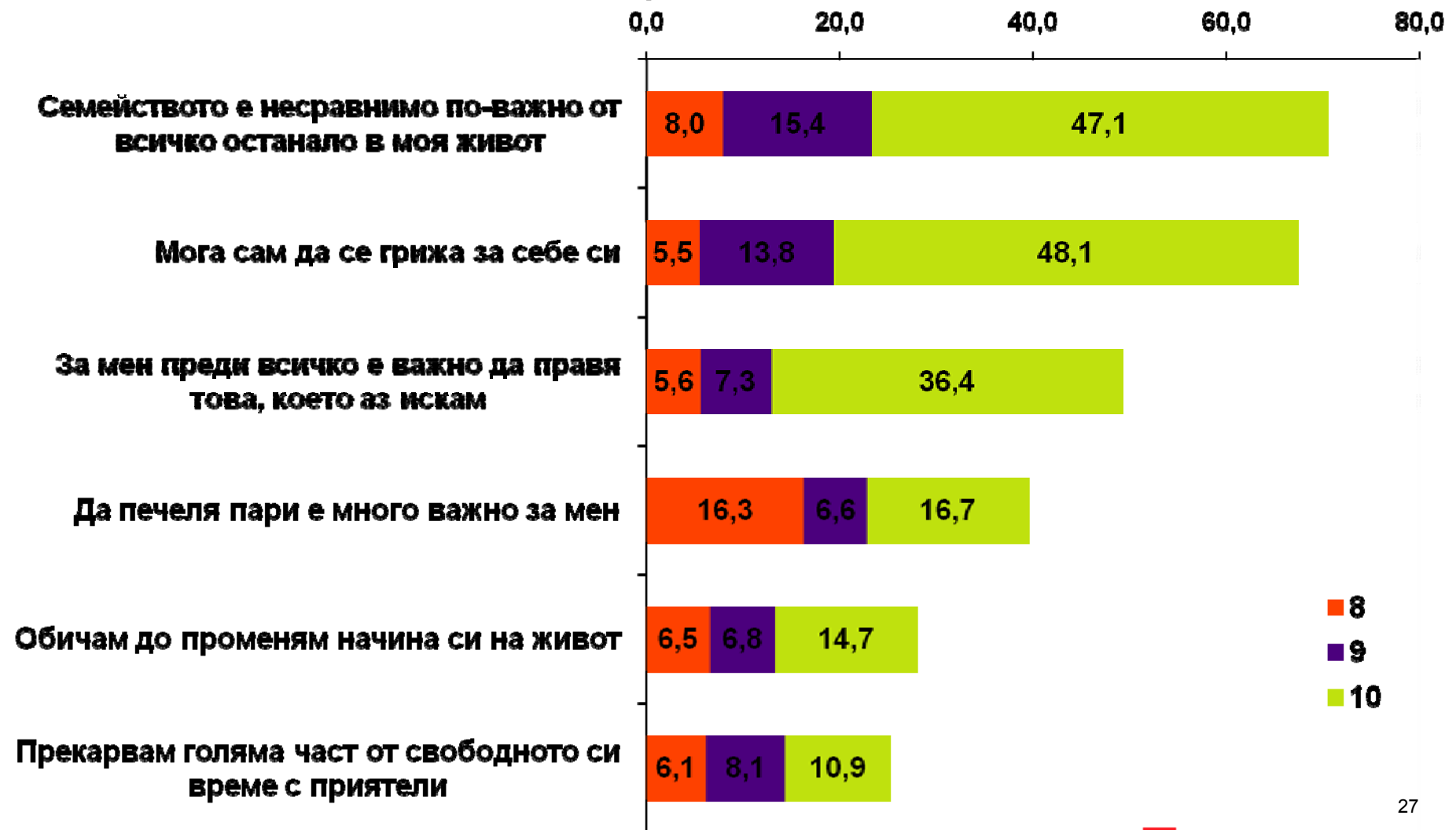
# Жизнени приоритети



— Средна оценка от 1 до 10. 1-напълно не съгласен, 10-напълно съгласен

# Метро аудиторията са активни, общителни личности, привързани към семейството си

12+, София, Май – Юни 2007



% от отговорилите с 8, 9, 10 по скалата от 1 до 10, 1-напълно не съгласен, 10-напълно съгласен

