

**Závěrečná zpráva Národní koordinační skupiny pro digitální vysílání
v České republice o dokončení přechodu na digitální televizní vysílání.**

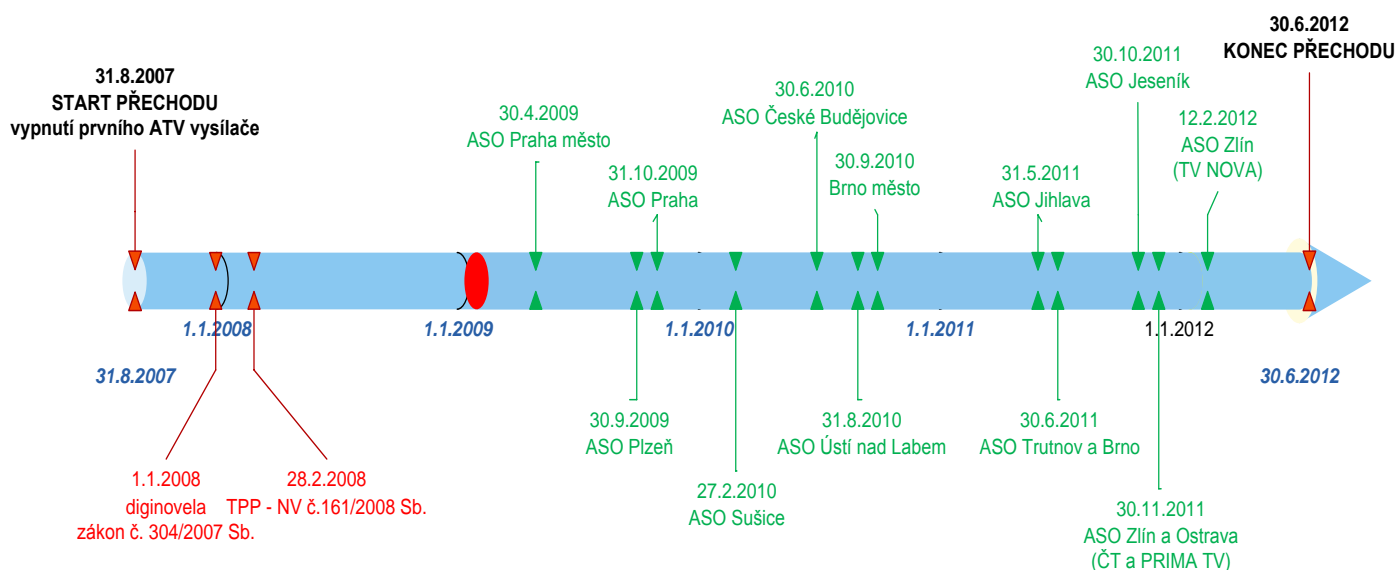
Obsah:

A. Souhrn přechodu na digitální televizní vysílání V ČR.....	2
B. Přílohy	7

A. SOUHRN PŘECHODU NA DIGITÁLNÍ TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ V ČR

I. Aktuální stav

Přechod České republiky na zemské digitální televizní vysílání byl po celou dobu realizován bez větších obtíží jak na straně podnikatelských subjektů tak i samotných občanů. Proces přechodu byl stanoven nařízením vlády č. 161/2008 Sb., o technickém plánu přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání (nařízení vlády o technickém plánu přechodu) (dále jen „TPP“). Celý přechod proběhl v souladu s tímto plánem ve všech 13 vymezených územních oblastech.



Graf č. 1 – Základní časová osa přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání s vyznačením hlavních milníků.

Zemské analogové televizní vysílání z vysílačů velkého výkonu bylo ukončeno 12. února 2012, kdy došlo k ukončení provozu posledního z této skupiny vysílačů. I po tomto datu zůstaly v provozu některé vysílače malého výkonu. Také probíhala optimalizace pokrytí digitálním signálem a budování malých vysílačů ve vytipovaných problematických oblastech. V České republice jsou v provozu celkem čtyři sítě zemského digitálního televizního vysílání. První síť zemského digitálního televizního vysílání tzv. veřejnoprávní multiplex dosáhl celoplošného pokrytí 99,9% obyvatelstva a v rámci této sítě jsou vysílány všechny programy televize a rozhlasu veřejné služby. Územní pokrytí obyvatelstva druhé a třetí sítě zemského digitálního televizního vysílání dosáhlo 99,6% a 96,3%. Územní pokrytí obyvatelstva čtvrté sítě dosáhlo 56,8% obyvatelstva a síť je dále rozvíjena. Nízká úroveň pokrytí obyvatelstva této sítě je způsobena tím, že v průběhu přechodu byl nízký zájem nových provozovatelů televizního vysílání o zahájení vysílání. V průběhu února 2012 byla převedena práva k využívání rádiových kmitočtů pro tuto vysílací síť na nového držitele společnost Digital Broadcasting s.r.o. Tato společnost má záměr dalšího rychlého rozvoje této vysílací sítě s dosažením celoplošného pokrytí v druhé polovině tohoto roku.

Územní pokrytí obyvatel pro jednotlivé územní oblasti stanovené TPP					
Územní oblast	Počet obyvatel	Síť 1	Síť 2	Síť 3	Síť 4
Brno	1 685 991	99,90%	99,70%	91,10%	48,70%
Jeseník	416 204	99,90%	99,80%	99,80%	14,50%
Jihlava	497 454	99,90%	99,90%	98,80%	84,40%
Ostrava	1 181 382	99,90%	99,90%	94,60%	42,10%
Plzeň	952 195	99,70%	99,60%	93,80%	50,20%
Praha	1 913 757	99,90%	98,90%	98,10%	79,00%
Sušice	125 517	99,40%	99,10%	97,50%	43,50%
Trutnov	1 530 076	100,00%	99,90%	99,50%	63,40%
Zlín	566 061	99,40%	99,00%	92,30%	32,00%
Ústí nad Labem	837 205	100,00%	100,00%	99,60%	35,50%
České Budějovice	524 218	100,00%	100,00%	100,00%	99,30%
Česká republika	10 230 060	99,90%	99,60%	96,30%	56,80%

Tabulka č. 1 – Územní pokrytí obyvatel jednotlivých sítí v ČR a v jednotlivých územních oblastech (zdroj: ČTÚ červenec 2012).

