

přecházíme na  
**digitální tv**

**Tisková konference**

**26. 10. 2009**



# Jsme připraveni na digitalizaci

- Vše je **připraveno** na vypínání.
- Všechny stanovené podmínky pro přechod na digitální televizní vysílání jsou **splněny**.
- **31. 10. 2009** se vypíná vysílač **Praha Cukrák**

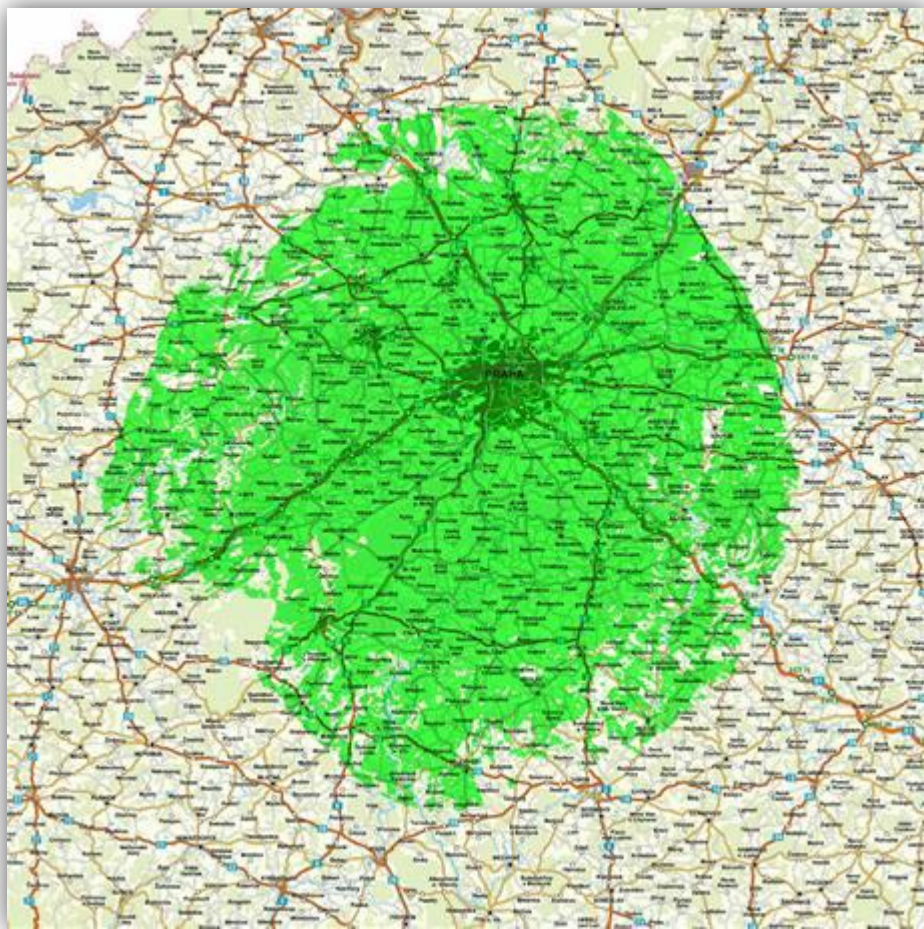
# Podmínky dané zákonem a TPP:

- **Územní pokrytí** DTV minimálně **shodné** s pokrytím ATV
- **Souběh** ATV a DTV po dobu minimálně **6 měsíců**
- **Informační kampaň 3 měsíce** před vypnutím analogu

