



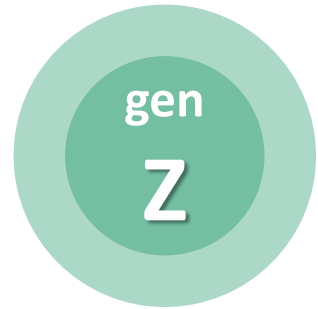
GENERATIONS
IN TIME OF LOCKDOWN
HOW WAS IT? WHAT'S NEXT?



We took the Lockdown as a unique opportunity to gain better understanding of the generations' specific differences in terms of their...

- Key values
- Coping strategies
- Impact on various spheres of life
- Derived «lessons»
- Learnings for brands

3 generations, 18 persons, 5 days and 821 posts



Dmitri, 20

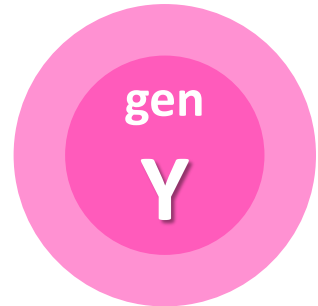
Dmitri, 21

Maria, 20

Catherine, 21

Anastasia, 22

Nikita, 23



Natalia, 32

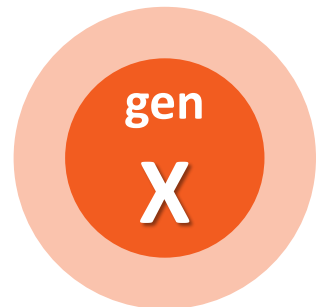
Alexei, 33

Maria, 27

Mariana, 26

Alexei, 31

Alexander, 29



Tatiana, 40

Denis, 41

Yuliya, 43

Anna, 46

Alexander, 50

Sergei, 43

Methodological Notes

1 Special recruitment approach for each generation: apart from age and life stage, there was also a set of attitudinal statements

gen Z	gen Y	gen X
Я только начинаю свою «взрослую» жизнь, пока еще сильно не обременен обязательствами и могу жить в свое удовольствие	Мне важно наполнять свою жизнь новыми яркими впечатлениями и эмоциями	Для меня важна финансовая стабильность, поэтому я стараюсь откладывать часть своего дохода на будущее
Мне важно видеть практическую пользу того, что я делаю	Мне нравится экспериментировать, пробовать что-то интересное/ новое/ необычное	В постановке и решении задач я, скорее, руководствуюсь рациональными принципами. Спонтанные необдуманные решения – не про меня
Я горжусь своими достижениями к настоящему моменту, и мне важно ими делиться и рассказывать о них	Мне нравится простота и демократичность во многих вещах, я устал (а) от ненужного пафоса и гламура	В работе я больше ориентируюсь на результат, чем на процесс
Я нахожусь на этапе поиска себя и своего пути	Мне важно получать максимум удовольствия от жизни и баловать себя	Иногда мне кажется, что я забочусь о близких больше, чем о себе
Мне нравится пробовать и экспериментировать, я стараюсь не упускать возможности	Я считаю, что каждая личность уникальна, поэтому не может быть универсальных решений, все должно быть индивидуально и персонализировано	Для меня слово "надо" важнее слова "хочу"
Я не боюсь менять в своей жизни многое, делать ошибки – это нормально	Для меня новые эмоции и впечатления важнее материальных вещей	Для меня важна работа, но я всегда стараюсь уделить достаточно внимания семье и сохранить баланс
Мне важно иметь возможности для самовыражения – через свой собственный стиль, свои увлечения, социальные сети	Я ценю возможность постоянно развиваться и делать то, что мне нравится	Я верю, что поступки важнее слов
Я ценю возможность постоянно учиться, развиваться и делать то, что мне нравится	Я держу руку на пульсе новых трендов	В повседневной жизни я стремлюсь к комфорту и упорядоченности
Мне нравится простота и демократичность во многих вещах, я устал (а) от ненужного пафоса и гламура	Я уделяю большое внимание эстетике, мне важно, чтобы все вокруг было красиво, атмосферно и антуражно	В моей жизни мало случайностей: всего, что у меня есть, я добился(-лась) самостоятельно
У меня всегда есть своя точка зрения, мне важно, чтобы она была услышана	Я живу «здесь и сейчас» и не заглядываю в далекое будущее	Я ценю всё качественное, прошедшее проверку временем и собственным опытом
Я пользуюсь несколькими каналами информации, которым я доверяю. Они помогают мне ориентироваться в выборе и понимании того, что происходит вокруг	Мне важно жить в «эпицентре событий»: везде побывать, ничего не упускать, жить насыщенной жизнью	Мне важно наполнять свою жизнь приятными впечатлениями и эмоциями
Я очень внимательно отношусь к себе, своим потребностям и желаниям		Я ценю возможность постоянно развиваться и делать то, что мне интересно: без напряжения, в своё удовольствие

2 We arrived «at the right moment, at the proper spot»: great engagement, sincerity, willingness to share their thoughts

•• *Thank you for the interesting research! I truly enjoyed it and peeked inside myself! And I smiled!!!! Thank you so much!!! :-)*

Anna

•• *Thank you for the opportunity to be a part of such project, it was interesting and rewarding for me, too!) I don't often write down my thoughts, and now I've even started thinking about implementing them in my real life*

Mariana

•• *Thank you for interesting questions, a chance to ponder on matters we routinely address in very general terms. It showed me different aspects of simple, common, yet very important everyday concerns*

Alexei

•• *Thank you so much!!! I greatly enjoyed such format of interaction!!! I'm pleased to be helpful, and it was nice to be able to express my attitudes and opinions, which, very importantly, was so highly appreciated by you!*