II. Informační kampaň

Informační kampaň realizovaná ze strany státu na podporu přechodu České republiky na digitální televizní vysílání po celou dobu byla vedena na základě jednotného formátu, tzn. byla jednak celoplošně a také cíleně v oblastech, kde docházelo k vypnutí zemského analogového televizního vysílání. Základním prvkem celoplošné kampaně byla webová informační stránka (www.digitalne.tv) a informační telefonní linka (800 90 60 30). Cílená regionální informační kampaň, která se v průběhu 3 měsíců zaměřovala na obyvatele a subjekty v územních oblastech, ve kterých dojde k vypnutí zemského analogového televizního vysílání z vysílačů velkého výkonu, byla složena z dílčích vzájemně synergicky působících prvků s postupnou gradací směrem ke stanovenému termínu vypnutí. Tento model kampaně byl velice flexibilní a kampaň mohla být vždy aktuálně posílena na základě průběžně zjišťovaných informací o jejím průběhu a dopadu na občany. Volbu vhodných doplňkových prvků kampaně určoval sociodemografický průzkum, který byl v oblastech proveden před vypnutím zemského analogového televizního vysílání a zjišťoval informovanost obyvatelstva ve vztahu k vypínání zemského analogového televizního vysílání. Jednotlivé prvky kampaně byly zaměřeny přímo na obyvatele žijící v dané územní oblasti. Informační kampaň byla plně v kompetenci Národní koordinační skupiny pro digitální televizní vysílání v České republice (dále „NKS“).

Na informovanosti obyvatelstva se podílely i další spolupracující subjekty, a to především provozovatelé vysílání Česká televize, Český rozhlas a řada komerčních stanic, zejména TV Prima. Provozovatelé televizního vysílání před ukončením zemského analogového televizního vysílání vkládali do svého vysílání buď speciální identifikátory a/nebo informovali občana prostřednictvím běžícího informačního textu.

Přechod ze zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání ve všech dosud vypínaných územních oblastech proběhl bez vážnějších problémů a komplikací. Podle výzkumných šetření, viz Část B příloha č. 2, která jsou v rámci informační kampaně realizována vždy nejpozději měsíc před a týden po vypnutí zemského analogového televizního vysílání, byli občané daných lokalit na přechod připraveni.

Všeobecná informovanost obyvatelstva, tzn. obyvatelé ČR věděli, že dojde k vypnutí zemského analogového televizního vysílání z vysílačů velkého výkonu, se pohybovala kolem cca 96 %. Z šetření dále vyplynulo, že před termínem definitivního vypnutí přešlo na digitální televizní vysílání cca 92% občanů.

II.I. Prvky cílené informační kampaně

- Informační webová stránka (www.digitalne.tv)
- Informační linka (800 90 60 30)
- Promo aktivity
- Direct mailing v navazujících vlnách
- Digi hlídky s interaktivním působením
- Semináře s ukázkami pro starší spoluobčany
- Komunikace se státní správou a samosprávou
- Cílené informace svazu bytových družstev a společenství vlastníků bytových jednotek
- Mediální kampaň
- Kontaktní semináře – věnující se řešení přechodu
- Mobilní marketing. Informační brožury atd.

Informační kampaň byla vedena nebo podporována ze strany provozovatelů vysílání, operátorů sítí a dalších institucí (Česká televize, Český rozhlas, TV Prima, TV NOVA, Asociace spotřební elektroniky atd.).

II.II. Financování informační kampaně

Finanční prostředky vynaložené na informační kampaň v průběhu přechodu na digitální televizní vysílání						
	2008	2009	2010	2011	2012	celkem
Informační kampaň a služby spojené s digitalizací televizního vysílání	1 886	74 223	61 749	48 371	14 255	200 484
<i>Informační kampaň a služby spojené s digitalizací televizního vysílání</i>	<i>1 886</i>	<i>62 299</i>	<i>47 621</i>	<i>35 597</i>	<i>10 209</i>	<i>157 612</i>
<i>Podpora specifických skupin obyvatelstva – služby</i>	<i>0</i>	<i>8 850</i>	<i>11 942</i>	<i>9 772</i>	<i>3 502</i>	<i>34 066</i>
<i>Podpora zdravotních zařízení, škol a ústavů sociální péče</i>	<i>0</i>	<i>3 074</i>	<i>2 186</i>	<i>3 002</i>	<i>544</i>	<i>8 806</i>

Tabulka č. 2 – Čerpání finančních prostředků na informační kampaň v průběhu přechodu.

Informační kampaň byla financována z účtu České televize pro užití výnosu z reklam, který byl stanoven zákonem č. 304/2007 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s dokončením přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání (dále jen „zákon č. 304/2007 Sb.“). V rámci celého přechodu bylo na informační kampaň vynaloženo 200 484 tis. Kč, které se dále dělily do dalších kapitol. V průběhu informační kampaně bylo aktivně reagováno na klesající výnosy České televize z reklam. NKS z tohoto důvodu kampaň finančně optimalizovala a díky úsporám bylo čerpáno cca 70% finančních prostředků odsouhlasených pro jednotlivé roky. Finanční úspory a optimalizace vynaložených nákladů zajišťovaly efektivní informační kampaň a neměly negativní dopad na její kvalitu. Na samotnou informační kampaň bylo vyčerpáno 157 612 tis. Kč. Závěrem je potřeba zdůraznit, že se podařilo zajistit financování informační kampaně a dalších částí přechodu na zemské digitální televizní vysílání z finančních zdrojů mimo státní rozpočet.

III. Sociální skupiny obyvatelstva a sociální a zdravotní ústavy

Specifickou skupinou ve vztahu k celému procesu přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání byli občané se zdravotním postižením, senioři a sociální a zdravotní ústavy. Těmto skupinám byla věnována v rámci přechodu na digitální televizní vysílání zvláštní pozornost. Proto i v rámci projektů informační kampaně byla jedna samostatná část věnována programu informovanosti a technické pomoci. NKS se podílela na návrhu vhodného řešení pro přechod na digitální televizní vysílání a v případě sociálních a zdravotních ústavů se podílela na spolufinancování navrhovaných řešení.

V průběhu informační kampaně zaměřené na digitalizaci televizního vysílání ve vztahu ke specifické cílové skupině osob žijících v ústavech sociální péče a domovech důchodců bylo v letech 2009 – 2012 zorganizováno celkem 267 odborných seminářů v ústavech a současně bylo zajištěno 746 výjezdů techniků pro individuální asistenci v těchto zařízeních. V roce 2009 proběhlo 235 výjezdů, v roce 2010 213 výjezdů a v roce 2011 298 výjezdů techniků individuální asistence v rámci ústavů sociální péče a domovů důchodců. V roce 2012 se již žádné semináře ani výjezdy techniků neuskutečnily. Finanční prostředky vynaložené na tyto specifické skupiny dosáhly částky cca 43 mil. Kč.

Z velké části byly také technické záležitosti kolem přechodu na digitální televizní vysílání v ústavech sociální péče a domovech pro seniory řešeny ze stran správcovských organizací. Pro obyvatele těchto zařízení byla pak stěžejní hlavně informovanost a nastínění pozitivního vnímání celého procesu digitalizace.