# За две трети рекламите са полезни - от тях научават за нови продукти и услуги, за промоции и отстъпки

София, Май – Юни 2007



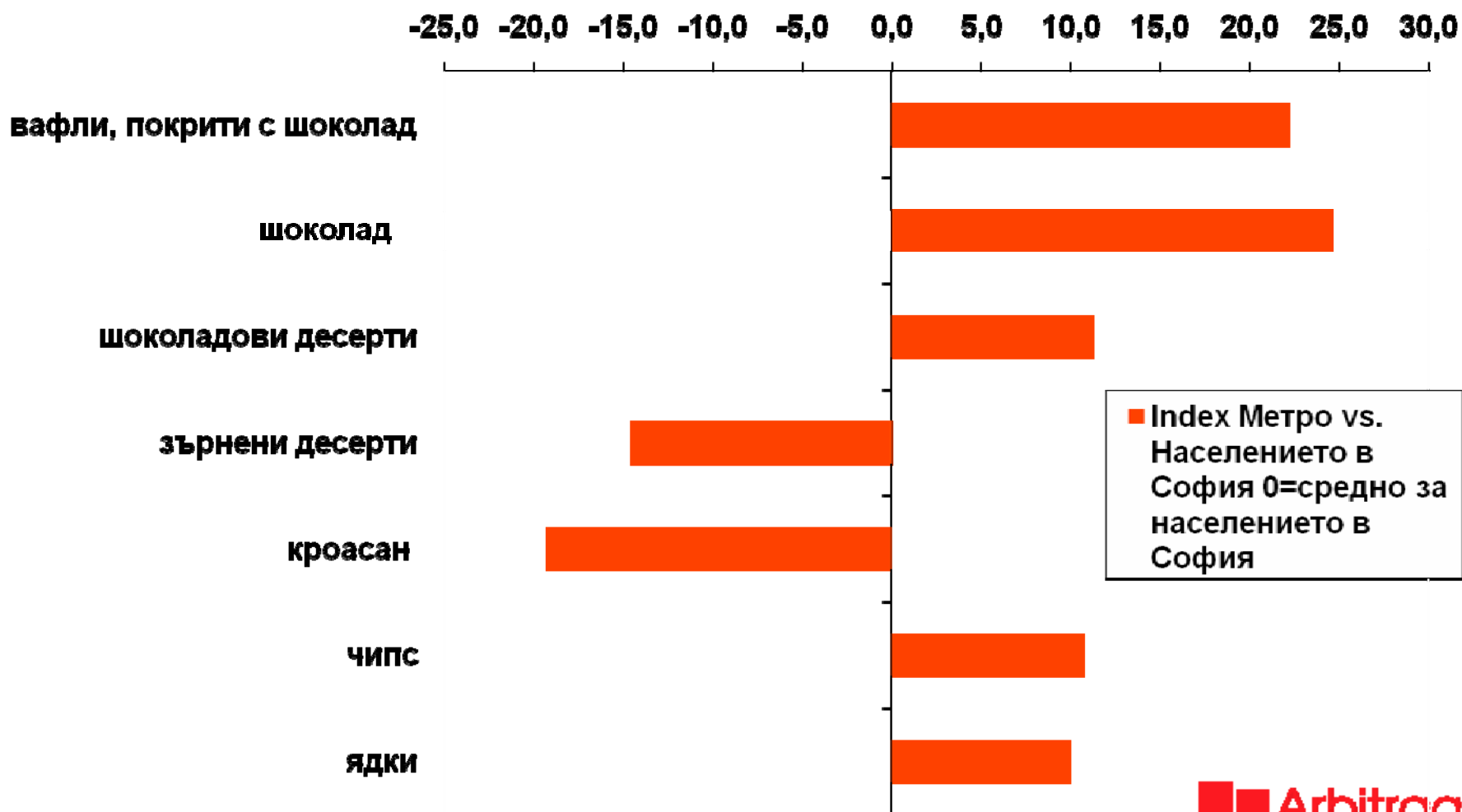
28

■ не съгласен ■ по-скоро не съгласен ■ по-скоро съгласен ■ напълно съгласен

# Консумация

# Пътуващите с метро консумират шоколадови вафли и десерти, шоколад, чипс и ядки в по-голяма степен отколкото населението в София като цяло

