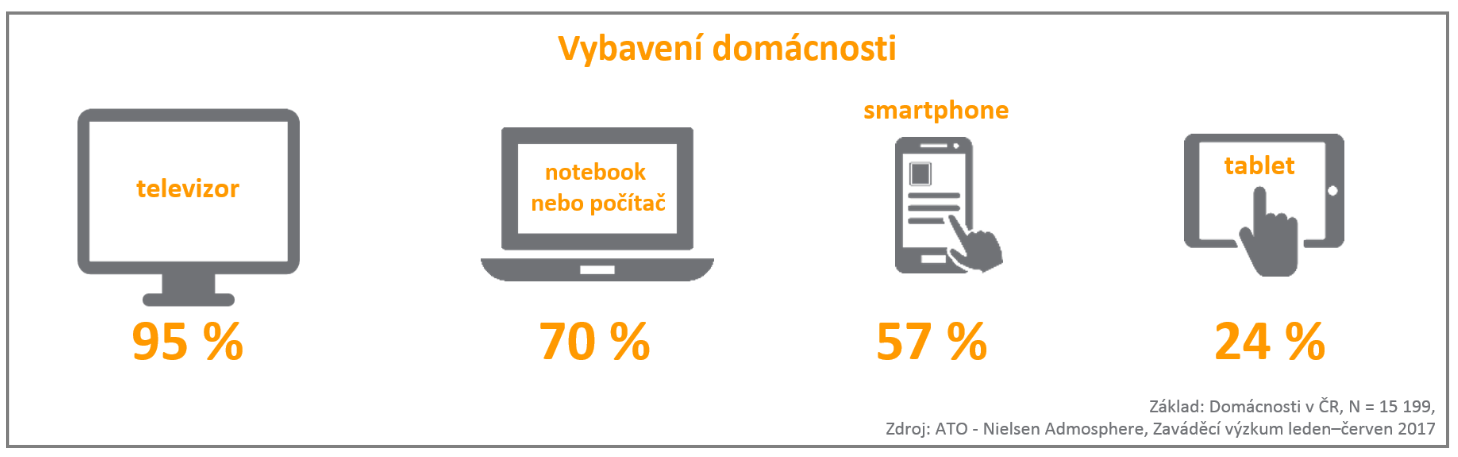
ATO: Ani zvyšující se počet digitálních zařízení neohrožuje vůdčí postavení televize v českých domácnostech

***V českých domácnostech přibývají digitální zařízení, na nichž můžeme sledovat videoobsah. Ani těm se ale v této oblasti nedaří pokořit dominantní postavení televize, kterou dnes stále najdeme téměř ve všech domácnostech a na které – i v dnešní digitální době – sledujeme videoobsah nejvíce. Potvrzují to výsledky Zaváděcího výzkumu 2017, který zajišťuje společnost Nielsen Admosphere pro Asociaci televizních organizací (ATO) jako nedílnou součást peoplemetrového projektu.***

***Zaváděcí výzkum pro nový Projekt crossplatformního elektronického měření sledovanosti a konzumace obsahu (PCEM 2018–2022) byl realizován v první polovině roku 2017 na vzorku 15 199 domácností a 33 728 jejich členů.***

Z výsledků Zaváděcího výzkumu vyplývá, že **zařízením s největším zastoupením v českých domácnostech je stále televizor, který má 95 % domácností**. Už téměř každá pátá domácnost má přitom televizor připojený k internetu. Druhou nejčastější obrazovkou je notebook nebo počítač, který najdeme v 7 z 10 domácností, a třetí pak smartphone, který už je ve více než polovině z nich. Největší nárůst zařízení v domácnostech přitom pozorujeme vždy po Vánocích – elektronika je oblíbeným druhem dárků pro blízké.



Dominantní postavení televize stvrzuje i čas, který s ní trávíme. Zaváděcí výzkum ukázal, že videoobsah na ní denně sledujeme v průměru 3 hodiny 16 minut. **Z toho jsou 3:08 minut věnované sledování živého televizního vysílání a archivů televizních stanic a jen 8 minut tvoří sledování jiných videí** – z internetu nebo nahraných na záznamové zařízení. Žádná další „obrazovka“ se tak ve sledování videoobsahu nemůže televizi ani zdaleka rovnat: na notebooku nebo počítači, které jsou druhými nejčastějšími zařízeními využívanými k této činnosti, sledujeme videa průměrně 8 minut denně. Na smartphonu jsou to pak už jen 2 minuty a na tabletu 1 minuta denně.



**Eliška Morochovičová** | Public Relations

[Eliska.Morochovicova@admosphere.cz](mailto:Lucie.Vlckova@admosphere.cz)

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

**Vlasta Roškotová** | Jednatelka ATO

[roskotova@ato.cz](mailto:roskotova@ato.cz)

Asociace televizních organizací | Salmovská 11 | 120 00 Praha 2 | tel.: +420 222 543 001 |

www.ato.cz

**Doplňující informace:**

Společnost **Nielsen Admosphere** ([www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy…) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

**Asociace televizních organizací** (ATO) ([www.ato.cz](http://www.ato.cz)) je zájmové sdružení, které od roku 1997 zajišťuje realizaci a koordinaci společného výzkumu elektronického měření televizního vysílání v České republice metodou TV metrů – čili tzv. Projekt elektronického měření. Cílem ATO je rovněž chránit společné zájmy členů sdružení související s provozováním televizního vysílání. ATO provádí i samoregulační činnost, v roce 2010 ji zařadila Rada pro rozhlasové a televizní vysílání do Seznamu spolupracujících samoregulačních orgánů. Členy asociace jsou Česká televize, FTV Prima spol. s r.o., CET 21 spol. s r.o., Asociace mediálních agentur (ASMEA), mediální zastupitelství Atmedia Czech s.r.o. a Stanice O, a.s. Přidruženými členy ATO jsou společnost Barrandov Televizní studio, a.s. a Asociace producentů v audiovizi (APA) a obchodními partnery jsou společnosti Šlágr TV, spol. s r.o. a Regionální televize CZ, s.r.o.