Z hlediska projektu informační kampaně lze konstatovat její maximální úspěšnost i v části, která se zabývala občany žijícími v ústavech sociální péče a domovech důchodců a v dalších podobných zařízeních.

III.I. Prvky informační kampaně pro sociální skupiny obyvatelstva a sociální a zdravotní ústavy

- Informační webová stránka pro OZP (www.ozp-digitalne.cz)
- Informační střediska pro OZP
- Technická asistence
- Informační brožury
- Odborné semináře pro OZP

IV. Celkové zhodnocení přechodu na digitální televizní vysílání

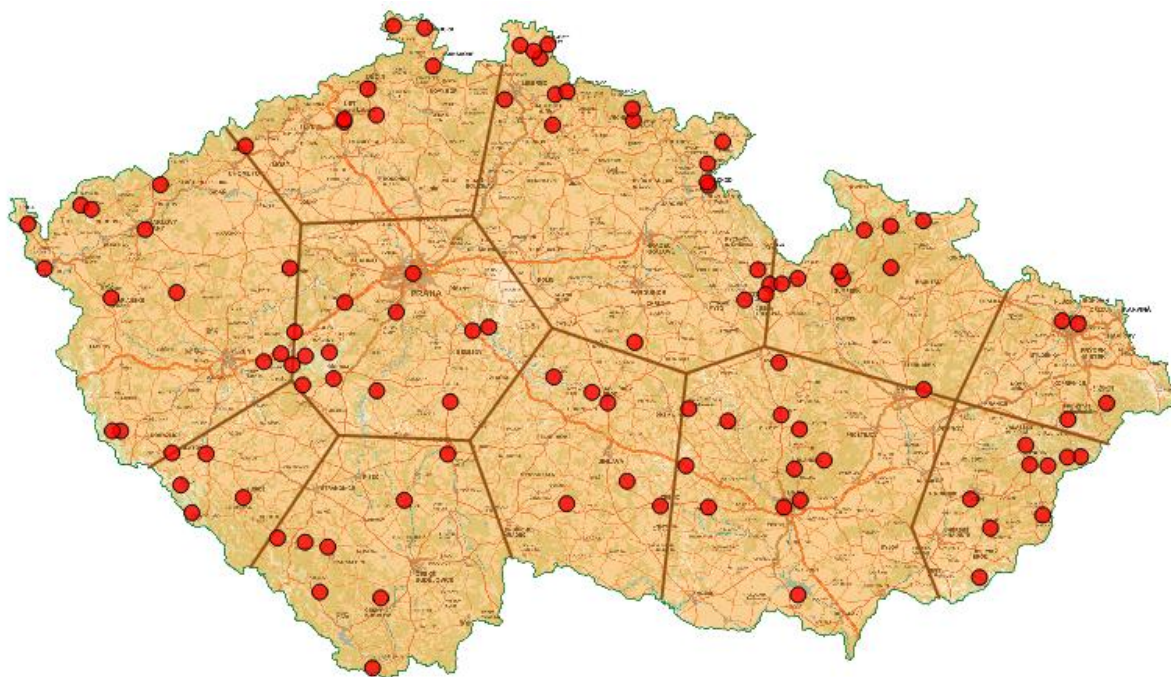
Přechod ze zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání vycházel z velmi komplikovaných podmínek České republiky, které měly ekonomický, legislativní, technický a geografický charakter. Po překonání původních obtíží díky přijetí nových právních předpisů a optimálního a konsensuálního nastavení parametrů samotného procesu přechodu se podařilo zvládnout celou proceduru na všech úrovních výborně.

V zásadě nenastala žádná krizová či mimořádná situace a na straně diváků díky přípravě, výrazné informační a technické podpoře, koordinaci a efektivního managementu náročného procesu, proběhla změna dosavadního dominantního způsobu příjmu televizního vysílání bez obtíží.

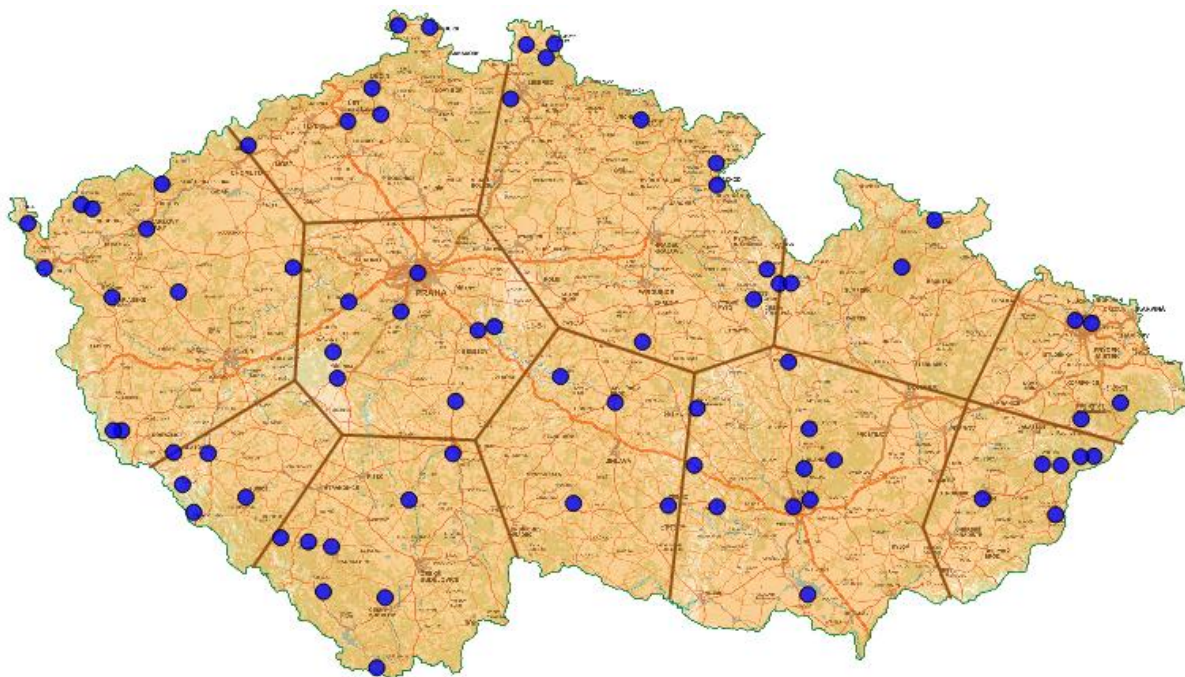
Do procesu přechodu se zapojily všechny dotčené subjekty a díky koordinaci a vhodné komunikaci se podařilo přiměřeně sladit často rozdílné až protichůdné zájmy a společně dosáhnout dokončení procesu ještě před naplánovaným termínem ukončení zemského analogového televizního vysílání, a to jako jedné z prvních střeoevropských zemí s tak výrazným podílem terestrické platformy. Ukončení zemského analogového televizního vysílání přinesl dlouho očekávanou „digitální dividendu“ tzn. uvolnění potřebného pásma zajímavých rádiových kmitočtů pro další služby elektronických komunikací – konkrétně pro službu mobilního přístupu k vysokorychlostnímu internetu. Na toto pásmo je v současné době připravována aukce. Uvolnění tohoto pásma je významné pro rozvoj mobilního vysokorychlostního přístupu k internetu. Uvolněné kmitočty z 3. televizního pásma dále umožňují zahájit provoz zemského digitálního rozhlasového vysílání. Bezproblémové ukončení zemského analogového televizního vysílání znamená pro Českou republiku možnost dalšího rozvoje v oblasti sítí a služeb elektronických komunikací nové generace, které znamenají rozvoj kvalitní základní infrastruktury potřebné pro růst národního HDP a zvýšení dostupnosti a konkurenceschopnosti v oblasti služeb elektronických komunikací.