Yuliya

Key Learnings about Generations during LOCKDOWN

ATTITUDES TOWARDS THE LOCKDOWN

gen
Z

LOCKDOWN AS PROJECT



- Easy and fast adaptation
- Can turn the situation to their advantage
- Acquiring practical skills to be used in the future and appreciation of new opportunities

gen
Y

LOCKDOWN AS EXPERIENCE



- Opportunity to gain new unusual experience
- Despite significant change in their lifestyle, could adapt quite easily
- Time for “my things” and everything that I truly enjoy

gen
X

LOCKDOWN AS CHALLENGE



- Greater difficulty adapting to the lockdown: more effort, stress, and anxiety about employment and family’s well-being

RATIONAL vs. EMOTIONAL DIALECTICS

gen
Z

COMPLETELY RATIONAL



- No much serious concerns about the lockdown
- The most rational attitude: crisis as situation at hand
- Fairly thorough compliance with the self-isolation rule

gen
Y

COMPLETELY EMOTIONAL



- Emotional attitude: fast transition from «apocalyptic sentiment» to search for positive emotions
- Emotional, not always consistent behavior, also with regard to the self-isolation rule

gen
X

EMOTIONAL ATTITUDE, RATIONAL BEHAVIOR



- Emotional negative attitude to the situation
- Rational and consistent behavior, step-by-step handling of all problems and difficulties
- Strictest compliance with the self-isolation rule

THE KEY TENSIONS

gen
Z

LOSS OF FREEDOM AND PRIVACY



- The smallest tensions: slight troubles, rather in the practical aspect
- Most frustrated by the «infringement» on their freedom and loss of privacy

gen
Y

MISSING IMPRESSIONS AND PEOPLE AROUND



- The biggest contrast vs. their normal way of life: «life put on hold»
- Restricted opportunities for getting experiences
- Scarcity of live social interaction and people around

gen
X

LOSS OF CONTROL, IMPAIRED QUALITY OF LIFE



- The strongest tensions
- Loss of control over the situation and of the much-needed feel of stability
- Generally impaired quality of life
- Lack of the «safety cushion»

PERCEPTION VECTOR

gen
Z

LOOKING AHEAD



- Start or keep looking ahead
- Trying to prepare themselves for the future and acquire valuable knowledge and skills in advance

gen
Y

HERE, NOW



- Remain in «here and now» and keep living in that state due to impossible planning
- Anticipating the time when the lockdown is over and the things, they are going to fill it with

gen
X

LEANING ON THE PAST



- Live leaning on the past, take it as important «anchors» providing the much-needed feel of security
- Let themselves make no plans and just live in «here and now»

BEHAVIOR STRATEGIES

gen
Z

FLEXIBILITY AND PRAGMATISM



- Flexibility: adjust to changing conditions quickly and easily
- Pragmatism: know what they want, seek fast tangible result

gen
Y

ENJOYMENT AND SMARTNESS



- Enjoyment: taking care to ensure the desired level of pleasure and happiness
- Smartness: try to act with top efficacy, smartly manage time and other resources

gen
X

CONTROL AND MANAGEMENT



- Control: lacking control over external circumstances try to control everything they can
- Management of self and family

LOCKDOWN «LESSONS»

gen
Z

ENABLING



- The need to gain practical skills with prospects of monetization

gen
Y

MINDFULNESS AND
PRIORITIZATION



- Even greater mindfulness: shifting the focus from 'outside' onto oneself, figuring out what is truly important
- Subsequent prioritization of important things in life
- Collecting moments not things

gen
X

DISCOVERY OF OWN VALUE,
SAFETY CUSHION

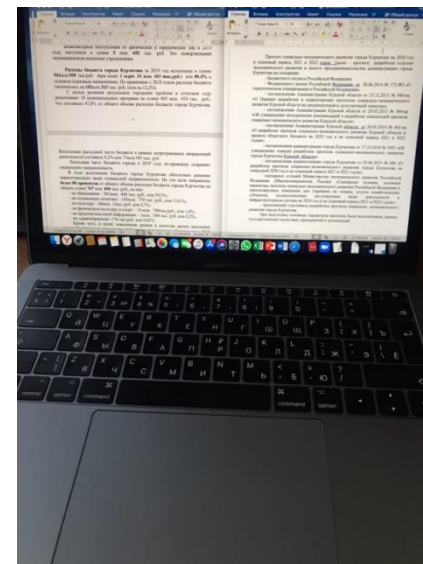
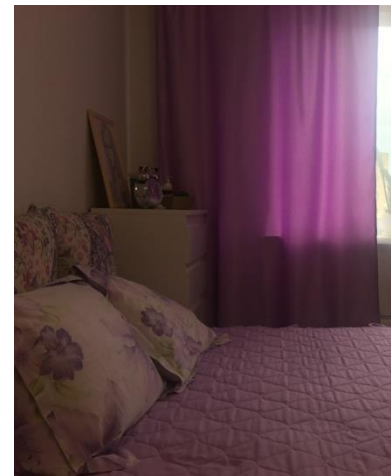
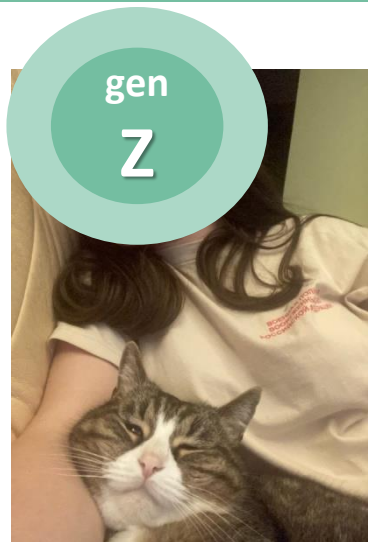


- Discovering the value of oneself and me-time – «the air»
- The need for the «safety cushion» to ensure stability and maintain the quality of life