# 1. Podmínka

## Pokrytí zemským digitálním televizním signálem

# Dosah vysílače Praha Cukrák



Dosah DVB-T z vysílače  
**Praha Cukrák.**

V této oblasti dojde k  
**vypnutí** zemského  
**analogového vysílání**

**31. 10. 2009**

# Pokrytí digitálním signálem

## Multiplex 1



ZDROJ: České Radiokomunikace

# Pokrytí digitálním signálem

## Multiplex 2



ZDROJ: České Radiokomunikace

# Pokrytí digitálním signálem

## Multiplex 3



ZDROJ: České Radiokomunikace



## 2. podmínka

# Souběh zemského digitálního a zemského analogového televizního vysílání

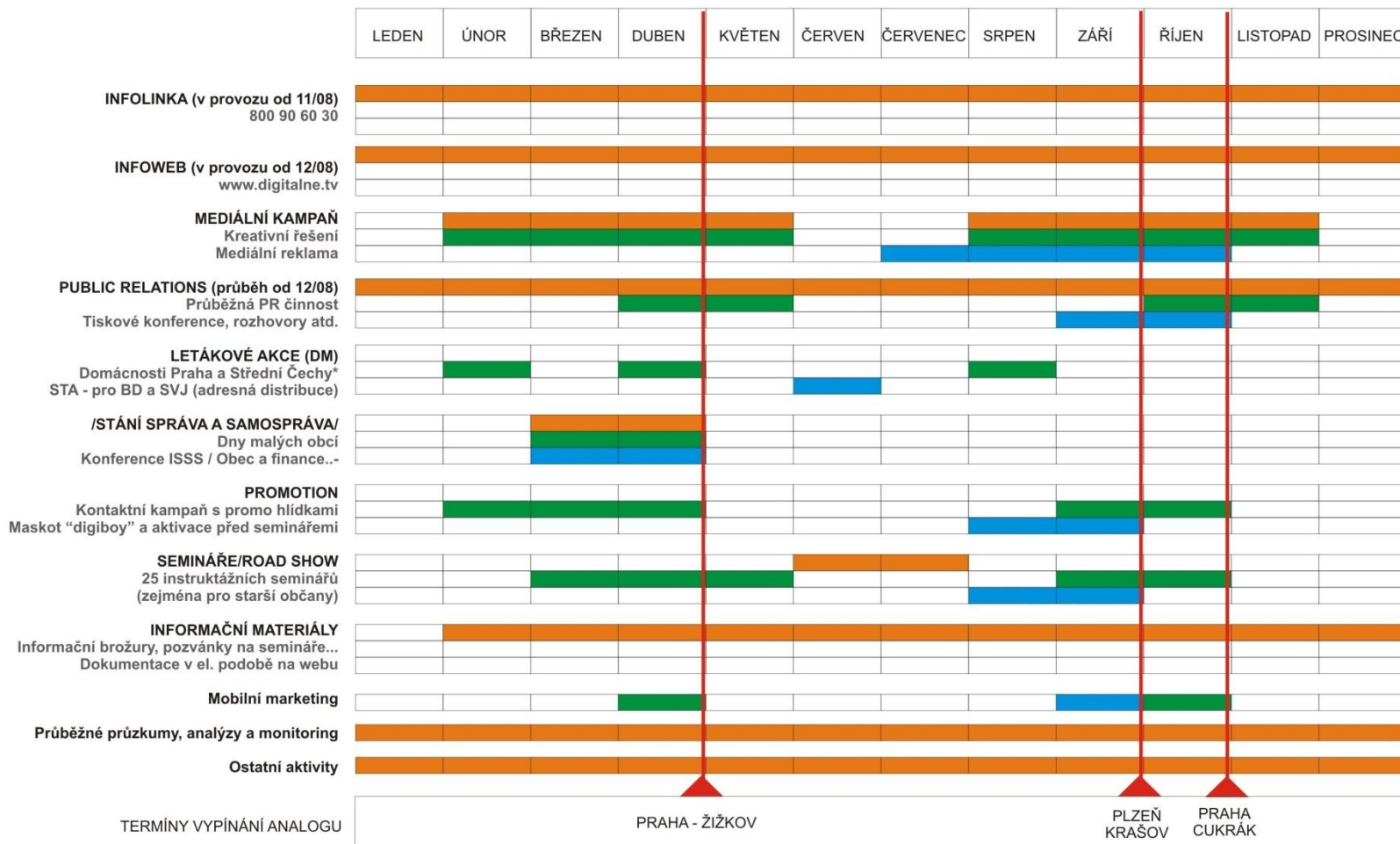
# DVB-T z vysílače Praha Cukrák:

- Multiplex 1 – od **30. 9. 2008**
- Multiplex 2 – od **31. 10. 2008**
- Multiplex 3 – od **15. 12. 2008**