B. PŘÍLOHY

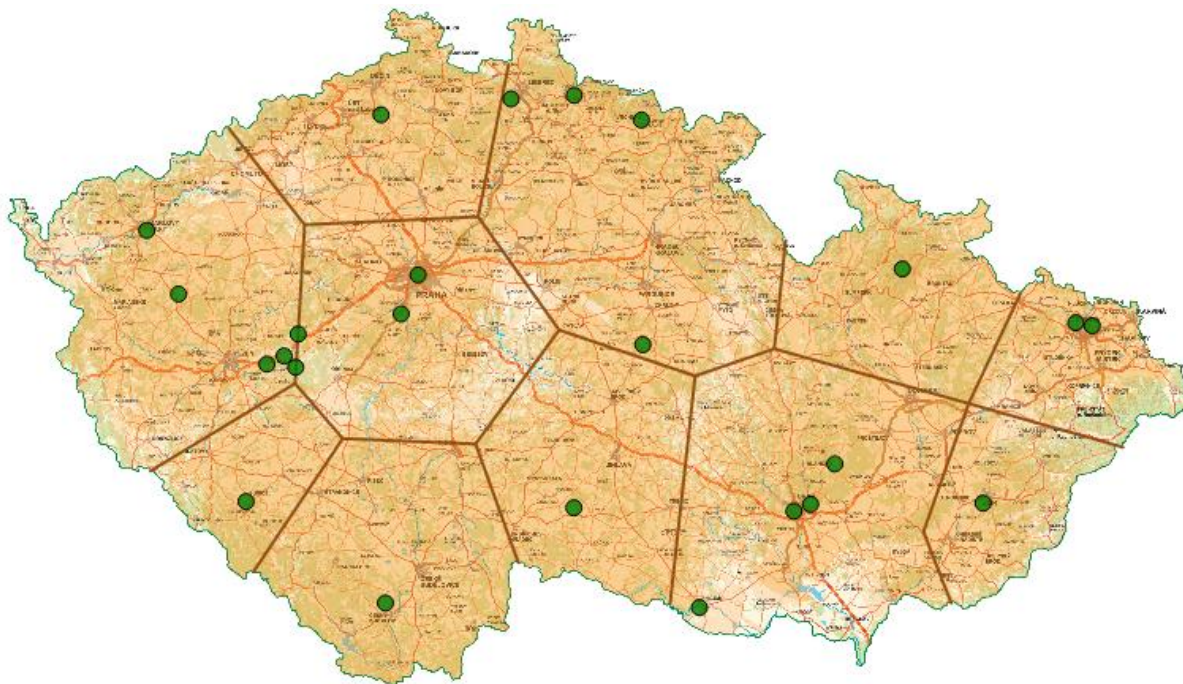
Příloha č. 1 : Pokrytí území ČR dosažené v roce 2012



Obrázek č. 1: Sít' č.1 –multiplex veřejné služby



Obrázek č. 2: Sít' č.2 - komerční multiplex



Obrázek č. 3: Sít' č.3 – komerční multiplex



Obrázek č. 4: Sít' č.4 – komerční multiplex

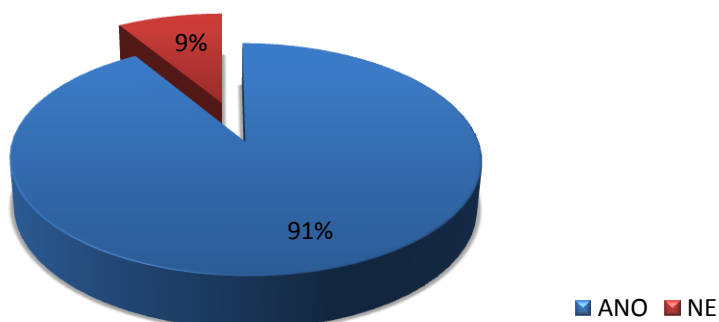
Mapy zdroj: ČTÚ červen 2012

Příloha č. 2 : Průzkum informovanosti obyvatelstva ve vypínaných územních oblastech v roce 2008 až 2012

Průzkumy proběhly bezprostředně po vypnutí analogového televizního vysílání z vysílačů velkého výkonu ve všech 13 územních oblastech Praha město, Plzeň, Praha, Sušice, České Budějovice, Ústí nad Labem, Brno město, Jihlava, Trutnov, Brno, Jeseník, Ostrava a Zlín. Sběr dat proběhl metodou „Face to face“ a zajišťovali ho proškolení tazatelé se zkušeností se sběrem dat. Byl kladen velký důraz na to, aby cílový vzorek respektoval sociodemografické charakteristiky obyvatel regionu. Celkem bylo sesbíráno v každé územní oblasti, ve které došlo v roce 2008 až 2012 k vypnutí zemského analogového televizního vysílání z vysílačů velkého výkonu, 600 dotazníků.

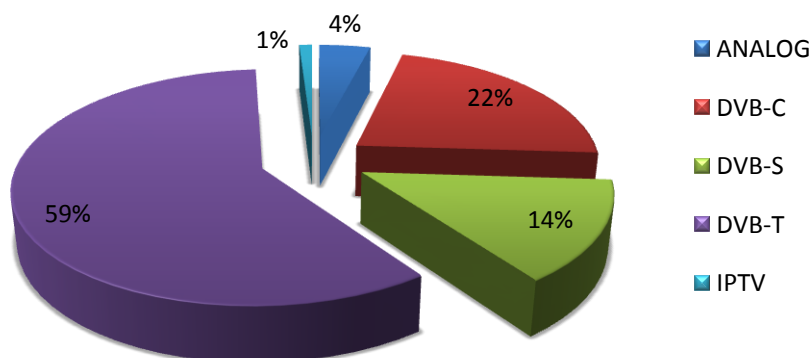
Výsledky šetření:

Věděli jste o připravovaném vypínání analogového televizního vysílání v územní oblasti?



