

MEDIARESEARCH odstartoval nový projekt peplemetrového měření v Česku

První leden 2013 vstoupí do historie elektronického měření sledovanosti televizního vysílání v ČR jako den zahájení v pořadí již čtvrtého peplemetrového projektu. Jeho realizátorem pro léta 2013-2017 je již potřetí výzkumná agentura MEDIARESEARCH. Data o sledovanosti jsou dodávána všem celoplošným televizním stanicím a komunikačním agenturám. Zadavatelem měření je tradičně Asociace televizních organizací, jejímž cílem bylo od samého počátku zajistit pro český trh výsledky výzkumu z jednoho zdroje – jednotnou měnu z peplemetrového měření.

Od roku 2002 realizuje v Česku elektronické měření sledovanosti televizního vysílání výzkumná agentura MEDIARESEARCH. Své prvenství obhájila ve třech výběrových řízeních, kvalitu jednotné televizní měny potvrdilo několik uskutečněných auditů. Díky nejnovější generaci měřicí technologie SimEar™, vyvinuté společností MEDIARESEARCH, dozná projekt v období 2013-2017 četných zlepšení a rozšíření. **Obstojí ve srovnání s mezinárodními standardy, v některých parametrech je dokonce převyšuje.**

„Jsme rádi, že si nás český trh ve výběrovém řízení zvolil a že námi vyvinutá technologie zařadila Českou republiku mezi země, kde se již měří odložená sledovanost. Zjišťujeme i kombinovanou sledovanost televize a sledovanost televize na internetu“ komentovala situaci Tereza Šimečková, předsedkyně představenstva společnosti MEDIARESEARCH.

Díky nové technologii založené na principu audiomatchingu mají klienti od letoška k dispozici data o měření **odložené sledovanosti televize** – tzv. timeshift. Nově budou dostávat také údaje o sledovanosti **televizního vysílání na počítačích** v online archívech televizních stanic. Novinkou je i dodávka aplikace **Online data**, která zpřístupňuje data o sledovanosti téměř v reálném čase, **dále dodávka analytického software** na zpracování dat Kontinuálního výzkumu a dat výzkumu životního stylu. MEDIARESEARCH přichází rovněž s inovativními přístupy v procesech vážení dat a statistických analýz, které zajistí maximální reprezentativitu výsledků. Samozřejmostí je vzhledem k velikosti české televizní populace nadstandardní panel s 1850 domácnostmi (tj. přibližně 4 200 osob).

Zadavatelem projektu je **Asociace televizních organizací (ATO)**, která od roku 1997 reprezentuje zájmy českého televizního trhu s cílem zajistit pro český trh jednotnou měnu – výsledky z peplemetrového měření. Současnými řádnými členy ATO jsou Česká televize, FTV Prima, Asociace komunikačních agentur (AKA – asociace sdružující naprostou většinu mediálních agentur v ČR), nově pak od 1. ledna 2013 mediální zastupitelství Atmedia CZ a hudební Stanice O. Společnost Barrandov Televizní Studio zůstává nadále přidruženým členem, tak jako doposud. Od roku 2013 není členem ATO společnost CET21 (provozovatel stanic skupiny Nova), která patřila pod hlavičkou servisní organizace ČNTS Nova k zakládajícím členům Asociace.

Data z elektronického měření sledovanosti televizního vysílání od společnosti MEDIARESEARCH využívá jako jednotnou měnu celý český mediální trh.

A Step Ahead

Pavla Chlebounová, Public Relations

MEDIARESEARCH, a.s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3

Tel.: +420 222 717 763-4, Fax: +420 222 717 762

E-mail: Pavla.Chlebounova@mediaresearch.cz

Společnost MEDIARESEARCH (www.mediaresearch.cz) je významnou výzkumnou agenturou s širokým portfoliem služeb v oblasti realizace marketingových a mediálních výzkumů, zpracování a analýz dat, marketingového poradenství a vývoje software. Je realizátorem tří z nejrozsáhlejších mediálních výzkumů v České a Slovenské republice - Elektronického měření sledovanosti televize (TV metry) v ČR, Výzkumu návštěvnosti a sociodemografie internetu v ČR (NetMonitor) a SR (AIMmonitor) a Monitoringu reklamních výdajů v médiích (Admosphere) a na internetu (AdMonitoring) v ČR.