Lockdown Illustrations

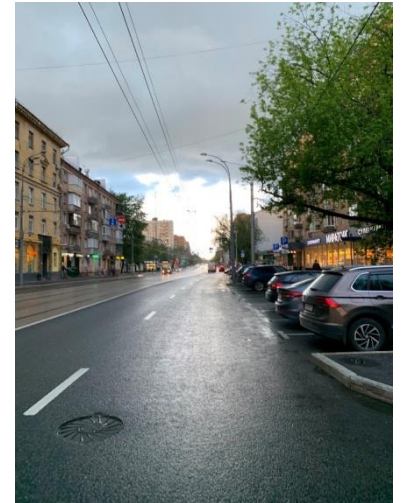
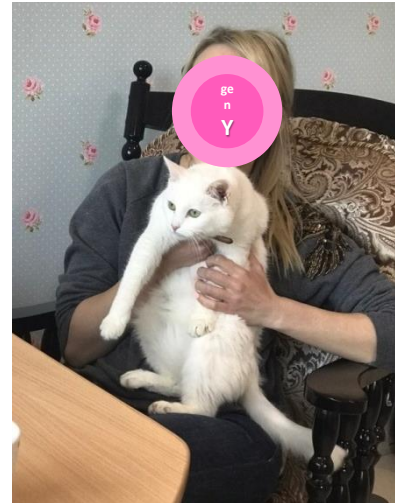
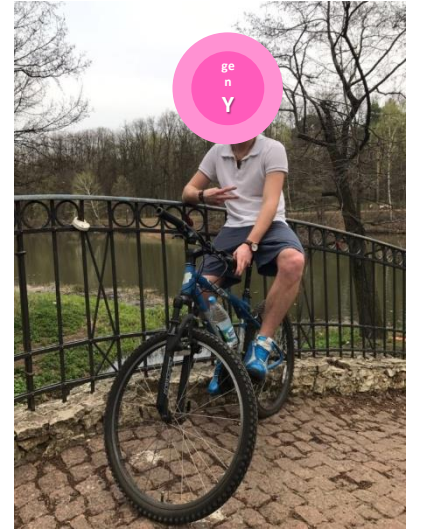
gen
Z

self-isolated



gen
Y

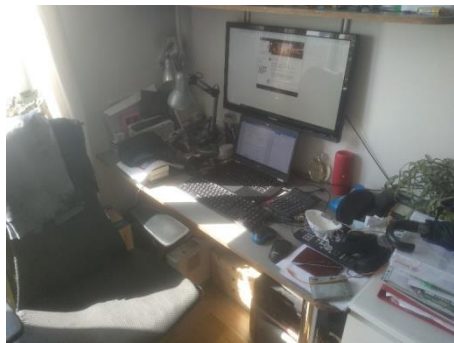
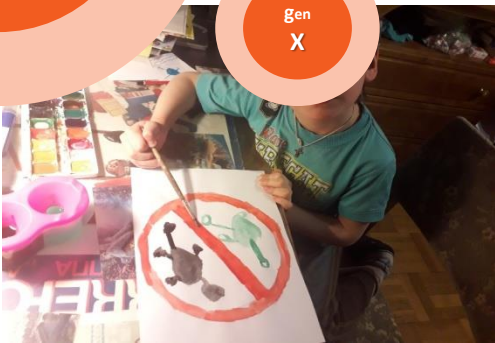
self-isolated



gen X

self-isolated

Gen X



2020		Выполненные заявки				План на 30.04.2020	
№	Итого	Правильный ответ	Полученный ответ	Итого	План	Факт	Валют. %
1	200	200	193	193	200	200	100.00
2	200	200	194	194	200	200	100.00
3	200	200	193	193	200	200	100.00
4	200	200	194	194	200	200	100.00
5	200	200	193	193	200	200	100.00
6	200	200	194	194	200	200	100.00
7	200	200	193	193	200	200	100.00
8	200	200	194	194	200	200	100.00
9	200	200	193	193	200	200	100.00
10	200	200	194	194	200	200	100.00
11	200	200	193	193	200	200	100.00
12	200	200	194	194	200	200	100.00
13	200	200	193	193	200	200	100.00
14	200	200	194	194	200	200	100.00
15	200	200	193	193	200	200	100.00
16	200	200	194	194	200	200	100.00
17	200	200	193	193	200	200	100.00
18	200	200	194	194	200	200	100.00
19	200	200	193	193	200	200	100.00
20	200	200	194	194	200	200	100.00
21	200	200	193	193	200	200	100.00
22	200	200	194	194	200	200	100.00
23	200	200	193	193	200	200	100.00
24	200	200	194	194	200	200	100.00
25	200	200	193	193	200	200	100.00
26	200	200	194	194	200	200	100.00
27	200	200	193	193	200	200	100.00
28	200	200	194	194	200	200	100.00
29	200	200	193	193	200	200	100.00
30	200	200	194	194	200	200	100.00
31	200	200	193	193	200	200	100.00
32	200	200	194	194	200	200	100.00
33	200	200	193	193	200	200	100.00
34	200	200	194	194	200	200	100.00
35	200	200	193	193	200	200	100.00
36	200	200	194	194	200	200	100.00
37	200	200	193	193	200	200	100.00
38	200	200	194	194	200	200	100.00
39	200	200	193	193	200	200	100.00
40	200	200	194	194	200	200	100.00
41	200	200	193	193	200	200	100.00
42	200	200	194	194	200	200	100.00
43	200	200	193	193	200	200	100.00
44	200	200	194	194	200	200	100.00
45	200	200	193	193	200	200	100.00
46	200	200	194	194	200	200	100.00
47	200	200	193	193	200	200	100.00
48	200	200	194	194	200	200	100.00
49	200	200	193	193	200	200	100.00
50	200	200	194	194	200	200	100.00
51	200	200	193	193	200	200	100.00
52	200	200	194	194	200	200	100.00
53	200	200	193	193	200	200	100.00
54	200	200	194	194	200	200	100.00
55	200	200	193	193	200	200	100.00
56	200	200	194	194	200	200	100.00
57	200	200	193	193	200	200	100.00
58	200	200	194	194	200	200	100.00
59	200	200	193	193	200	200	100.00
60	200	200	194	194	200	200	100.00
61	200	200	193	193	200	200	100.00
62	200	200	194	194	200	200	100.00
63	200	200	193	193	200	200	100.00
64	200	200	194	194	200	200	100.00
65	200	200	193	193	200	200	100.00
66	200	200	194	194	200	200	100.00
67	200	200	193	193	200	200	100.00
68	200	200	194	194	200	200	100.00
69	200	200	193	193	200	200	100.00
70	200	200	194	194	200	200	100.00
71	200	200	193	193	200	200	100.00
72	200	200	194	194	200	200	100.00
73	200	200	193	193	200	200	100.00
74	200	200	194	194	200	200	100.00
75	200	200	193	193	200	200	100.00
76	200	200	194	194	200	200	100.00
77	200	200	193	193	200	200	100.00
78	200	200	194	194	200	200	100.00
79	200	200	193	193	200	200	100.00
80	200	200	194	194	200	200	100.00
81	200	200	193	193	200	200	100.00
82	200	200	194	194	200	200	100.00
83	200	200	193	193	200	200	100.00
84	200	200	194	194	200	200	100.00
85	200	200	193	193	200	200	100.00
86	200	200	194	194	200	200	100.00
87	200	200	193	193	200	200	100.00
88	200	200	194	194	200	200	100.00
89	200	200	193	193	200	200	100.00
90	200	200	194	194	200	200	100.00
91	200	200	193	193	200	200	100.00
92	200	200	194	194	200	200	100.00
93	200	200	193	193	200	200	100.00
94	200	200	194	194	200	200	100.00
95	200	200	193	193	200	200	100.00
96	200	200	194	194	200	200	100.00
97	200	200	193	193	200	200	100.00
98	200	200	194	194	200	200	100.00
99	200	200	193	193	200	200	100.00
100	200	200	194	194	200	200	100.00