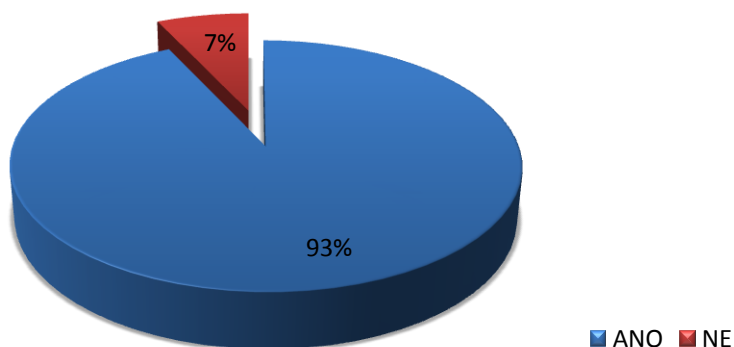
91,1 % respondentů vědělo o vypínání analogového vysílání v územních oblastech, 8,9 % respondentů o tomto vypínání nevědělo.

Jaký způsob příjmu signálu ve vaší domácnosti využíváte?



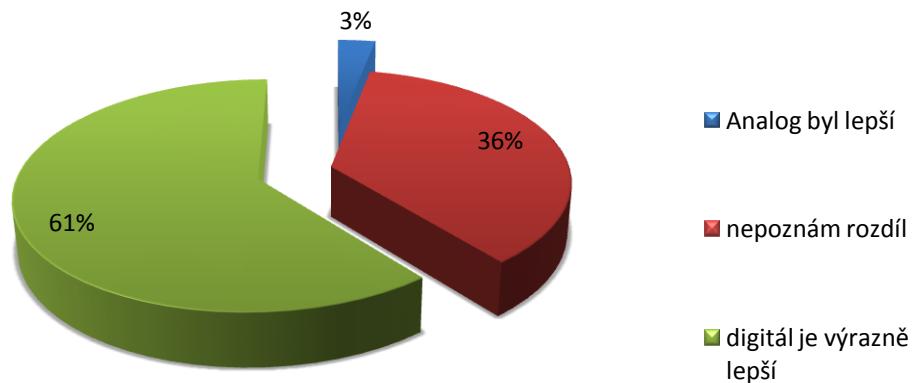
59 % domácností přešlo na zemské digitální televizní vysílání, 14 % respondentů dalo přednost satelitnímu příjmu, 22 % preferuje kabelovou TV. Analogový příjem používá 4 % respondentů, IPTV používá 1% respondentů.

Přešla vaše domácnost na digitální televizní vysílání před termínem tohoto vypnutí?



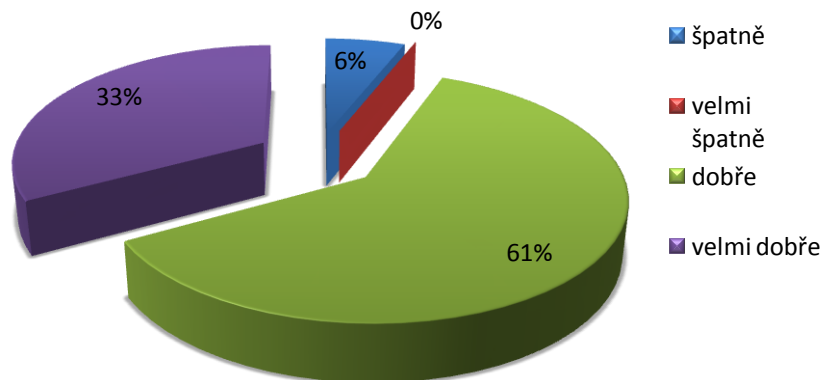
pouze 7 % domácností nepřešlo před vypnutím zemského analogového televizního vysílání v územních oblastech na jiný druh příjmu.

Jak hodnotíte kvalitu televizního vysílání?



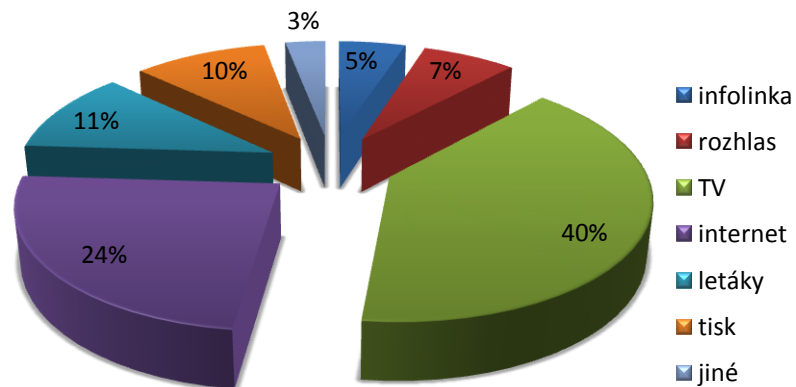
61 % respondentů hodnotí digitální TV vysílání jako výrazně lepší, 36 % respondentů nepoznává rozdíl mezi digitálním TV vysíláním a analogovým vysíláním, 3 % preferovalo analogové TV vysílání.

Jak hodnotíte informovanost o přechodu na digitální televizní vysílání?



61 % respondentů hodnotí úroveň informovanosti o přechodu na digitální televizní vysílání jako dobrou, 33 % hodnotí tuto úroveň jako velmi dobrou, 6 % respondentů hodnotí tuto úroveň jako špatnou a méně než 1 % jako velmi špatnou.

Jaký zdroj informací byl pro Vás nejdůležitější?



40 % dotazovaných uvedlo jako nejdůležitější zdroj informací o digitalizaci TV vysílání, 24 % internet, 11 % uvedlo letáky (Digi noviny), 10% tisk, 5 % uvedlo informační linku a 7 % rozhlasové vysílání.

