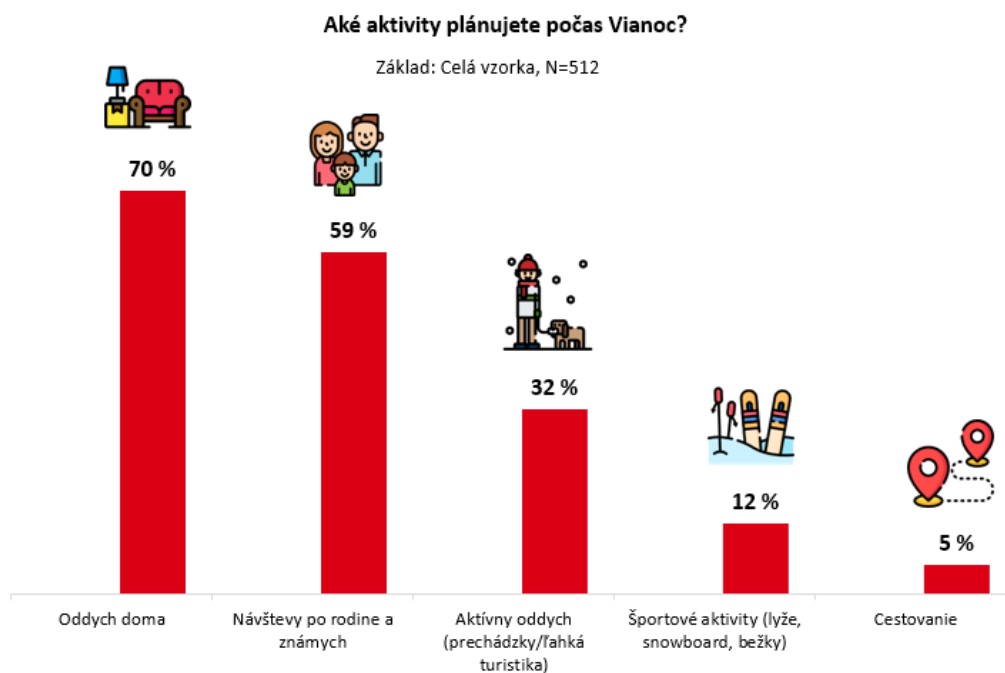


## Počas Vianoc plánujú Slováci prevažne odpočívať doma. Z filmov sa najviac tešia na Popolušku

*Prijemný vianočný čas a sviatočnú atmosféru trávajú Slováci najradšej odpočinkom doma, taktiež však v kruhu rodiny a svojich blízkych. Na aké obľúbené rozprávky a vianočné filmy sa tento rok tešia a s kým sa na ne radi pozrú? Aké aktivity tentorok počas Vianoc plánujú a ako všeobecne strávia blížiace sa sviatky? Výsledky prináša výskum spoločnosti Nielsen Admosphere Slovakia, ktorý sa uskutočnil na vzorke päťsto respondentov zo slovenskej aktívnej internetovej populácie staršej ako 15 rokov.*

Vianočné sviatky sú časom pokoja a mieru a taktiež obdobím, ktoré ľudia radi trávajú spoločne. Nie je preto divu, že väčšina Slovákov tento rok plánuje užiť si Vianoce doma v rodinnom kruhu. Tieto plány má 73 % opýtaných z internetovej populácie. Zhruba štvrtina respondentov potom plánuje stráviť vianočné sviatky doma s partnerom či partnerkou (22 %), niektorí zas u svojich rodičov (15 %) a len malé percento zostane na sviatky doma o samote (4 %) alebo ich prežije so svojimi priateľmi (3 %).

Väčšina opýtaných sa chystá prežiť tohtoročné sviatky v pohodlí domova a odpočívať (70 %), alebo vyraziť na návštevu k rodine a známym (59 %). Niektorí respondenti však plánujú zostať aktívni a počas Vianoc si dopriať pohyb alebo šport. Približne tretina internetových Slovákov teda bude aktívne odpočívať pri prechádzkach a ľahkej turistike (32 %), menej opýtaných má potom v pláne vyraziť za zimnými športami, ako je lyžovanie, jazda na snowboarde alebo bežkovanie (12 %). Je len malé množstvo respondentov, ktorí sa naopak chystajú cestovať (5 %). Pre aktívne Vianoce sa viac než iné vzdelanostné skupiny vyslovili vysokoškooláci, pre zimné športy potom tiež opýtaní vo veku do 34 rokov.



Čo sa týka vianočných rozprávok a filmov, tešia sa opýtaní predovšetkým na známe rozprávky, ako sú Tri oriešky pre Popolušku (54 %), Mrázik (45 %) a Perinbaba (43 %). V menšej miere potom taktiež na Princeznú so zlatou hviezdou (25 %) a Bol raz jeden kráľ (19 %). Na sledovanie uvedených rozprávok počas tohtoročných Vianoc sa teší vyššie percento žien než mužov. Z obľúbených vianočných filmov sa potom opýtaní budú radi pozerať na S tebou ma baví svet (37 %), Sám doma (32 %) a Pelíšky (20 %).

Opýtaní, ktorí chcú tento rok vidieť niektoré z uvedených rozprávok alebo filmov, ich najčastejšie sledujú s celou rodinou (56 %), pričom túto možnosť vybrali skôr ľudia vo veku nad 35 let. Menej potom sa opýtaní na rozprávky a filmy pozerajú so svojim partnerom či partnerkou (21 %) alebo o samote (15 %), čo tvrdí mierne viac starších z vekovej kategórie nad 55 rokov.

**Marek Zámečník** | Zástupca riaditeľa spoločnosti

marek.zamecnik@admosphere.sk

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o. | Lazaretská 23 | 811 09 Bratislava | tel.: +420 253 410 254 |

[www.nielsen-admosphere.sk](http://www.nielsen-admosphere.sk)

**Eliška Morochovičová** | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.cz

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

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

### **Doplňujúce informácie:**

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** ([www.nielsen-admosphere.sk](http://www.nielsen-admosphere.sk)) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

**Slovenský národný panel** ([www.narodnypanel.sk](http://www.narodnypanel.sk)) je projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Slúži pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobné panely fungujú aj v Českej republike, Poľsku, Maďarsku a Bulharsku.