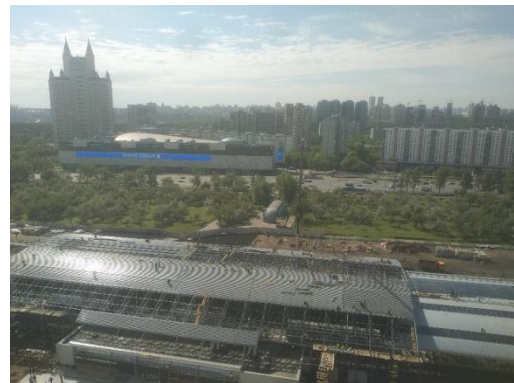
Сапфировая лига
10 победителей переходят в следующую лигу
3 д. 13 ч 31 мин

- Julia** 270 очков
- Brittney** 256 очков
- Mia Ramirez** 224 очка
- Natalia**
- Henrique** 170 очков



Расписание ЕГЭ

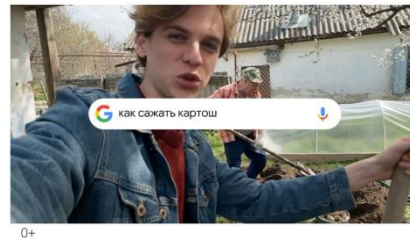
- 29 июля – география, литература, информатика и ИКТ
- 3 июля – русский язык
- 6 июля – математика (профиль)
- 9 июля – история, физика
- 13 июля – обществознание, химия
- 16 июля – биология, иностранные языки (письменная часть)
- 18, 20 июля – иностранные языки (устная часть)



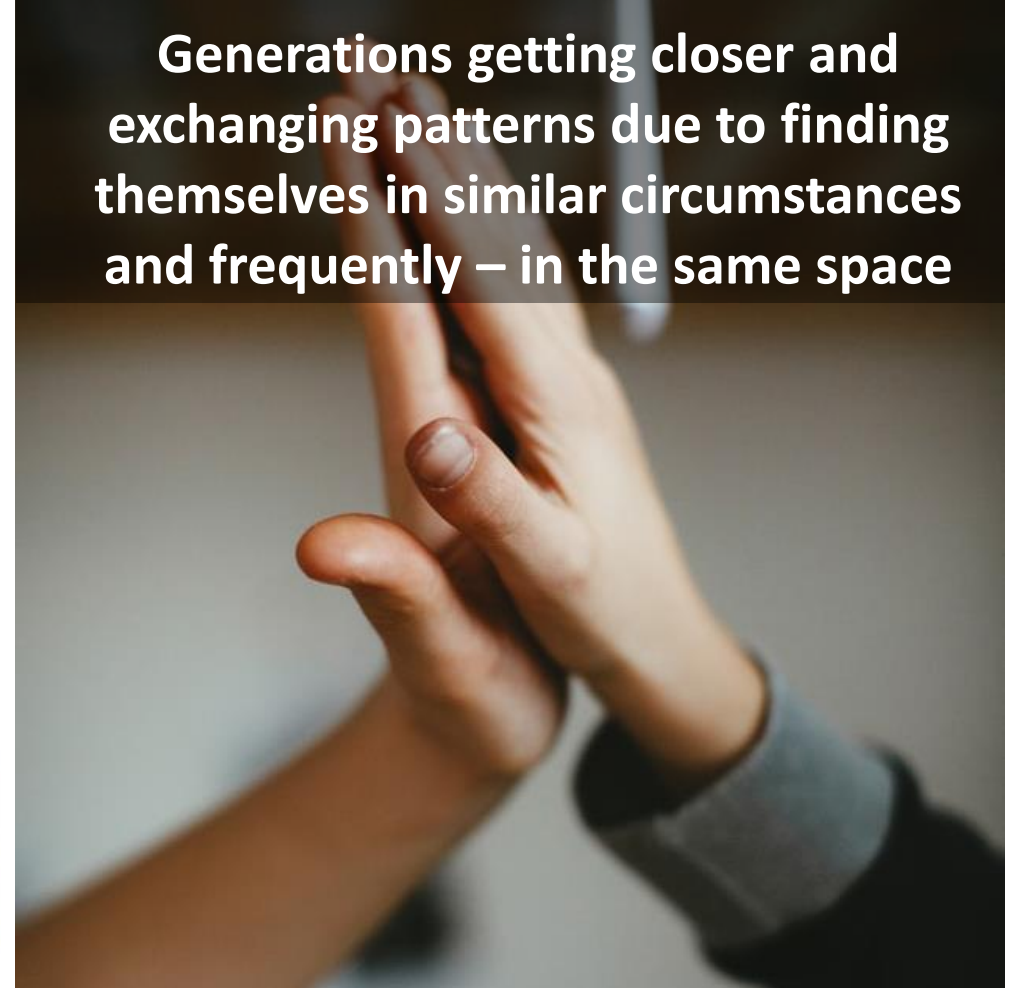
What does it all mean
to brands?

