

PEOPLEMETRY OD NOVÉHO ROKU: ROZŠÍŘENÉ FUNKCE A DŮKLADNĚJŠÍ I RYCHLEJŠÍ ŘEŠENÍ

ODSTARTOVALO DALŠÍ OBDOBÍ PROJEKTU MĚŘENÍ TV SLEDOVANOSTI ATO A
NIELSEN

Od ledna 2023 běží další pětileté období Projektů crossplatformního elektronického měření sledovanosti a konzumace obsahu v ČR, jehož zadavatelem je Asociace televizních organizací (ATO) a realizátorem česká výzkumná agentura Nielsen. Ta v ČR realizuje měření již 20 let (od roku 2002 jako Mediaresearch a později jako Nielsen Admosphere).

Dle smlouvy, kterou ATO uzavřela s Nielsen v červnu loňského roku, nabízí projekt v dalším období zejména **komplexní měření televizní sledovanosti**, které pokrývá hlavní potřeby televizního trhu v oblasti tvorby televizního programu i efektivního měření návratnosti investic v rámci (televizního i online) vysílání. Měření navazuje na předchozí úspěšné období projektu (2018–2022) a zároveň **odráží proměny v mediální konzumaci posledních let**.

Nová vlna například **akcentuje trend nelineárního sledování** televizního obsahu na klasických i internetových platformách a společné reportování výsledků. **Rozšíření funkcí** v oblasti nelineárního sledování (timeshiftu) přináší i software **Adwind Kite** od Nielsen, který nově umožňuje analyzovat odloženou sledovanost s větší přesností.

Na měnící se podmínky reaguje i **Zaváděcí a Kontinuální výzkum**, které jsou nejdůležitějšími kalibračními zdroji projektu: pro zajištění co největší odezvy různých cílových skupin respondentů například mnohem více využívají **kombinaci dotazovacích technik**. Tím zároveň řeší situaci omezené dostupnosti osobního dotazování, kterou jsme zažili v posledních letech kvůli pandemii COVID-19.

Projekt do budoucna umožňuje **další rozšiřování** (na základě modulů z nabídky Nielsen) tak, aby neustále pokrýval měnící se potřeby televizního trhu. Některé z těchto řešení – jako využití Return Path Dat z IPTV nebo další rozšíření crossplatformních funkcí – se stále diskutují. Stejně jako v minulosti však nejsou inovace přímo svázány s pětiletými cykly projektů, ale **probíhají průběžně**.

Aktuální parametry projektu ve větším detailu nabízí jak [webové stránky ATO](#), tak český [web Nielsen](#).

S novým pětiletým obdobím projektu byl rovněž modernizován **populárně-naučný web** www.peoplemetry.cz, který seznamuje širokou veřejnost s principy měření sledovanosti televize v České republice.

NAVŠTIVTE NOVÝ WEB PEOPLEMETRY.CZ

Peoplemetry.cz

Obsah ▾

ENG →

Peoplemetry a měření sledovanosti televize v ČR

Peoplemetry nebo také TV metry jsou elektronická zařízení, která zjišťují sledovanost televize, tedy kdo se kdy na co dívá v televizi. Informace o TV sledovanosti jsou základním měřítkem úspěšnosti televizních stanic a zjišťují se ve všech vyspělých zemích po celém světě.

[Zjistit více ↓](#)www.peoplemetry.cz

20 let spolupráce ATO a Nielsen 25 let peoplemetrů v ČR

Nielsen loni oslavil 20 let spolupráce s ATO (od 2002 jako Mediaresearch a od 2015 jako Nielsen Admosphere). Elektronické měření televizní sledovanosti navíc ATO zastřešuje již od roku 1997 a loni si tak připomněla 25 let existence měření v ČR. Celý projekt se za tuto dobu významně posunul od minutového měření lineárního vysílání několika televizních stanic na panelu 600 domácností k měření sta stanic vysílajících na mnoha platformách (včetně HbbTV, počítačů, mobilů, tabletů), sekundovému měření řady forem vysílání zahrnující Video On Demand a sledovanosti s časovým posunem prostřednictvím různých technologií. Současně ale jedním ze stavebních kamenů projektu stále zůstává měření na peoplemetrovém panelu domácností navýšeném na 1 900. Tento počet představuje dostatečně velký vzorek, který je nadstandardní i v mezinárodním srovnání. Finální data jsou k dispozici dvě hodiny po ukončení měřeného dne a předběžná data dokonce téměř v reálném čase.

Vlasta Roškotová

Jednatelka ATO

roskotova@ato.cz

Asociace televizních organizací, Salmovská 11, 120 00 Praha

tel.: +420 222 543 001

www.ato.cz

Tereza Šimečková

Managing Director Nielsen CZ/SK/BG

tereza.simeckova@nielsen.com

Nielsen Admosphere, a.s., Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha

tel.: +420 222 717 763

www.nielsen-admosphere.cz

www.nielsen.com

Doplňující informace:



Asociace televizních organizací (ATO) (www.ato.cz) je zájmové sdružení, které od roku 1997 zajišťuje realizaci a koordinaci společného výzkumu sledovanosti televizního vysílání. Od 1. 1. 2018 byl výzkum rozšířen o digitální část, která měří konzumaci televizního obsahu šířeného pomocí internetu na digitální zařízení typu PC, tablety, mobilní telefony a chytré televizory prostřednictvím platformy HbbTV. Cílem ATO je rovněž chránit společné zájmy členů sdružení související s provozováním televizního vysílání. ATO provádí i samoregulační činnost, v roce 2010 ho zařadila Rada pro rozhlasové a televizní vysílání do seznamu spolupracujících samoregulačních orgánů. Členy asociace jsou Česká televize, FTV Prima spol. s r.o., TV Nova s.r.o., Asociace mediálních agentur (ASMEA), mediální zastupitelství Atmedia Czech s.r.o., Stanice O, a.s. a Seznam.cz TV. Přidruženými členy ATO jsou společnosti Barrandov Televizní studio, a.s., AMC Network a Asociace producentů v audiovizí (APA). Z řad vysílatelů je obchodním partnerem Šlágr TV.

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je 100% dceřinou společností globální skupiny Nielsen. Disponuje širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti mediálních a marketingových výzkumů, monitoringu reklamy, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. V jejím portfoliu je rovněž software Adwind Kite, který slouží pro práci s daty (nejen) z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy. Na českém trhu působí od roku 2001 a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury s mezinárodním zázemím.

Koncem roku 2022 došlo k fúzi společnosti Adwind Software, a.s. (zaniklá) do společnosti Nielsen Admosphere, a.s. (nástupnická společnost).

Jsme **PRO VÝZKUM** NÁZORY MĚNÍ SVĚT

PRO VÝZKUM (www.provyzkum.cz) je veřejně prospěšná aktivita výzkumníků působících v prověřených agenturách pro výzkum trhu a veřejného mínění, jejíž aktivity koordinuje sdružení SIMAR. Iniciativy se účastní agentury, které se aktivně podílejí na tvorbě a dodržování etických a zákonných pravidel a akceptují oborové Desatero pro ochranu osobních údajů.