# 3. Podmínka

## Informační kampaň

# Realizované aktivity odpovídají schválenému plánu aktivit NKS pro rok 2009.



CELÁ ČR

PRAHA

PLZEŇ

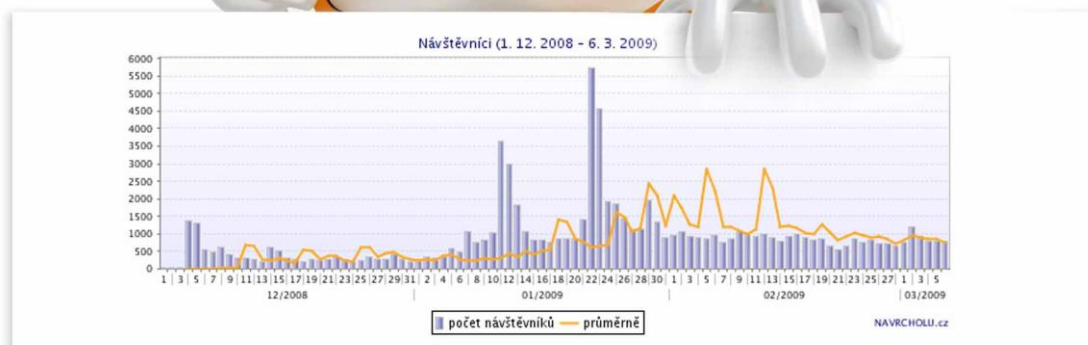
\* rozšíření - tzv. Digi noviny

# Webové stránky [www.digitalne.tv](http://www.digitalne.tv)

- Efektivitu kampaně potvrzuje **návštěvnost** páteřního prvku kampaně - webových stránek **[www.digitalne.tv](http://www.digitalne.tv)**
- **Od spuštění** kolem **275 000** návštěvníků.
- V průběhu **října 2009** přes **28 000** návštěvníků.
- Nejnavštěvovanější jsou témata:

*Naladění nových televizních stanic*

*Vyhledávání obcí s daty  
vypínání analogu*

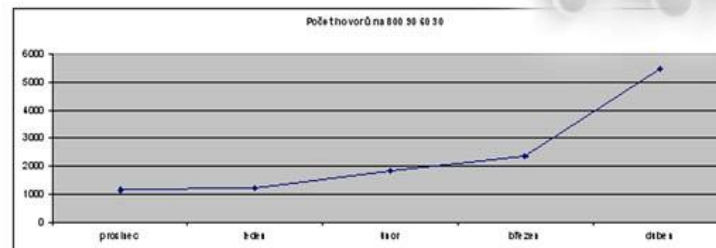


# Informační linka 800 90 60 30

- Zájem o informační **bezplatnou linku** infokampaně kontinuálně roste
- **Za poslední měsíc** více než **5 000** volajících.
- Více než **32 000** volajících **od spuštění** linky.
- **Nejčastější dotazy:**

*Co dělat pro příjem digitálního vysílání?*

*Zapojení Set-top-boxu...*



# Direct Mailing do všech domácností

- Do schránek domácností v územní oblasti Praha a střední Čechy

směřovalo celkem **600 000** tzv. **Diginovin.**



# Mediální aktivity: tisk, rozhlas, internet a outdoor

- Mediální nástroje tvoří **největší část komunikačních prostředků** kampaně.
- Kolem **30 %** prostředků určených na mediální aktivity v roce 2009 bylo **využito na komunikaci k vypínání vysílače Praha Cukrák**.