Two opposite trends...

The core features of each generation are being revealed and more prominently exposed – as in any crisis



Generations getting closer and exchanging patterns due to finding themselves in similar circumstances and frequently – in the same space





During the LOCKDOWN people have become a bit happier and a bit more similar, because they...

- 💡 Paid attention to themselves and were satisfied with what they discovered
- 💡 Experienced the joy of being with their closed ones
- 💡 Became more caring and learnt empathy
- 💡 Discovered the joy of self-development and self-improvement
- 💡 Expanded their online capabilities
- 💡 Tidied up their lives and homes, have become more practical
- 💡 Learnt to do a lot of things themselves, and loved it
- 💡 Recognized the value of little joys
- 💡 Started thinking about their health
- 💡 Realized that beauty could be natural
- 💡 Learnt to enjoy the time at home...

...and even got some pets 🐶 🐱

What brands need
to understand about each
generation in order to come up
with proper insights?

ABOUT THEMSELVES



gen
Z

- Appreciating the value of self, being flexible – capable of adapting to the world and turning the situation to their advantage

gen
Y

- Focus on individual features and special needs
- The need to maintain a proper level of happiness and esthetics
- Ability to adjust the world to their needs, smart resource management

gen
X

- Rediscovered value of self: gen X have remembered about themselves, rediscovered themselves and their capabilities, but they need constant appreciation of their success from the outside world

ABOUT OTHERS



gen Z

- Loving self and family while staying self-sufficient
- Starting to recognize the value of offline relationship while having relatively low social competence, prioritizing social connections

gen Y

- Social beings
- Huge importance of offline contacts, touches, cordiality
- Returning to family
- Transferring the patterns of socializing with friends into family

gen X

- Discovering the joys of family interaction, tuning into each other, understanding, getting closer, exchanging experience and information
- High value of reliable close circle of friends and relations

ABOUT MINDFULNESS

gen Z

- Mindfulness is inherent to gen Z
- They are constantly aware of the purpose of whatever they do, result-oriented and take care to gain practical value and lay foundation for the future

gen Y

- Mindfulness is an important value for gen Y allowing them feel harmonious
- In many instances it comes as appreciation of the moment: enjoying whatever they are doing, wherever they are, whatever they see
- Mindfulness also implies consonance with oneself

gen X

- To gen X, mindfulness means habitual control and order, maintaining the quality of life, smart choice, responsible behavior, ability to accept current situation for what it is
- To some it is ability to devote time to self and enjoy it



ABOUT WORK

gen Z

- Work as a profitable enterprise
- The top priorities are money, comfort, and being in demand
- Optimism and confidence: relevant skillset can land you a job at any moment
- Flexibly changing occupations and employment modes seeking higher profit

gen Y

- Work as passion, a pursuit that is right for me
- Rediscovering online opportunities in their work
- Remote online work as new experience
- Adapting easily and quickly, keeping the work time and space apart in a smart way

gen X

- Work as a means of support, the area of reliability and control
- Less flexible and adaptive, find greater difficulty with adjusting to new conditions, unwilling to switch jobs
- Work hard, cannot maintain a firm boundary between professional and personal life

ABOUT PERSONAL DEVELOPMENT

A person is sitting on a tall stack of books, using a laptop. The person is wearing blue jeans and is barefoot. The background is a bright, slightly blurred indoor setting.

gen
Z

- High practical value of self-education and personal development seen as investment into the future
- Result matters

gen
Y

- To gen Y, personal development is a pleasure, joy, fun, and a source of new experience
- It is virtually lifestyle and a part of identity
- The process matters and should be enjoyable

gen
X

- To gen X, personal development and self-education come as yet another reason for getting to know and loving oneself, and then to share the results and achievements with the world

ABOUT WORK-LIFE BALANCE



gen
Z

- Thoroughly watching the balance between study/work and leisure
- Guaranteed to have enough free time
- New value of little joys
- Recognizing the importance of entertainment in life, tend to outsource it to professionals

gen
Y

- Getting desired level of entertainment and joy is an important condition for «happy life»
- Mastery of getting pleasure and maintaining the right balance between work and leisure
- Drive for new experiences has evolved into one of the core values

gen
X

- Mastering the skill of «letting oneself go» and appreciating the value of little pleasures, carefree attitude, joy of spending time with loved ones, beauty of the moment «here and now»
- Drive towards harmony between duties and leisure

ABOUT MONEY / CONSUMPTION

gen Z

- Smart earners and spenders
- Monetizing whatever possible
- Money comes as an important enabler of status and independence
- Know how to «live within their means»
- Paying attention to VFM, watching it

gen Y

- Spending a lot and with gusto
- Money is no goal by itself, rather an important means of ensuring the desired level of experiences and pleasure in life
- Love being smart consumers, but in VFM priority invariably goes to “value”

gen X

- Know how to cut costs, spend money prudently and «properly»
- Money is an important means of control over the family well-being and quality of life
- Appreciating VFM, sometimes prioritizing the “money” part, yet still paying great attention to quality

