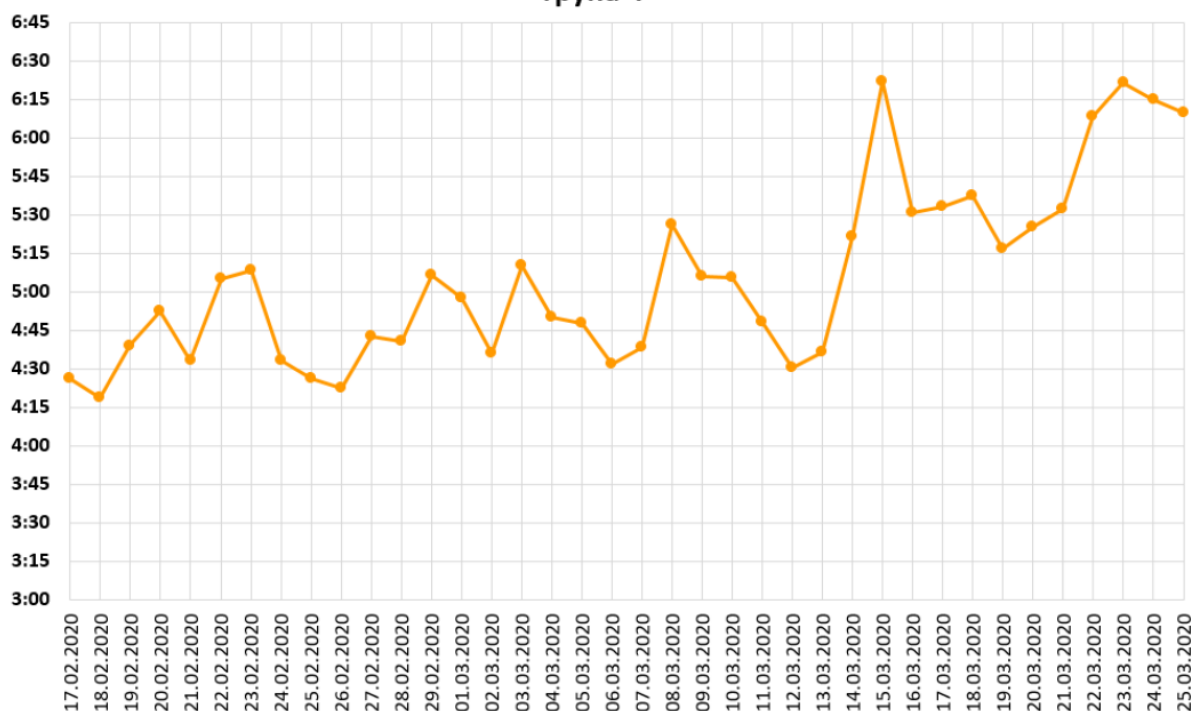


Последното проучване на Нилсен Адмосфер България от 26 март 2020, отчита, че средно-дневната телевизионна гледаемост през последните 7 дни се е увеличила с 65 минути, в сравнение със седмиците преди пандемията.

На 13-ти март беше въведено извънредно положение в цялата страна. Поради въведените рестриктивни мерки и забраната за посещенията на места с концентрация на хора, значително се увеличи средно-дневната продължителност на времето, прекарано пред телевизионния екран, при това още от следващия ден (14-ти март).