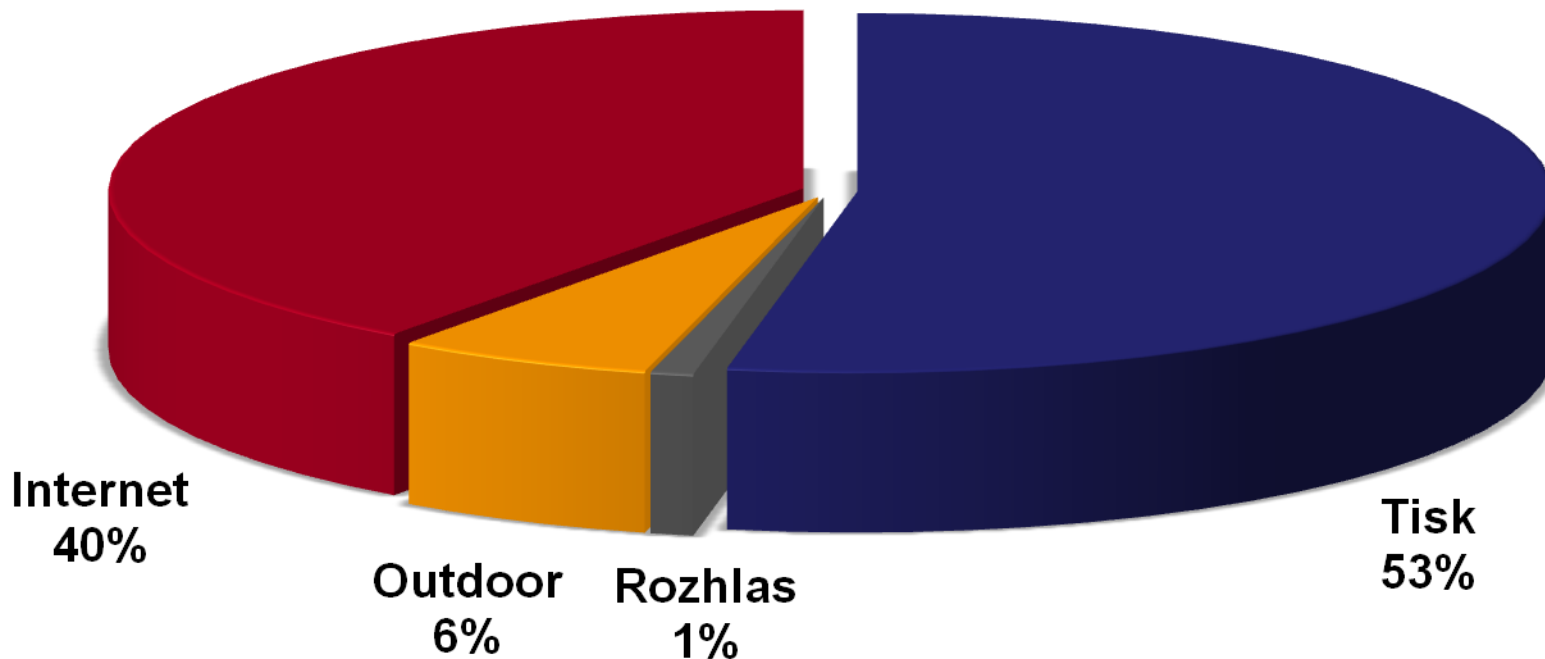


Product	Media type	10	11	12	13	14	15	16	18	19	21	22		
"Praha - Žižkov"	Tisk region Praha												Celkem	
		Tisková kampaň											Tisková kampaň	
	Rozhlas ĚRo		10	8				8			7	6	spotů	39 spotů
	Rozhlas MMS, 12 stanic		40	35	34	34	34	33	28	24			spotů	234 spotů
	Internet banners		5 610 000 impresí											5 610 000 impresí
	Internet PPC		PPC kampaň											PPC kampaň
	Outdoor - MHD Letáky A3		550 ploch											550 ploch
	Outdoor - MHD Metro		440 ploch											440 ploch



# Mediální mix – Praha a střední Čechy

Mediální mix komunikačních aktivit je vyvážený tak, aby zasáhl **nejširší spektrum cílové skupiny**.



Zdroj: TBWA\Praha, 2009

# Direct Mailing na STA

- Adresný direct mailing směřoval na **představititele bytových družstev a sdružení vlastníků bytových jednotek.**
- Celkem **7 500** adres v územní oblasti **Praha** a **1 720** adres ve **středních Čechách.**
- Zejména **problematika STA**



# Road Show - Digihlídky

- Starostové obcí měli možnost **ZDARMA** si objednat „**Digihlídky**“ do své obce.
- V rámci kontaktní kampaně byly rozdány **desetitisíce** tiskových materiálů
- Osloveny byly **statisíce obyvatel**.
- Kontaktní kampaň si získala velkou odezvu také díky možnosti poskytovat základní individuální rady přímo od speciálně proškolených promotérů.



# Digihlídky v Metru

- **Kampaň k vypínání vysílače Praha Cukrák byla posílena i o další digihlídky v pražském metru.**



# Centra pro handicapované

- Speciální informační centra, která pomáhají s přechodem na digitální televizní vysílání handicapovaným občanům, navštívilo již **více než**

**1500** osob.

- **V Praze a Středočeském kraji je zřízeno 12** takových center.
- Praha, Mladá Boleslav, Mělník, Kladno, Rakovník, Rudná u Prahy, Beroun, Příbram, Benešov, Kutná Hora, Kolín, Nymburk.



