

KLIMATIZACI MÁ DOMA ZATÍM JEN 16 % ČECHŮ, PŘESTO V LÉTĚ VYCHLAZENÉ PROSTORY VYHLEDÁVÁME

Jak ukazuje aktuální průzkum společností Nielsen a ResSOLUTION Group, klimatizace prozatím nejsou běžnou součástí českých domácností; častěji je lidé mají k dispozici v zaměstnání. Zejména v létě však jde o žádané vybavení veřejných prostor. Ti, kteří klimatizaci využívají doma nebo v práci, ji ale mimo horké letní dny zapínají podstatně méně.

Výzkum proběhl metodou online sběru na vzorku pětistovky respondentů z internetové populace Českého národního panelu starších 15 let. Společně ho realizovaly agentury Nielsen a ResSOLUTION Group.

Chcete se také účastnit podobných výzkumů, nebo víte o někom, kdo by o to měl zájem? Profil na Českém národním panelu si může každý vytvořit [zde](#).

Funkční klimatizaci má aktuálně doma 16 % respondentů; oproti tomu v zaměstnání ji má k dispozici už 37 %. Hlavně v případě druhé možnosti tak častěji odpovídali lidé z Prahy a Středočeského kraje než z ostatních částí republiky. Že si v práci regulují klimatizaci sami, odpovědělo 54 % dotázaných, u dalších 46 % ji však má pod kontrolou **zaměstnavatel**. 11 % respondentů uvedlo, že její regulace je v rukou **někoho jiného**, například kolegů, technika nebo automatu.

A jak často Češi klimatizaci používají? Když se zaměříme na **letní měsíce**, kdy je logicky její využívanost nejvyšší (**doma** si ji v létě **aspoň jednou za měsíc** pouští 92 % respondentů, kteří ji mají k dispozici, v práci pak 95 %), tak zhruba pětina ji doma nechává běžet **celý den**, tedy 24 hodin, dalších 23 % ji zapíná **každý den přes den** a 29 % **několikrát do týdne**. Podstatně méně běžné je zapínat klimatizaci **denně na noc**: v létě to dělá jen 8 % dotázaných majitelů klimatizace.



Pokud je klimatizace k dispozici **v práci**, pak je její využívanost v létě ještě frekventovanější než v případě domácností: 29 % respondentů ji zapíná na **celých 24 hodin**, 38 % pak **pouze přes den**. Jen **několikrát do týdne** ji na pracovišti využívá necelá pětina.

Mimo letní období je užívání klimatizace už podstatně méně obvyklé: **druhým „nejvytíženějším“ obdobím je jaro**, kdy ji alespoň někdy doma zapíná zhruba polovina respondentů (v případě zaměstnání je podíl opět vyšší, 63 %). **Na podzim** ji alespoň někdy využívá 47 % (v zaměstnání 55 %), **v zimě** pak 39 % (v zaměstnání 47 %).

Přestože mít k dispozici klimatizaci, ať už doma nebo v práci, není v Česku tak běžné jako třeba v některých zemích jižní Evropy či ve Spojených státech, jde o vybavení, které Češi zejména v létě oceňují. **Klimatizované prostory mimo domov v létě vyhledává až 79 %** dotázaných (21 % **vždy** a 58 % **alespoň občas**, například při vysokých teplotách). Častěji jde o nejmladší respondenty do 34 let a obyvatele velkých měst.

Eliška Morochovičová

Communication Manager

eliska.morochovicova@nielsen.com

Nielsen Admosphere, a.s., Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha

tel.: +420 222 717 763 | mob.: +420 725 612 020

www.nielsen-admosphere.czwww.nielsen.com**Hana Cveková**

Research Manager

hana.cvekova@ressolution.cz

ResOLUTION Group s.r.o., Antala Staška 1859/34, 140 00 Praha

tel.: +420 222 717 762

www.ressolution.cz**Doplňující informace:**

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je 100% dceřinou společností globální skupiny Nielsen. Disponuje širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti mediálních a marketingových výzkumů, monitoringu reklamy, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je crossmediální elektronické měření sledovanosti videoobsahu. Na českém trhu působí od roku 2001 a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury s mezinárodním zázemím. Součástí Nielsen Admosphere je i oddělení Adwind Software, které vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

ResOLUTION Group (www.ressolution.cz) je renomovaná česká výzkumná agentura s bohatými zkušenostmi v oblasti průzkumu trhu. V její nabídce naleznete marketingové a mediální výzkumy, z nichž řada má mezinárodní přesah. Zpracovává různorodá výzkumná šetření pro významné instituce, mezi něž patří například univerzity, bankovní a obchodní společnosti, televize, mediální domy, ministerstva i jiné státní instituce a podobně. ResOLUTION Group je také výhradním dodavatelem společnosti Nielsen Admosphere.

Český národní panel (nationalpanel.eu) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národní panel – SNaP), v Polsku, v Maďarsku a v Bulharsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 60 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 30 000 v Polsku, 30 000 v Maďarsku a 15 000 v Bulharsku.

Jsme **PRO VÝZKUM**
NÁZORY MĚNÍ SVĚT

PRO VÝZKUM (www.provyzkum.cz) je veřejně prospěšná aktivita výzkumníků působících v prověřených agenturách pro výzkum trhu a veřejného mínění, jejíž aktivity koordinuje sdružení SIMAR. Iniciativy se účastní agentury, které se aktivně podílejí na tvorbě a dodržování etických a zákonných pravidel a akceptují oborové Desatero pro ochranu osobních údajů.