ABOUT ONLINE AND OFFLINE

gen
Z

- Appreciated the practical value of online opportunities
- Realized that online socializing is not enough
- Turned their eye to the offline with new interest
- Transferred their online skills to the older generation

gen
Y

- Realized the dangers of getting absorbed by the online
- Realized the need for smart approach and control
- Felt an acute desire for offline communication and experiences
- Proved dependent on tactile contact

gen
X

- Mastered online ways, yet were missing the depth, intensity, and appeal of offline experiences
- Will be balancing with newly acquired skills



ABOUT SOCIAL RESPONSIBILITY



gen
Z

- Care about the world «we are to live in future»: importance of social justice, public freedom, ecological security
- High level of tolerance

gen
Y

- Global thinking
- Caring for the entire world
- High level of empathy to the weak and underprivileged
- Social consciousness
- Concern about the world being imperfect «here and now»

gen
X

- Care for the loved ones as the top priority, hope for return of the past stability and control
- High sensitivity to social security matters

ABOUT HLS

gen Z

- Conscious and responsible attitude to health, as they were growing up along with the HLS concept
- Personalized thoughtful HLS (what I really need), rather than imposed trends and a part of lifestyle
- Thinking proactively about their health and body in the future perceiving it as an investment

gen Y

- HLS comes as an attribute of trendy living, no goal by itself
- «Flexible» HLS: from thorough observance to guilty pleasures
- Uncompromising strategy: food should be healthy and give pleasure, won't accept any significant restrictions
- «Domestication» of sports and food

gen X

- Tend to be generally responsible about health-related matters
- Traditional basic HLS: fundamentals of healthy eating and «manageable» exercise
- Controlling food healthiness and diversity both for themselves and entire family
- Home-made food is a routine practice
- Have discovered value of home exercise



ABOUT BEAUTY

gen Z

- Happy with themselves, feeling attractive «as is»
- Tend to basic care
- Inclusive and democratic approach to beauty

gen Y

- Appreciate natural well-groomed beauty
- Showed great interest to home beauty care: they enjoy learning and experimenting
- Value individuality and diversity of images

gen X

- Relatively higher beauty standards
- Need outside appreciation
- Were unhappy about forced DIY beauty care at home, realized that professional beauty services are preferable



ABOUT HOME

gen Z

- Rethinking attitude to cleanness and beauty at home
- More responsible attitude to the space around them, willing to keep it tidy

gen Y

- Home becoming a space for emotional recharge and new experiences, rather than just a place to spend the night
- Ever stronger need to keep the home nice and cozy
- Decluttering and rearrangement

gen X

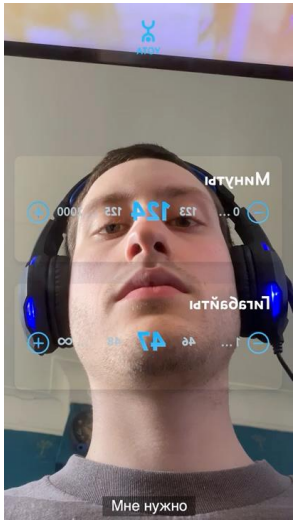
- The value of personal space has grown significantly higher
- The need for silence, cozy environment, possibility to stay alone and indulge in one's me-time



Relevant references for Gens

Relevant references

YOTA: Master of Traffic



- #rational
- #flexibility
- #thorough design
- #financial benefit

Crazy account

Kitchens on the block in TikTok



- #entertainment and fun
- #self-irony

Delivery Club: Wild Delivery



Накормите животных из разных уголков России



Птица на гриле
...остается

Квашеное сено по-московски
«Аргали — это не только крупнейший представитель ро...

Плетёнка из коры мёдом
Аргали, крупнейший и известный таск...

50 P

50 P

- #environmental responsibility
- #up-to-date and hi-tech
- #simple
- #fun

Apps by Megafon



- #transparent
- #simple
- #digital competence

gen
Z

Relevant references

FRIENDZONE & DORA — NON-PERFECT PEOPLE



#freedom
#self-acceptance
#inclusivity
#independence
#value of own way
#simplicity
#sincerity

#borjomingathome



#small affordable
joys
#simplicity
#freedom of
self-expression

Volkswagen: Everything is up to you and your Polo



#freedom
#independence
#value of own way
#inpedence

Anton Lapenko
EcoMultiCard by VTB



#absurd
#environmental
responsibility
#practical

Chupa-Chups by LABELCOM



4,000,000 letters came to our editorial office
#non-standard approach
#absurd

Blue Burger by YOTA in
Krasnodar



non-standard approach
#freedom of self-expression
#entertainment and fun

Relevant references

#spaceforyourself

Letters about the important from the most unusual spring in my life



spaceforyourself

Отправить сообщение



19 публикаций

154 подписчиков

1 подписка

#пространстводлясебя

от команды @plannerbykuz

Письма о важном

из самой необычной весны в жизни.

Первые 16 историй в подкасте @department.love:

click.ru/NMRKQ



Меня всегда беспокоила моя продуктивность. Я довольно долго могу решать задачи, потому что в любой вопрос мне нужно погрузиться очень глубоко. И карантин как будто дал мне карт бланш во времени - возможность подтвердить, что я все делала правильно. Наверное для меня это только так и может быть.

Это как вечеринка, на которую ты не хочешь идти, потому что завтра на работу, а это оказывается лучшая вечеринка в твоей жизни

#пространстводлясебя

Мы оказались в пространстве, где внешний мир способен изменить мир внутренний. В нем сложно планировать, поэтому важно быть внимательным к ощущениям и слышать себя. У всех нас за последнее время появилось много наблюдений - о себе, об окружающих, о жизни, и эти мысли могут стать отправной точкой для нас в будущем или изменить что-то здесь и сейчас.

Что действительно для меня важно?
Что изменилось и никогда не будет прежним?
Что останется со мной навсегда?

Мы подумали, что важно сформулировать и сохранить эти мысли - для себя и для других, поэтому решили создать проект о самой необычной весне в нашей жизни.

#пространстводлясебя

"Пространство для себя" - это площадка, где каждый из вас сможет рассказать о внутренних изменениях, которые произошли во время изоляции, о новом чувстве, которые вы испытали и о котором важно помнить после.