# Webové stránky pro handicapované

## ■ [www.ozp-digitalne.cz](http://www.ozp-digitalne.cz)



The screenshot shows the homepage of the website. At the top left is a cartoon robot character in a wheelchair. Next to it is the logo "OZP Digitálně.CZ" with the tagline "POMÁHÁME S PŘECHODEM NA DIGITÁLNÍ TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ OSOBÁM SE ZDRAVOTNÍM POSTIŽENÍM". To the right is the "přecházíme na digitální tv" logo. Below the header is a red navigation bar with five items: (1) Úvod, (2) Návod, (3) Kdy u nás?, (4) Otázky a specifika, and (5) Kontakty. The main content area features five orange boxes, each representing a service: "SEMINÁŘE PRO OZP" (with subtext "Kdy a kde se konají semináře?"), "INFOCENTRA PRO OZP" (with subtext "Kde najdete naše infocentra?"), "TISKOVINY PRO OZP" (with subtext "Kde si přečtete důležité informace?"), "ASISTENCE PRO OZP" (with subtext "Pomoc při instalaci set-top-boxu"), and "INFORMÁTOŘI PRO OZP" (with subtext "Certifikování informátoři"). Below this is a text block starting with "Občanské sdružení [Trianon Čechy](#) [nové okno] se pro rok 2009 stalo projektovým manažerem informační kampaně ve vztahu k OZP. V rámci informačního, poradenského a pomocného servisu pro tuto cílovou skupinu vznikly i tyto stránky jako specifická nástavba k [www.digitalne.tv](http://www.digitalne.tv) [nové okno].". The browser status bar at the bottom shows "Hotovo", "Internet | Chráněný režim: Zapnuto", and "100%".

# Public Relations

Od ledna 2009:

- Více než **60** tiskových zpráv
- Více než **20** rozhovorů v primárních médiích
- Více než **2000** mediálních výstupů

# Mobilní marketing

- Rozeslání cca **450 000 SMS zpráv** v územní oblasti Praha a ve středních Čechách s informací o vypínání analogového vysílání z vysílače Praha Cukrák.





# Další aktivity

- Tiskové i elektronické **informační materiály**
- Probíhá komunikace s **dalšími organizacemi a sdruženími** (např. ASE)
- Celková **dokumentace** kampaně
- Diskusní **chaty**
- Příprava tisku **poštovních známek**
- Články v **časopisech pro ženy**  
apod.



# Týden po vypnutí analogu

Vážení diváci, analogové zemské vysílání ČT1 z vysílače Praha Cukrák, které jste dosud sledovali na tomto kanálu, skončilo.

Vypnutí veškerého analogového televizního vysílání z tohoto vysílače k 31. říjnu 2009 ukládá všem vysílatelům nařízení vlády č. 161/2008 Sb., o Technickém plánu přechodu zemského analogového na digitální televizní vysílání.

ČT : Více informací o digitalizaci České televize na [www.digict.cz](http://www.digict.cz), v teletextu ČT1 - strana 650 a v Diváckém centru ČT telefon 261 137 474 (denně 7.30 - 20.00 hodin).

Informace o digitalizaci v České republice poskytuje Národní Koordinační Skupina na oficiálním informačním webu k přechodu na digitální TV vysílání [www.digitalne.tv](http://www.digitalne.tv) a na infolince 800 90 60 30.

# Informovanost o digitalizaci

- Proveden výzkum informovanosti v územní oblasti Praha a střední Čechy
- Realizace: **1 měsíc před vypnutím zemského** analogového televizního vysílání
- Vzorek **600 respondentů**
- Výsledek potvrdil předchozí výzkumná šetření:

**O přechodu na digitální TV vysílání je**

**informováno 95 % obyvatel** ve věku 15+

**85% obyvatel** hodnotí kampaň jako dobrou či velmi dobrou

**Pouhých 8% respondentů** měsíc před vypnutím s přechodem váhalo.

# VYPÍNÁME

**31. 10. 2009**

dojde k vypnutí zemského analogového vysílání  
z vysílače

**Praha Cukrák**





přecházíme na  
**digitální tv**

Infolinka:

**800 90 60 30**

**[www.digitalne.tv](http://www.digitalne.tv)**