

První Den peplemetrů v nové éře crossplatformního měření televizní sledovanosti

Projekt měření televizní sledovanosti je v České republice realizován od 2. června roku 1997. Tento den byl vyhlášen Dnem peplemetrů v rámci dlouhodobé edukativní kampaně společnosti Nielsen Admosphere, která je realizátorem celého projektu pro Asociaci televizních organizací (ATO) již od roku 2002 a může tak poskytnout kontinuitu vývoje měření televizní sledovanosti v ČR.



Máte další otázky k tomu, co je to peplemetr a k čemu slouží? Jak vypadá a kdo ho má doma? A proč se vůbec televizní sledovanost zjišťuje? To vše a mnohem víc se dozvíte na webu www.peplemetry.cz

Projekty měření televizní sledovanosti jsou realizovány v pětiletých obdobích. Letos v lednu byl zahájen nový „Projekt crossplatformního elektronického měření sledovanosti a konzumace obsahu (PCEM)“ na období 2018–2022. Jeho největší novinkou je **měření sledovanosti pořadů a videoreklamy na internetu**.

Co to vlastně znamená? „Zmíněná nová digitální část rozšiřuje projekt o měření sledování obsahu šířeného pomocí internetu na digitálních zařízeních typu počítače, tablety, mobilní telefony a také na chytré televizory prostřednictvím platformy HbbTV a to včetně toho, zda lidé sledují daný pořad živě nebo z archivu, tzv. odloženě. Použitá technologie umožňuje kromě sledovanosti videoobsahu měřit také návštěvnost jednotlivých internetových stránek a čas na nich strávený,“ vysvětluje Tereza Šimečková, předsedkyně představenstva Nielsen Admosphere.

Nová data tak ukazují nejen to, na co se lidé dívají, ale také na jakém zařízení. Z naměřené internetové sledovanosti videoobsahu za měsíc duben 2018 připadá 66 % na počítače, 16 % na televizory (z většiny prostřednictvím platformy HbbTV), 11 % na mobilní telefony a 6 % na tablety.

Digitální část projektu představuje doplnění tzv. části televizní, která zahrnuje měření televizní sledovanosti pomocí peplemetrů už 21 let. Do peplemetrového panelu je zapojeno 1 900 reprezentativně vybraných domácností, což zaručuje správnost celého výzkumu. V rámci projektu probíhá ještě tzv. Kontinuální výzkum na 12 tisících dotazovaných domácnostech ročně, který upřesňuje popis struktury populace z hlediska jejich televizního a mediálního vybavení a chování. „Děkujeme všem, kteří se peplemetrového měření účastní, protože bez nich by to prostě nešlo!“ dodává Tereza Šimečková.

„Jsme hrdí na to, že v mnoha ohledech patří český projekt k nejlepším na světě, a to nejen vzhledem k příznivému nastavení základních parametrů výzkumu, ale i k dalším specifikům, která nejsou v ostatních zemích obvyklá. Mám na mysli například měření v sekundových intervalech, nebo možnost zjišťování aktuální sledovanosti v reálném čase. Výzkumný projekt pružně reaguje na technologický rozvoj, jako jedni z prvních máme k dispozici detailní

možnost analyzovat celková harmonizovaná data díky způsobu propojení dat o klasické sledovanosti na televizorech (z peplemetrového panelu) s výstupy z digitálního měření,” uvádí jednatelka ATO Vlasta Roškotová.

Peplemetry v České republice

Myšlenka zavedení nové, elektronické, měřicí technologie (do té doby se sledovanost měřila pomocí tzv. deníčků) vznikla z potřeby co nejpřesnějších nezávislých dat od jednoho zdroje, tzv. jednotné měny dat o televizní sledovanosti. Od roku 2002 měří televizní sledovanost společnost Nielsen Admosphere (zpočátku pod názvem MEDIARESEARCH). Společnost Nielsen Admosphere od té doby vyhrála tendr na realizaci měření sledovanosti již čtyřikrát – naposledy v roce 2016, kdy zvítězila její nabídka na realizaci projektu v období 2018–2022. Peplemetrové měření je nejrozsáhlejším mediálním projektem v České republice, který od roku 1997 doznal četných změn v technologii, metodice, rozsahu měření i velikosti vzorku.

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

Vlasta Roškotová | jednatelka

roskotova@ato.cz

Asociace televizních organizací | Salmovská 11 | 120 00 Praha 2 | tel.: +420 222 543 001

Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

Asociace televizních organizací (ATO -www.ato.cz) je profesní sdružení, které od roku 1997 zajišťuje realizaci a koordinaci výzkumu elektronického měření televizního vysílání v České republice metodou TV metrů. Dále chrání společné zájmy členů sdružení související s provozováním televizního vysílání. Od roku 2010 má ATO status samoregulátora. Členy Asociace jsou Česká televize, TV Nova, FTV Prima, Asociace mediálních agentur (ASMEA), mediální zastupitelství Atmedia Czech a Stanice O. Přidruženými členy jsou Barrandov Televizní Studio, Asociace producentů v audiovizí (APA) a Seznam.cz TV.