Консумация през последните 7 дни  
12+, София, Май – Юни 2007



■ Index Метро vs. Населението в София 0=средно за населението в София

# Консумация на безалкохолни напитки



# Пътуващите с метро консумират джин, ром, мастика, мента и ракия в по-голяма степен отколкото населението в София като цяло



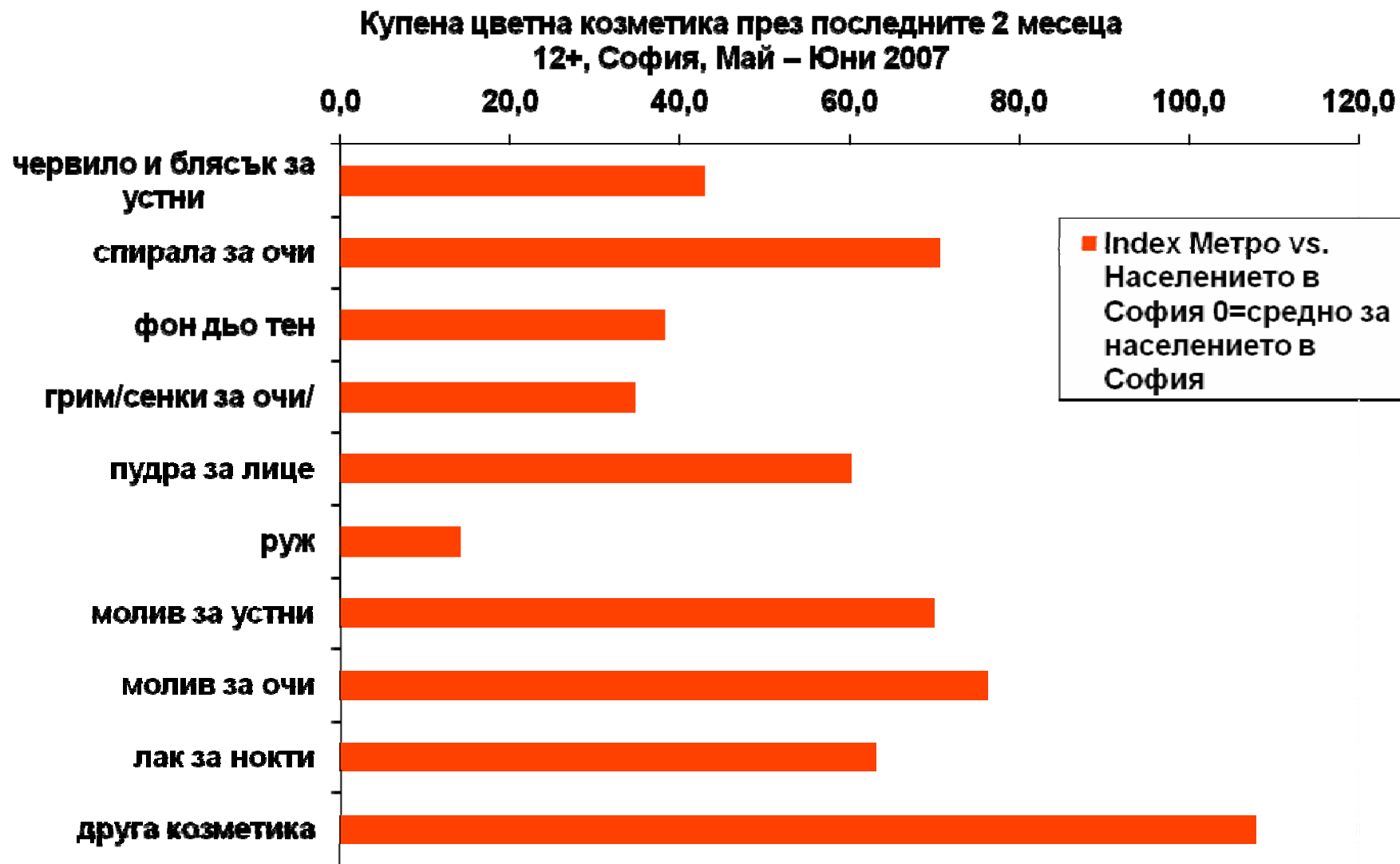
\*Консумация на бира и вино за последните 7 дни



