

Tisková zpráva – 22. 2. 2023

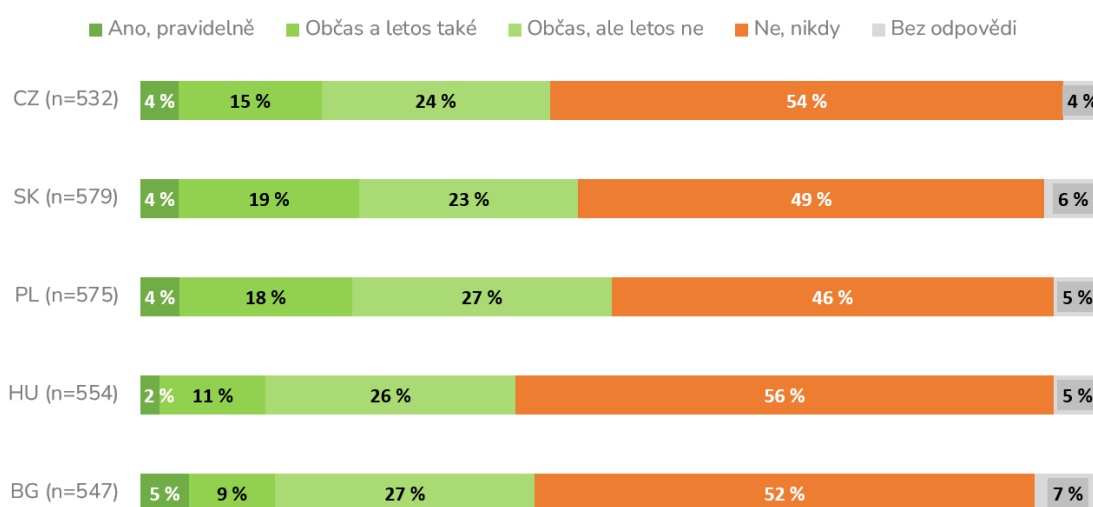
Masopustu se letos účastní 18 % Čechů, Slováci láká o něco více

Český národní panel je součástí sítě *European National Panels*, která sdružuje panely v 6 světových zemích (Česká republika, Slovensko, Polsko, Maďarsko, Bulharsko, Rumunsko). Výzkum na téma masopustu probíhal na pěti panelech, data byla sesbírána v prosinci 2022. Výzkum probíhal v každé ze zemí na vzorku více než pětistovky respondentů reprezentativní online populace 15+.

Masopust je skvělou příležitostí, jak se nechat vytrhnout z letargie chladných zimních dnů, sejít se s přáteli a účastnit se nejrůznějších akcí. Zatímco období masopustu začíná již po svátku Tří králů, končí vždy až na Popeleční středě, tedy před Velikonocemi. Toto období je kromě plesů a karnevalů spojováno také ve velké míře se zabíjačkami, svatbami, průvody masek a kulturními eventy.

Zejména tyto průvody masek spojené s dobrým jídlem, pitím, hudbou a tancem jsou velice oblíbené i mezi internetovými respondenty *European National Panels* (ENP). Alespoň občas se akce typu „Masopust“ nebo únorový karneval účastní téměř polovina dotázaných. Ze všech zemí ENP je tento svátek nejoblíbenější v Polsku, kde se alespoň občas účastní až 49 % panelistů. Naopak nejméně populární je v Maďarsku (39 %).