#mindfulness and sensibility

#setting the right priorities

#honesty and authenticity

#lockdown as a space for new experiences and sensations

#life here and now

Раньше было ощущение, что остановившись, я выпадю из соревнования, а оказалось, что никакой гонки нет и никогда не было.

Нет шкалы и дистанции, нет судей и призового фонда.

Online wine tasting 'Sklyanki Show'

Склянки шоу
Путешествуем дома



Как работают склянки?

Вы получаете учебный материал в склянках, каждая из них объемом 100 мл. Четыре-пять склянок в зависимости от темы.

Где встречаемся и во сколько?

Встречаемся в Zoom конференции в 20:00 (по субботам в 19:00). Ссылку, ID и пароль вышло заранее. С моей стороны — стендап, ответы на любые ваши вопросы. С вашей стороны — эмоции, ассоциации, комментарии, мнения, босые ноги. Длительность сессии около 2 часов.

А Парфёнов будет?

Он как природное явление, может случиться, а может не случиться. Впрочем, гостей я люблю. Ничего не обещаю, но сюрпризы могут быть.

Было круто с виноградниками. В этот раз так же?

За 13 эфиров апреля-мая у меня в гостях побывало, дайте-ка подсчитаю. Ого! 30 виноделов. Поразительно.



ОЧЕНЬ СТРАННАЯ ИСПАНИЯ / BLANCO

С белой Испанией тоже всё куда интереснее, чем мы привыкли думать. Попробуем шарелло с известняков Пенедеса, сделанный по бургундскому канону. Альбильо и гodelьо — звучит как музыка, так же и на вкус. Любимая гарнача бланка. И куда же без ондарриби сури из страны Басков, с него и начнем.

Алексей Кортнев и Сергей Чекряхов пьют вместе с нами и исполняют хиты группы «Несчастный случай».

29 июня, понедельник, 20:00-22:00

Место встречи: ZOOM

Online branches by Dom Kultur team

Online event platform
<https://stayreal.online>

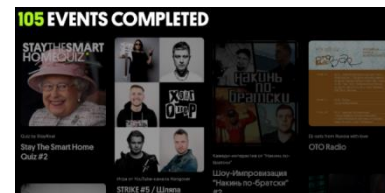
stayreal.online [Подписаться](#) [▼](#) [...](#)

75 публикаций 1 110 подписчиков 12 подписок

StayReal
New category of realtime digital entertainment by #staythefuckhomebar. These is no past and no future. Live right now at this moment. StayReal bit.ly/2BcqUkE

Realtime events life

Прошлого и будущего не существует. Жизнь происходит с тобой здесь и сейчас. Мы делаем платформу для настоящего. Stay Real.



#engagement

#value of the present, living here and now

#lockdown as a space for new experiences and sensations

#unusual solutions for socialization

#trendy, interesting, smart

Guidelines for making coffee at home by the Chernyi Cooperative

Кооператив Чёрный

Кофе, кружка и чайник. Что делать?

Инструкция по завариванию кофе в чашке в домашних условиях

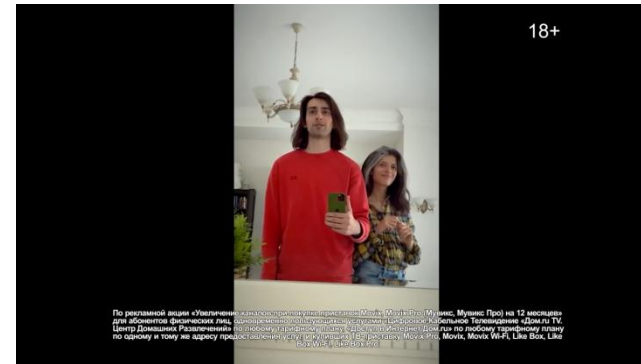
Этот рецепт происходит из метода заваривания, который используется в индустрии для оценки, сравнения и контроля зерна на каппингах. За основу принят стандарт Specialty Coffee Association: соотношение $55 \pm 10\%$ граммов кофе на литр воды и температура заваривания $93.0^\circ\text{C} \pm 3^\circ$

Возьмите самую обычную кружку, 16 граммов* молотого кофе и воду 95°C . Если нет возможности измерить температуру воды, то подождите две минуты после закипания чайника. Помол: чуть крупнее тростникового сахара.

1. Засыпьте кофе в кружку, залейте водой до краёв, поставьте таймер на 4 минуты.
2. На четвёртой минуте несколько раз столовой ложкой отодвиньте шапку с поверхности напитка, крупные частицы осядут и не будут мешать. Снимите ложкой оставшуюся пену и мелкие частицы.
3. На 11-й минуте кофе в кружке уже подходящей температуры, чтобы сделать большой глоток и не обжечься.

*три столовые ложки без горки

Дом.py #canathome



#home as a space for new experiences and sensations

#high-value eventful life at home

#solutions for socializing with family

#the joy of doing things on one's own

DIY cocktail kits by Invisible



Привет!

Во время самоконсервации многие обнаружили в себе интересную анатомическую особенность — руки растут из плеч. Это открытие привело к хлебопечению и вязанию, к генеральным уборкам, к сооружению удивительных костюмов для проекта «Изоляция» и — страшно сказать — к вкручиванию лампочки без делегирования, сразу же, как только она перегорает.

Растущие из плеч могут запросто делать [вещи](#), ранее казавшиеся невероятными! И это письмо — про самодеятельность в хорошем смысле этого слова.