Příloha č. 3: Provoz webových stránek a infolinky

I. Webové stránky informační kampaně: www.digitalne.tv

Vývoj návštěvnosti:

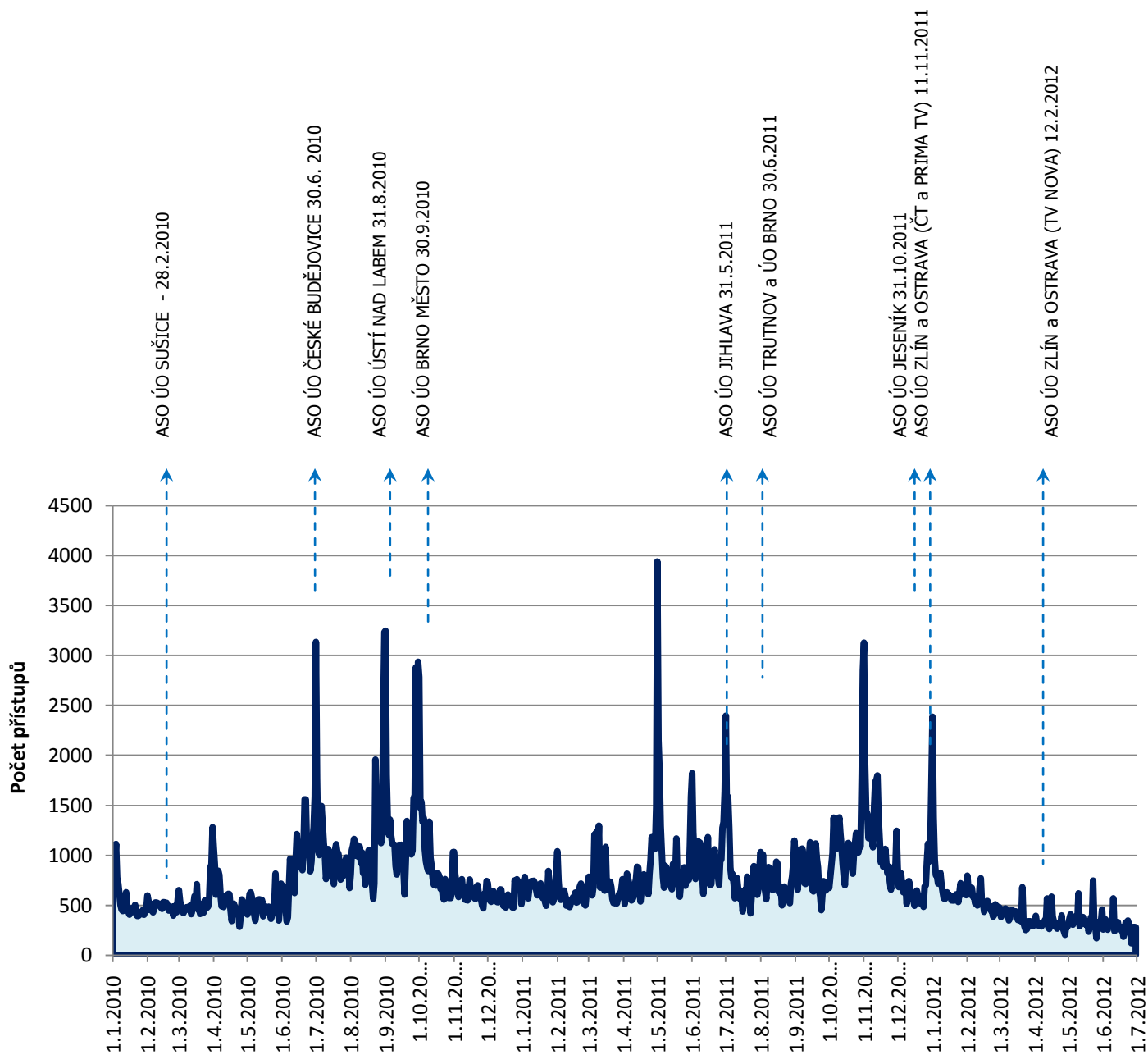
Návštěvnost informačních webových stránek za rok 2010 až 2012 potvrzuje, že jde o velice využívaný prostředek informační kampaně. Webové stránky byly nejvíce využívány před a hned po ukončení zemského analogového televizního vysílání v územních oblastech. Vždy v závěrečném týdnu před vypnutím došlo k výraznému překročení měsíčních průměrů. V tomto období také vrcholila celá informační kampaň. V roce 2010 až 2012 byl v průměru web využíván 739 přístupy denně s denním maximem 3939 a denním minimem 119 návštěv. Ve sledovaném období byla stránka zobrazena 673 815krát. Web k celé události poskytoval praktické informace, což se projevilo na vyšší návštěvnosti i ve zvýšeném počtu zobrazených stránek. Podrobně jsou přístupy zachyceny v grafu č. 1.: *Návštěvnost informačního webu www.digitalne.tv v období 1. 1. 2010 – 30.6.2012.*

II. Webové stránky informační kampaně pro OZP: www.ozp-digitalne.cz

Vývoj návštěvnosti:

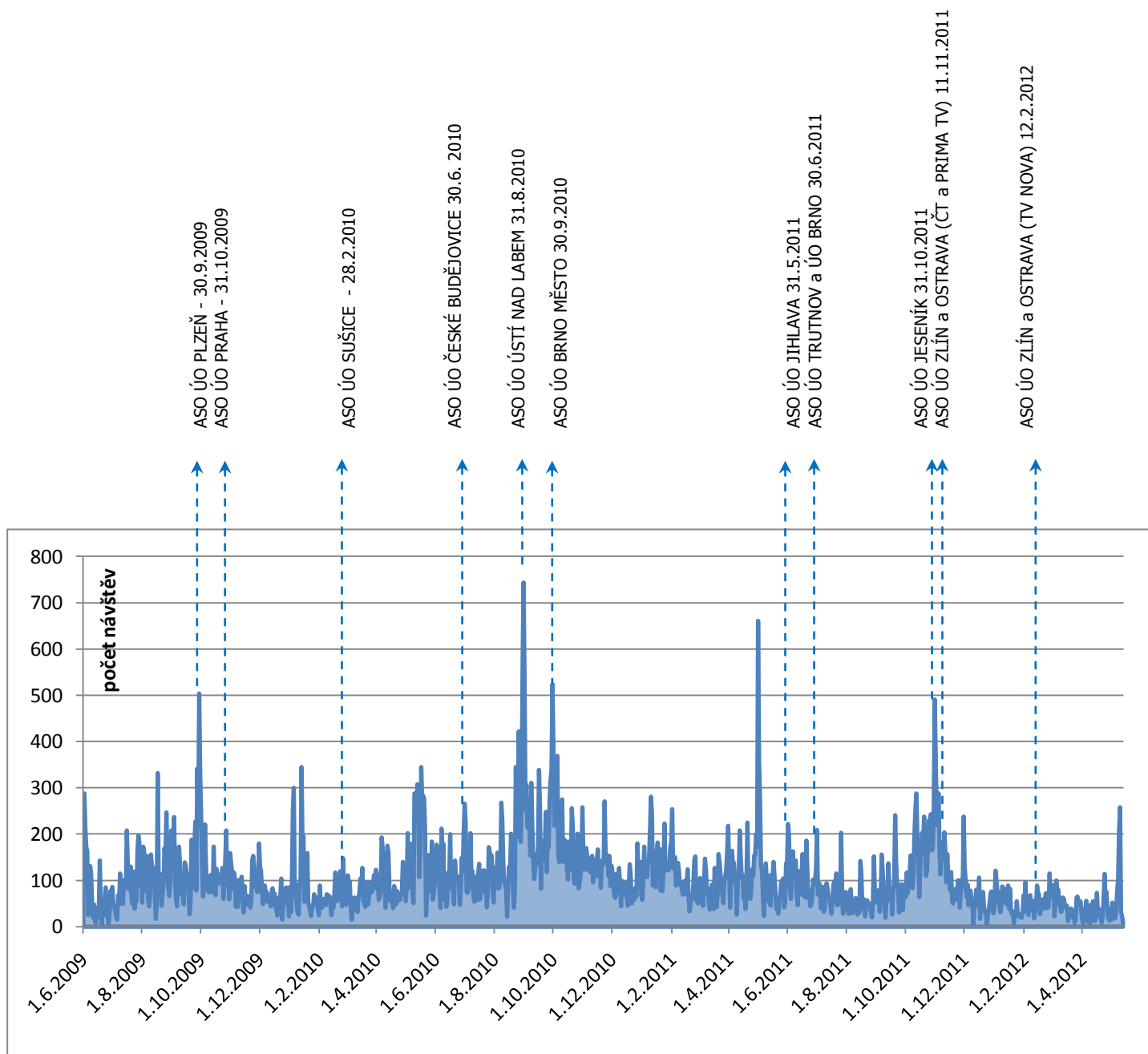
Návštěvnost informačních webových stránek OZP za rok 2009 až 2012 potvrzuje, že jde o velice využívaný prostředek informační kampaně. Podrobný monitoring návštěvnosti stránek odhaluje, že frekvence návštěv se zvyšuje v přímé závislosti na konaných akcích informační kampaně. Rovněž postupně vydávané tiskové zprávy k tématu OZP zvyšují návštěvnost. Webové stránky jsou nejvíce využívány v návaznosti na provedené semináře k ukončení zemského analogového televizního vysílání v územních oblastech. V roce 2009 až 2012 byl v průměru web využíván 102 přístupy denně s denním maximem 744 návštěv. Ve sledovaném období byla stránka zobrazena 112373krát. Web k celé události poskytoval praktické informace, což se projevilo na vyšší návštěvnosti i ve zvýšeném počtu zobrazených stránek. Podrobně jsou přístupy zachyceny v grafu č.2.: *Návštěvnost informačního webu pro zdravotně postižené občany www.ozp-digitalne.cz v období 1. 6. 2009 – 30.4.2012.*

Roční statistika návštěvnosti informačního webu v roce 2010 až 2012:



Graf č.1.: Návštěvnost informačního webu www. digitalne.tv v období 1. 1. 2010 – 30.6.2012

Roční statistika návštěvnosti informačního webu pro OZP v roce 2009 až 2012:

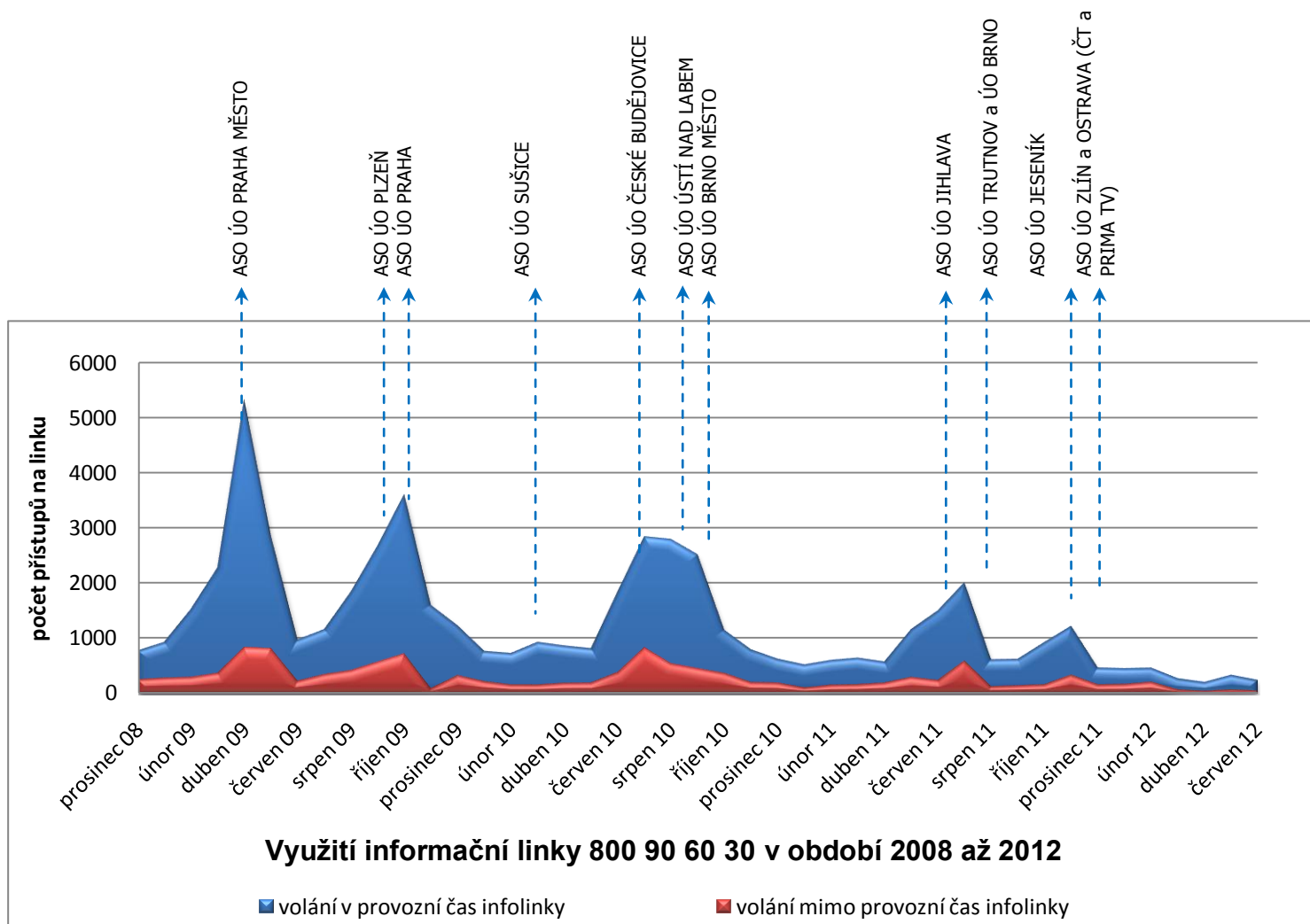


Graf č.2.: Návštěvnost informačního webu pro zdravotně postižené občany www.ozp-digitalne.cz v období 1. 6. 2009 – 30.4.2012