## ... И сладолед

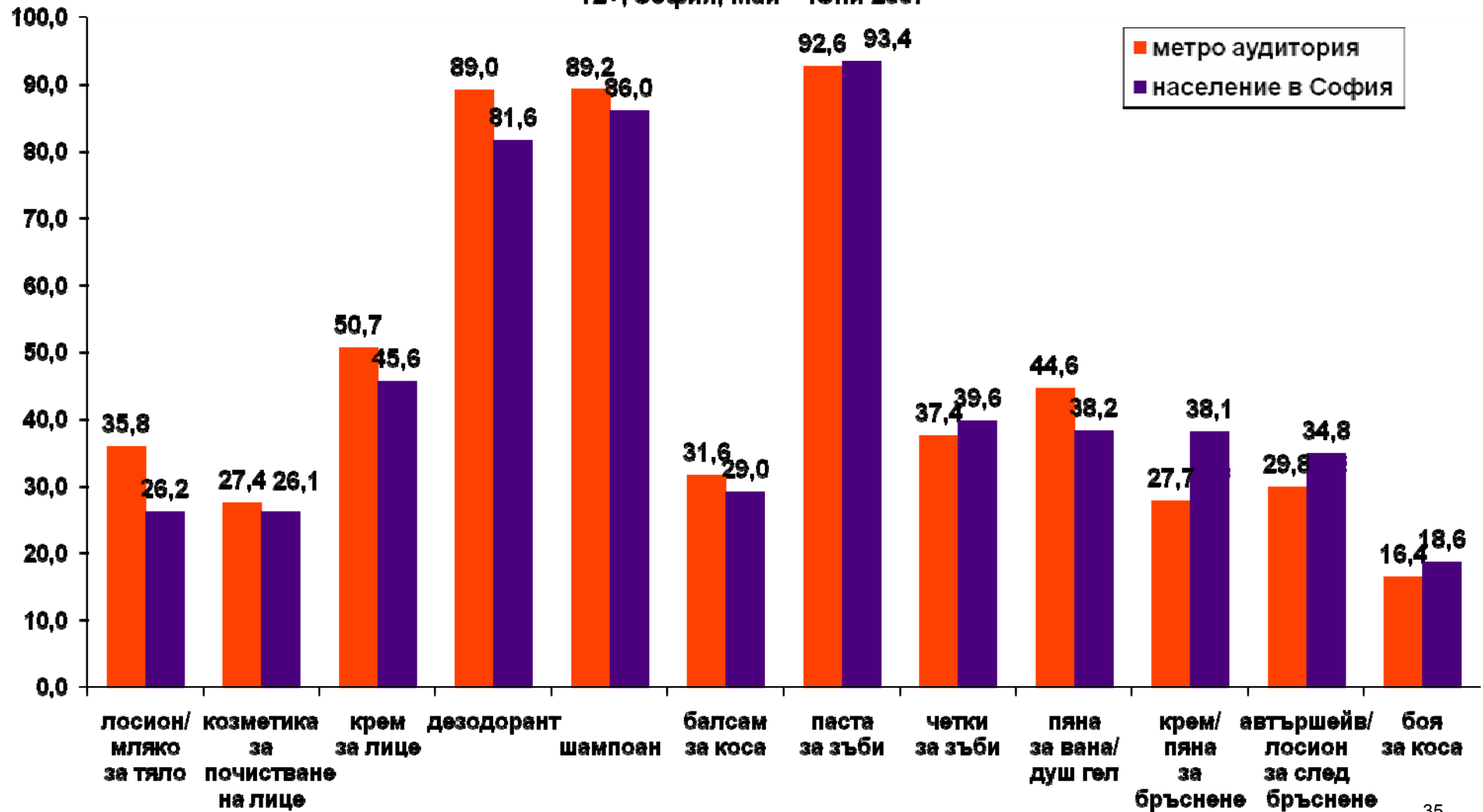


# Пътуващите с метро пазарували цветна козметика в по-голяма степен отколкото населението в София като цяло



# Ползвана козметика

Ползвани през последните 7 дни  
12+, София, Май – Юни 2007



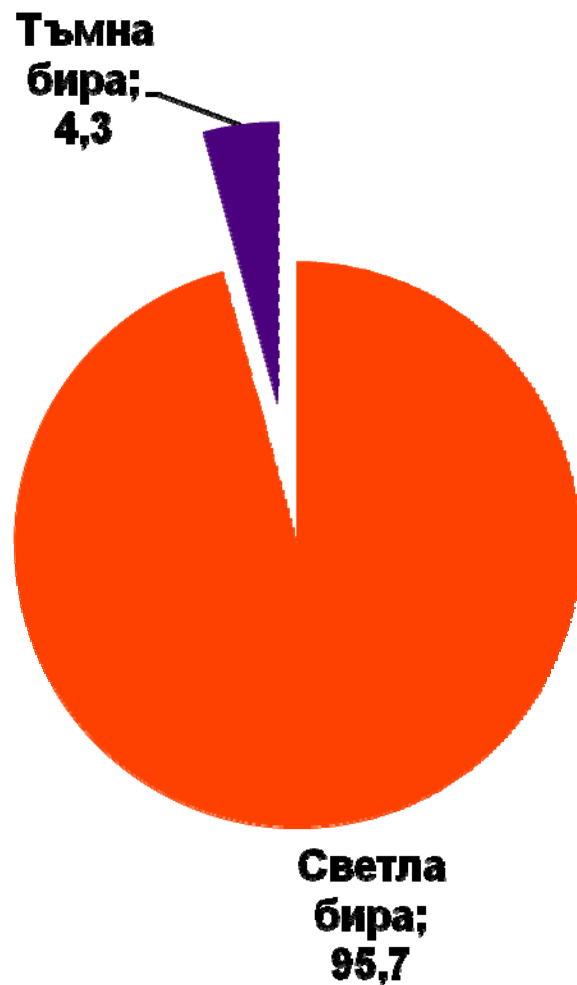
\*Боя за коса и четки за зъби купени през последните 4 седмици

