**Tisková zpráva Unie vydavatelů**

Praha, 7. listopadu 2019

**Čtenost novin a časopisů byla v létě stabilní**

**Podle dnes předaných a zveřejněných výsledků výzkumu čtenosti periodického tisku MEDIA PROJEKT za 2. a 3. čtvrtletí roku 2019 tvoří čtenáři tisku 86 % populace České republiky ve věku 12 až 79 let. To znamená, že celkový zásah tisku je dlouhodobě stabilní a nepodléhá výraznějším výkyvům. I další souhrnná data svědčí o trvale pozitivním vztahu obyvatel České republiky k tiskovým médiím. Zásah deníků a jejich suplementů činil ve sledovaném období 66 % uvedené skupiny populace a zásah časopisů dosáhl 79 %, což znamená, že se hodnoty těchto ukazatelů od předchozích výsledků výzkumu za 1. pololetí roku 2019 nezměnily.**

K výsledkům MEDIA PROJEKTU za 2. a 3. čtvrtletí uvedl výkonný ředitel Unie vydavatelů Václav Mach: *„Čtenost novin a časopisů byla v letošních letních měsících stabilní. Údaje o počtech čtenářů na jedno vydání tiskových titulů zůstávají na vysoké úrovni, neboť celková čtenost všech tiskových titulů na vydání dosahuje téměř 72 % populace ve věku 12-79 let.“*

Čtenost na vydání u deníků a jejich suplementů představuje 46 % populace a čtenost časopisů na vydání přesahuje 60 % obyvatel ve věku 12 -79 let.

Souhrnné ukazatele tisku ukazuje názorně tento graf.

Zdroj: MEDIA PROJEKT, 2. a 3. čtvrtletí 2019, realizace MEDIAN & STEM/MARK

Mezi jednotlivými žánrovými skupinami si v posledním čtvrtletí vedly nejlépe časopisy pro ženy a časopisy životního stylu pro ženy či společenské časopisy, neboť v těchto skupinách došlo k nárůstu počtu čtenářů u největšího počtu zařazených titulů.

**MEDIA PROJEKT je „one currency“ výzkum čtenosti titulů českého periodického tisku a sociodemografické struktury jeho čtenářů. Ročně je dotazováno 25 000 respondentů vybraných kombinací náhodného a kvótního výběru proporcionálně z celého území České republiky. Jedná se o v evropském kontextu nadstandardní výzkum například z hlediska počtu respondentů připadajících na celkovou populaci či důsledného celoplošného pokrytí celého území a obcí všech velikostních typů. MEDIA PROJEKT je nejdéle probíhajícím mediálním výzkumem v ČR, který v letošním roce slaví 25 let od svého zahájení. Výzkum přitom prochází průběžným zkvalitňováním. Prezentované výsledky například zahrnují data získaná z dotazníků, jichž je v letošním roce již 15 % získáváno progresivní metodou webového dotazování CAWI.**

**Výsledky MEDIA PROJEKTU dlouhodobě potvrzují jak sílu tisku jako mediatypu, tak současně skutečnost, že tisk je médium, kterým je možno efektivně cílit reklamu na bonitní a inzertně atraktivní cílové skupiny spotřebitelů, jako jsou manažeři, řídící pracovníci a podnikatelé nebo například lékaři a pracovníci ve zdravotnictví, a to mužského i ženského pohlaví. Nadprůměrnými čtenáři deníků jsou totiž mimo jiné příslušníci firemního managementu a lidé rozhodující o finančních tocích. Čtenáři deníků se rovněž nadprůměrně rekrutují z vyšších vzdělanostních a socioekonomických tříd.**

**Další informace o dílčích výsledcích průzkumu Media Projekt jsou zájemcům k dispozici na webu profesní asociace Unie vydavatelů** [**www.unievydavatelu.cz**](http://www.unievydavatelu.cz) **v sekci Mediální data.**

**Kontakt:**Unie vydavatelů, z. s., Pobřežní 370/4, 186 00 Praha 8,
tel.: 608 014 683, 222 329 730, e-mail: unie@unievydavatelu.cz, [www.unievydavatelu.cz](http://www.unievydavatelu.cz)