Сделай сам
20 коктейлей «Шприц»
(и других) — с «Аперо́лем»
и «Чинаром»

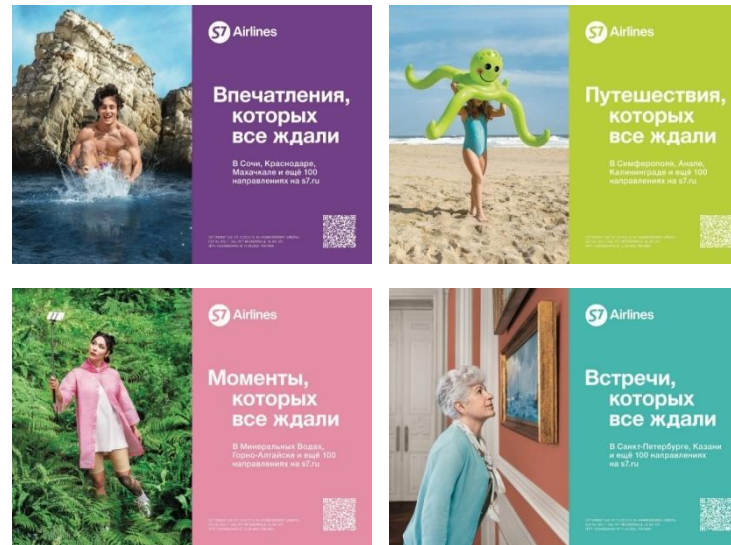
4 100

В корзину

Relevant references

S7: Travels Everyone's Been Waiting

Yandex.Taxi: We missed you



#for everyone who's been missing familiar impressions

#wide scope of bright experiences, dynamic life, the world around you

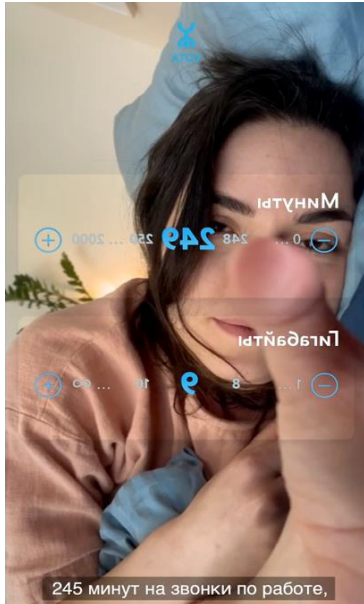
#senses, «analog» world

Tanuki: Arigato



Relevant references

YOTA:
Master of Traffic



- #well-thought and rational
- #value for money
- #control and order

Miratorg:
Let's spend the barbecue season together



- #family values
- #family time
- #joys
- #unity between generations

IKEA:
Let's preserve all the good things we've learnt



- #support in developing and maintaining new skills and interests
- #family values
- #family time
- #work-life balance

Given all the above, the question is, could a single brand be a lovemark for all generations at once?



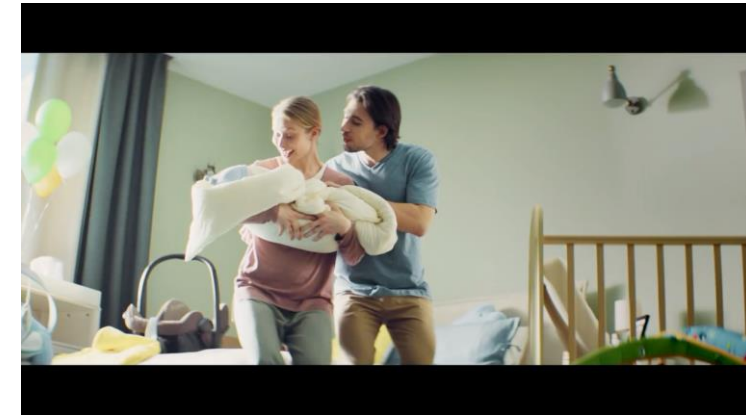
AGUSHA

vs.



TYOMA

vs.



FRUTONYANYA

Appendix 1.

Generation-specific forecasts: so, what next?



THE FIRST THINGS TO DO AFTER THE ISOLATION

gen
Z

MEET THE LOVED ONES «LIVE»



gen
Y

WANT TO MAKE UP FOR EVERYTHING, INSTANTLY AND A LOT



gen
X

WILL HAPPILY RETURN TO NORMAL LIFE





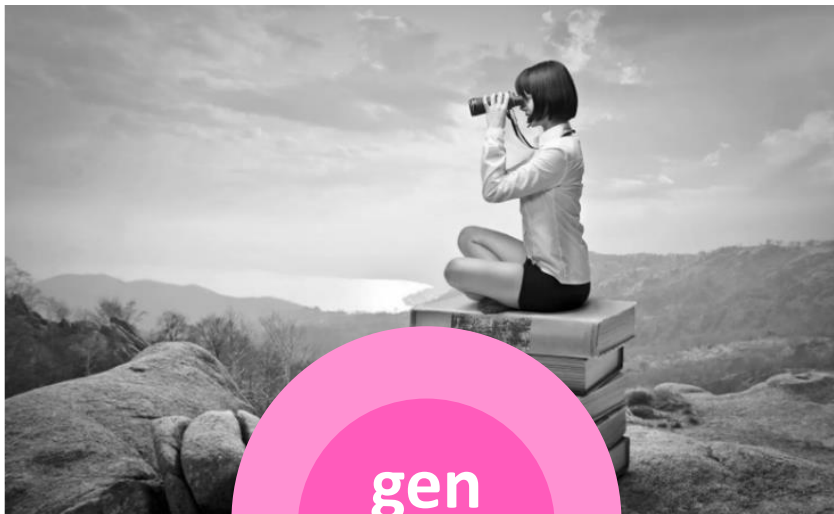
FORECASTS



gen
Z

STATUS QUO

- Looking into the future calmly, rationally, in a balanced practical manner
- Expecting no major changes, feeling there is support from parents and rely on it



gen
Y

UNBIASED JUDGEMENT AND WIDE OUTLOOK

- Looking «wider» – not only in terms of their own lives, but also in regard to the country and society in general
- Not quite comfortable speculating about the future – used to living here and now



gen
X

OPTIMISM AND LOCAL OUTLOOK

- Thinking within the scope of personal capabilities and own family
- Optimistic in their forecasts: believe the life is going to return to its normal course