III. Infolinka k přechodu na digitální televizní vysílání: 800 90 60 30

Informační linka je jedním ze základních pilířů informační kampaně z pohledu její celoplošnosti, ale je možné ji využít i v rámci cílené kampaně. Informační linku 800 90 60 30 v průběhu přechodu na digitální televizní vysílání využilo 69 325 volajících, kteří se touto cestou informovali o přechodu na digitální televizní vysílání nebo o vypínání zemského analogového televizního vysílání v ČR nebo konkrétní územní oblasti. Počet volání na informační linku vždy narůstal v měsíci, ve kterém bylo plánováno vypnutí zemského analogového televizního vysílání v územní oblasti viz graf č. 3. V tomto období také vrcholila celá cílená informační kampaň. Infolinka velice efektivně pomáhala řešit problémy občanů v rámci přechodu na digitální televizní vysílání a z hlediska informační kampaně šlo o nepostradatelný nástroj. O informační lince se uživatelé nejčastěji dozvídali z internetu, tisku a Digi novin. Nejčastějšími dotazy volajících (cca 50%) bylo poskytnutí informací k digitálním sítím, vypínání zemského analogového televizního vysílání a řešení problémů s příjmem TV signálu viz graf č. 4 a tabulka č.2.

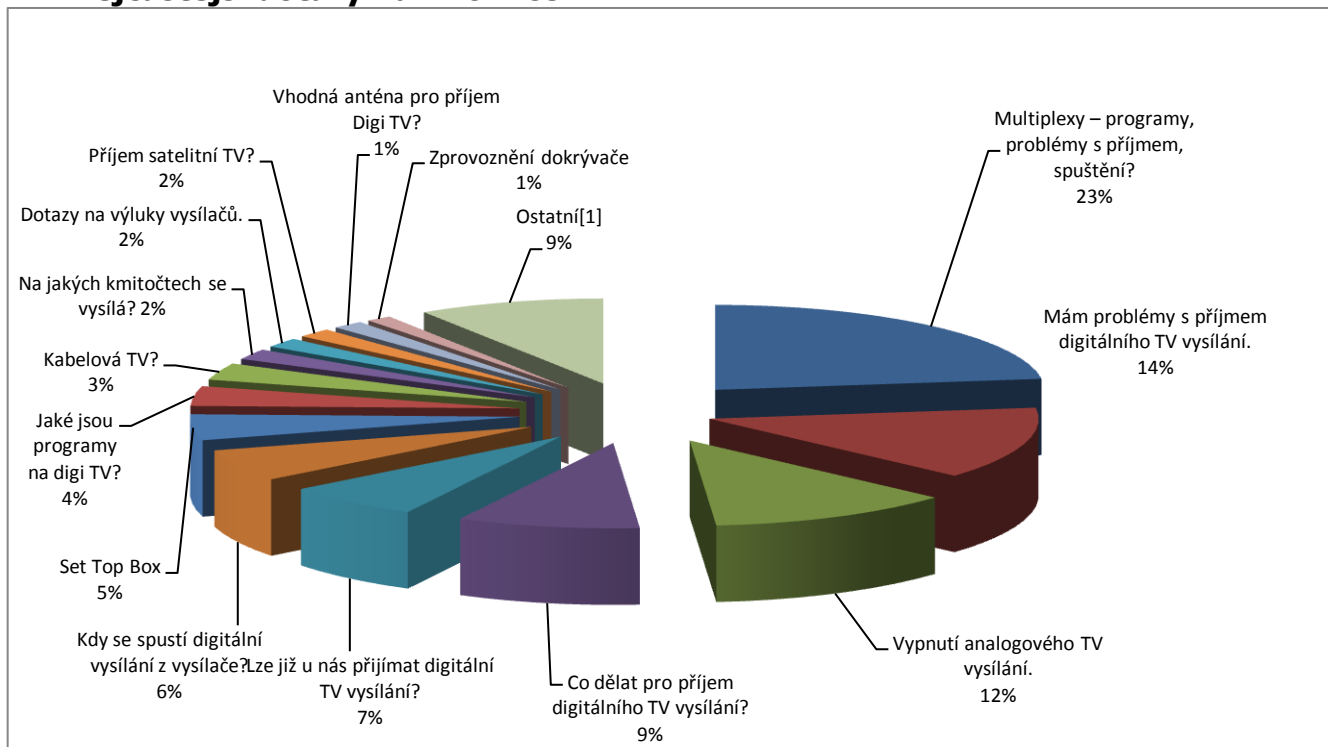
Statistika volání na infolinku od doby jejího založení:



Graf č. 3.: statistika volání na infolinku v roce 2008 až 2012

Celkový počet volání na infolinku od jejího zprovoznění:	68 598 volání
Celkový počet volání na infolinku v provozní čas:	55 963 volání
Celkový počet volání na infolinku mimo provozní čas:	12 635 volání
Nejvíce volání v jednom měsíci (duben 2009):	5 326 volání

Nejčastější dotazy na infolince:



Graf č. 4.: Zastoupení nejčastějších dotazů na infolince.

	Nejčastější otázky	Zastoupení v %
1	<i>Multiplexy – programy, problémy s příjmem, spuštění?</i>	22,9%
2	<i>Mám problémy s příjmem digitálního TV vysílání.</i>	13,7%
3	<i>Vypnutí analogového TV vysílání.</i>	12,1%
4	<i>Co dělat pro příjem digitálního TV vysílání?</i>	9,0%
5	<i>Lze již u nás přijímat digitální TV vysílání?</i>	6,8%
6	<i>Kdy se spustí digitální vysílání z vysílače?</i>	6,1%
7	<i>Set Top Box</i>	4,9%
8	<i>Jaké jsou programy na digi TV?</i>	3,8%
9	<i>Kabelová TV?</i>	3,2%
10	<i>Na jakých kmitočtech se vysílá?</i>	2,0%
11	<i>Dotazy na výluky vysílačů.</i>	1,8%
12	<i>Příjem satelitní TV?</i>	1,7%
13	<i>Vhodná anténa pro příjem Digi TV?</i>	1,6%
14	<i>Zprovoznění dokrývače</i>	1,2%
15	<i>Ostatní¹</i>	9,2%

Tabulka č.2 : Zastoupení nejčastějších dotazů na infolince.

¹ Kategorie „Ostatní“ shrnuje následující dotazy: rušení digitálního televizního signálu, dotazy na příjem internetové TV, společné televizní antény, digitalizace rozhlasového vysílání, příjem televizního signálu pomocí pokojové antény, digihlídky a kontakt na specializované společnosti.