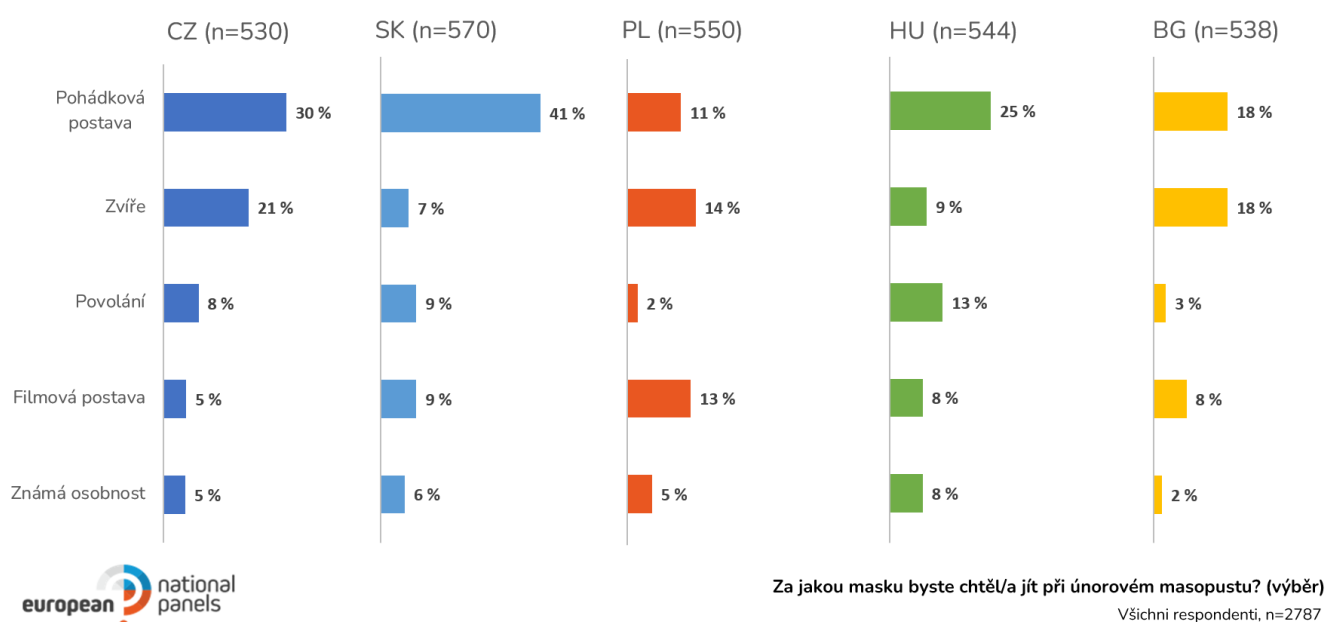
Letos se plánuje podobné akce účastnit 18 % ze všech respondentů. Nejvyšší účast bude opět v Polsku (22 %) a na Slovensku (23 %), zatímco únorového karnevalu se letos plánuje účastnit pouze 13 % Maďarů a 14 % Bulharů. Češi jsou se svojí 19% účastí někde uprostřed.



Zajímalo nás také, jaké karnevalové/masopustní masky jsou pro lidi nejatraktivnější a nejspíše by po nich při této příležitosti sáhli. Ve všech zemích ENP jsou velice oblíbené masky zvířat nebo pohádkových postav, a to nejvíce masky andělů, čertů nebo čarodějnic.

Masku se zvířecím motivem by nejvíce využili Češi (21 %), atraktivní je i pro Bulhary (18 %) a Poláky (14 %). Naopak nejméně zvířecích masek bychom viděli na slovenském karnevalu (7 %) a v Maďarsku (9 %).

Na Slovensku jsou pak nejvíce atraktivní masky pohádkových postav (41 %), přičemž by je použilo jenom 11 % Poláků. V Bulharsku (21 %) a v Polsku (12 %) jsou výrazně více využívány tradiční masky (benátské, škrabošky apod.).



European National Panels je dceřiná společnost agentur Nielsen, NMS Market Research a STEM/MARK, která sdružuje národní panely v zemích Visegrádské čtyřky, v Bulharsku a Rumunsku a disponuje v těchto zemích více než 160 tisíci respondenty.

Kontakt pro média:

Tomáš Říha

Interim CEO, European National Panels

Štěpánská 611/14

110 00 Praha 1, Česká republika

e-mail: riha@narodnipanel.cz

www: www.nationalpanel.eu

Petra Starovičová

Marketing & PR Manager, European National Panels

Štěpánská 611/14

110 00 Praha 1, Česká republika

e-mail: starovicova@narodnipanel.cz

www: www.nationalpanel.eu

Doplňující informace:

European National Panels (www.nationalpanel.eu) je společný projekt tří výzkumných agentur sídlících v České republice - Nielsen, NMS Market Research, and STEM/MARK. Představují jeden z největších výzkumných panelů v zemích Visegrádské čtyřky, v Bulharsku a v Rumunsku. Panely v jednotlivých zemích slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponují početnou skupinou 60 000 respondentů v České republice (pod hlavičkou Český národní panel), 30 000 v Polsku (Polski panel narodowy), 25 000 na Slovensku (Slovenský národní panel), 30 000 v Maďarsku (Magyar Országos Panel), 10 000 v Bulharsku (Bulgarski nacionalen panel) a od září 2023 i 10 000 v Rumunsku (Panelul Național Românesc).