Средно-дневна обща телевизионна гледаемост (ч.мм.), Таргет група 4+



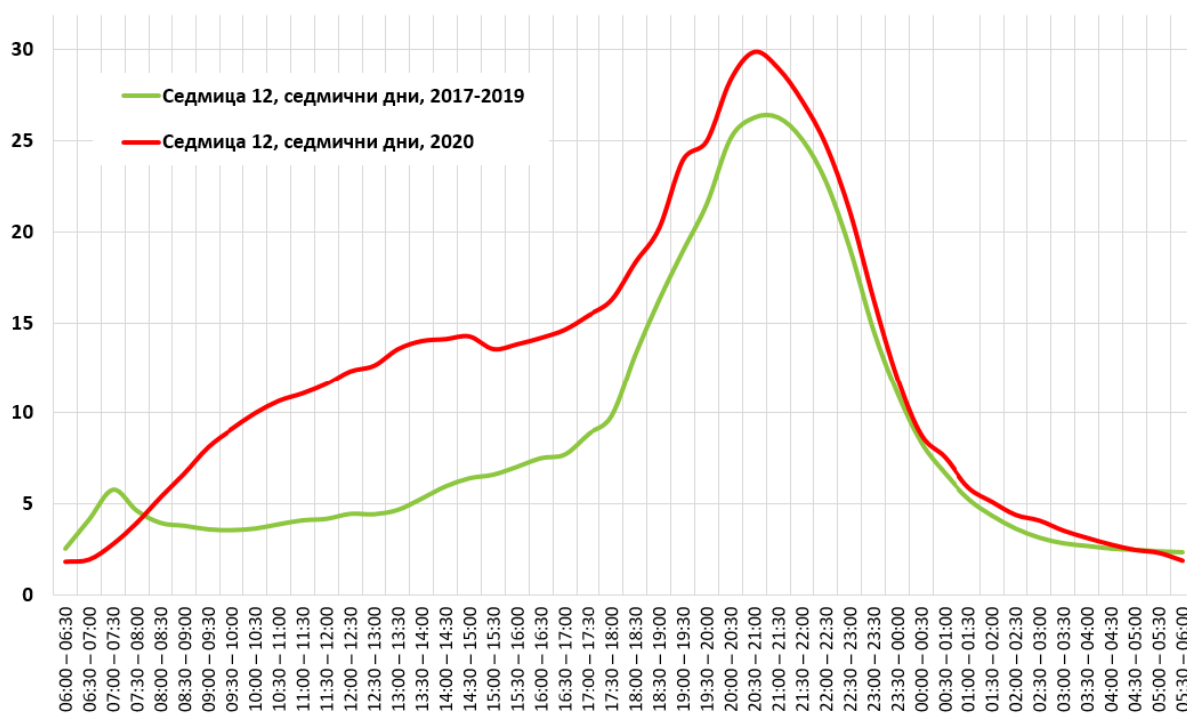
Нилсен Адмосфер България, на живо + отложена гледаемост (в същия ден)

Най-отчетливо увеличението на времето, прекарано пред ТВ екраните, се наблюдава при младите – ученици и студенти, които не ходят на училище от 16-ти март (добре е да се отбележи, че повечето от тях не са посещавали учебни занятия още от 6-ти март, поради грипна ваканция).

Разликата в нивата на телевизионната гледаемост е значителна, особено в потенциалните учебни часове от 9:00 до 17:00 часа, но също така и късно вечер (защото на младите хора не им се налага да стават рано на следващия ден).

Това ясно се вижда от графиката по-долу, която сравнява рейтинга за периода понеделник-петък, 12-та седмица 2020г. (16-20.3.2020г.) – линията в червено и 12-та седмица с осреднени данни от 2017 – 2019 година – линията в зелено (когато не е имало грипна или друг вид ваканция 2017-2019).

Общ ТВ рейтинг (%), Таргет група: Ученици/студенти



Нилсен Адмосфер България, на живо + отложена гледаемост (в същия ден)

Значителен е ръстът на аудиторията на новинарските емисии, от събота - 14-ти март.

През последните 10 дни, средностатистическият българин на възраст 15 и повече години, е гледал **54 минути** от ежедневните новинарски емисии, което е **1,7 пъти** повече от обичайното. На 19-ти март двата най-големи частни телевизионни канала у нас съкратиха основните си вечерни новинарски емисии за сметка на **журналистически програми, посветени на пандемията**. В часовия пояс 19:30 – 20:00 часа, почти 2,3 милиона българи са гледали една от тези програми.

Когато се вземат предвид и новинарските емисии, и журналистическите програми, единствените събития от 2014 година насам, привлекли същата или по-голяма аудитория, са били президентски, парламентарни, местни или европейски избори.

До сега само случващото се покрай пандемията от COVID-19 е довело до толкова голяма гледаемост на новинарски емисии и журналистически предавания, за период от две последователни седмици.

За допълнителна информация и конкретни предложения за реклама ни пишете на tv@directmedia.agency или позвънете на тел.: 02 807 68 00 – отдел Телевизия и Кино.