# Повече от половината от пътувалите с метро са консумирали бира през Май – Юни 2007. Най-предпочитана е марката Ариана.

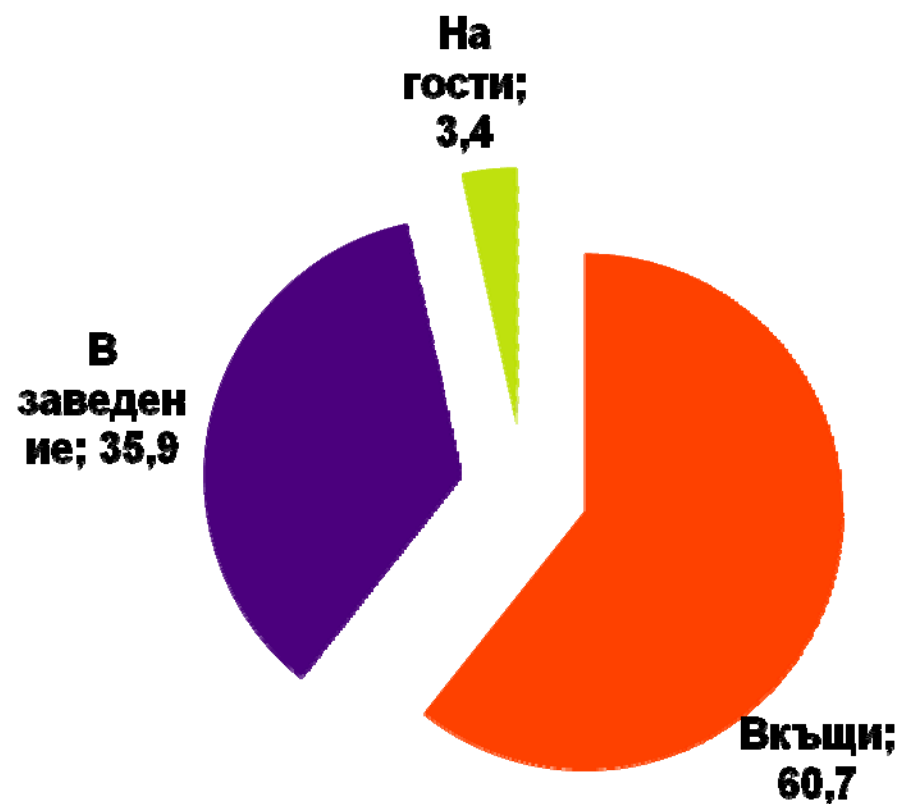


# Една трета от пътувалите с метро са консумирали бира в заведение

Тип бира  
12+, София, Май-Юни 2007



Място на консумация  
12+, София, Май-Юни 2007



# 28% от метрото притежават лично и/или служебно превозно средство

Притежавано лично/служебно превозно средство  
12+, София, Май – Юни 2007

