

## Peplemetr v muzeu? Ode dneška realita!

Výstava k 20. výročí peplemetrového měření TV sledovanosti v Národním technickém muzeu zahájena

*Projekt měření televizní sledovanosti v České republice slaví letos 20. výročí. Bylo to právě v červnu roku 1997, kdy se u nás začala elektronicky měřit televizní sledovanost tzv. peplemetry. U této příležitosti připravila Asociace televizních organizací ve spolupráci se společností Nielsen Admosphere a za podpory České televize populárně-naučnou výstavu v Národním technickém muzeu pod názvem „Jak se měří sledovanost televize?“. Výstava byla dnes 7. června 2017 oficiálně zahájena. Návštěvníci mají možnost si ji prohlédnout do 10. září 2017 ve druhém patře budovy muzea na Letné.*



**JAK SE MĚŘÍ  
SLEDOVANOST  
TELEVIZE?**

**7/6/2017–10/9/2017**  
**Národní technické muzeum**

**20** let peplemetrů v Česku

Elektronické měření sledovanosti metodou peplemetrů bylo v Česku oficiálně zahájeno 2. června 1997. Tento den je označován jako Den peplemetrů a letos od tohoto okamžiku uplynulo už 20 let. Nejen historii peplemetrového měření u nás i ve světě, ale i informace o metodice měření či ukázky měřicích přístrojů a dat o televizní sledovanosti představuje aktuální pražská výstava s názvem „*Jak se měří sledovanost televize?*“. Na výstavě se dnes sešli zástupci členů ATO (provozovatelů vysílání a mediálních agentur), médií a odborné veřejnosti. Expozice bude k vidění následující tři měsíce v prostorách Národního technického muzea.

„Tato výstava přehledně dokumentuje 20leté měření sledovanosti na českém trhu a myslím, že je namístě si připomenout, jak daleko jsme se posunuli od jeho začátků,“ komentuje Vlasta Roškotová, jednatelka ATO, aktuální výstavu v Národním technickém muzeu.

„Je důležité, aby česká populace rozuměla tomu, proč a jak se televizní sledovanost měří. Předchozí populárně-naučná aktivita – web peplemetry.cz, který jsme spustili na Den peplemetrů v roce 2013 – se setkala s velkým zájmem. Výstava *„Jak se měří sledovanost televize“* na tento zájem reaguje a zasazuje informace z webu peplemetry.cz do širšího kontextu,“ doplňuje Tereza Šimečková, předsedkyně představenstva Nielsen Admosphere.



## Peplemetry v České republice

Myšlenka zavedení nové elektronické měřicí technologie (předtím se sledovanost měřila pomocí tzv. deníčků) vznikla z potřeby co nejpřesnějších nezávislých dat z jednoho zdroje, tzv. jednotné měny dat o televizní sledovanosti. Historicky prvním realizátorem jednotného elektronického měření sledovanosti televizního vysílání v České republice metodou peplemetrů byla společnost Taylor Nelson AGB Media Facts v letech 1997–2002. 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 pro období 2018–2022. Peoplemetrové měření je nejrozsáhlejším mediálním projektem v České republice, který od roku 1997 doznal četných změn v technologii, metodice, rozsahu měření i velikosti vzorku. Dnes je do měření zapojeno přes 4 000 respondentů v přibližně 1 850 domácnostech. Díky aktuálním algoritmům zpracování a agregace těchto dat je možné informace o každodenní televizní sledovanosti analyzovat již hodinu po ukončení televizního dne a předběžné výsledky o sledovanosti jsou k dispozici pouze s cca 9minutovým zpožděním po odvysílání, tedy téměř v reálném čase.



Máte další otázky k tomu, co je to peoplemetr 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.peoplemetry.cz](http://www.peoplemetry.cz)

**Eliška Morochovičová** | Public Relations

[Eliska.Morochovicova@admosphere.cz](mailto:Eliska.Morochovicova@admosphere.cz)

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

**Vlasta Roškotová** | jednatelka

[roskotova@ato.cz](mailto:roskotova@ato.cz)

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

[www.ato.cz](http://www.ato.cz)

### Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** ([www.nielsen-admosphere.cz](http://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](http://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 společnost Barrandov Televizní Studio a Asociace producentů v audiovizí (APA).