

Zápis z 24. zasedání Národní koordinační skupiny **pro digitální vysílání v ČR ze dne 16. 12. 2008**

doba konání: 15:00 - 17:00 hod. na MV v budově Centrotexu

Přítomní členové a hlasující alternáti:

Ing. Zdeněk Duspiva, předseda NKS, národní koordinátor pro digitální vysílání v ČR
JUDr. Petra Smolíková, místopředsedkyně NKS za MK
Ing. Jan Duben, místopředseda NKS za MPO
Tomáš Vrbík, člen NKS za MV
Ing. Zdeněk Musil, CSc., člen NKS za MŽP
PhDr. Pavel Dvořák, CSc., člen NKS za ČTÚ
Ing. Karel Staněk, člen NKS za MPO
Václav Žák, člen NKS za RRTV
Mgr. Luděk Schneider, alternát za MK
Ing. Pavel Kalina, alternát NKS za MF

Přítomní alternáti bez hlasovacího práva:

Ing. Vladimír Hejkal, alternát NKS za MV, Organizační výbor NKS
Ing. Jiří Duchač, alternát NKS za ČTÚ

Hosté:

Mgr. Karel Lux, zástupce za MPSV
Ing. Václav Kasík, generální ředitel Českého rozhlasu

Organizační výbor NKS:

Denisa Hrabáková, vedoucí OV NKS

Zasedání řídil předseda NKS a národní koordinátor Ing. Zdeněk Duspiva a podle programu byly projednány tyto body:

1. Zahájení

2. Aktuální informace

Předseda NKS informoval o:

- programu 24. zasedání NKS
- praktické spolupráci v rámci uzavření Dohody s ČT ze září 2008. Uzavření kontraktů s dodavateli dle výběrových řízení na dílčí zakázky a vyhlášení veřejné soutěže na mediální část kampaně (včetně zveřejnění ve Věstníku). Spuštění dalších prvků kampaně - po zkušebním provozu byl 4. 12. zahájen provoz bezplatné info linky a stejného dne také webový projekt www.digitalne.tv
- Odkazy na oficiální web a linku budou dle dohody a dle možností umístěny a využívány všemi státními orgány. Projekt bude mít v lednu PR podporu.

- Technická skupina NKS vydala D-book (ČTÚ) a aktualizované doporučení ke konverzi společných televizních antén („STA“) pro vysílání DVB-T.
- RRTV udělila digitální licenci NOVA Cinema, v lednu startuje nová digitální televize TV Barrandov.
- NKS obdržela návrh rozpočtu účtu pro rok 2009 od České televize, který nově obsahuje návrh na zdanění příjmů účtu - ČT dosud k této věci neobdržela závazné stanovisko příslušných orgánů. Bude řešeno dále, včetně možných úprav návrhu - termín pro podání do vlády je únor 2009.
- Digitální rozhlas - legislativní návrhy - zasedání výborů až v lednu (podvýbor pro mediální legislativu PSP a kulturní výbor PSP).

3. Informační kampaň

- Stav informační kampaně
- Realizace pilotních projektů
- Dílčí projekty - informace, byla vyhlášena soutěž na dodavatele komplexních PR služeb a podpory kampaně a jejích prvků (realizace od ledna 2009)
- Návrh rozpočtu na další fáze
- Veřejná soutěž na mediální část kampaně byla vyhlášena vč. zveřejnění ve Věstníku. Komise bude kromě předsedy a místopředsedů NKS doplněna o další odborníky a zástupce České televize.
- Strategie pro komunikaci a Projekty informační kampaně k přechodu na televizní digitální vysílání (podrobný plán) - diskuze k předloženému dokumentu, který upřesňuje a rozpracovává prvky kampaně a věcné zadání pro soutěže na dodavatele služeb, včetně časového harmonogramu a návrhu struktury a rozsahu rozpočtu.
- Nabídka ze strany Digikoalice na komerční spolupráci (zájmové sdružení právnických osob Koalice pro digitální televizní vysílání).

Usnesení: Národní koordinační skupina pro digitální vysílání v České republice

a) schvaluje materiál „Projekty informační kampaně k přechodu na televizní digitální vysílání“ (podklady pro realizaci projektů) se strukturou projektů, návrhem rámcového rozpočtu a věcného zadání.

Hlasování NKS

Počet přítomných hlasujících členů NKS - 10

PRO – 10

PROTI – 0

ZDRŽELO - 0

Usnesení: Národní koordinační skupina pro digitální vysílání v České republice

- b) neakceptuje předloženou nabídku na komerční spolupráci s Koalicí pro digitální televizní vysílání z důvodu nesouladu se zákonným a věcným rámcem kampaně.
- c) pověřuje předsedu NKS k dalším jednáním o možnostech spolupráce s Koalicí v rámci a v souladu s celkovou strategií kampaně.

Hlasování NKS

Počet přítomných hlasujících členů NKS - 10

PRO – 10

PROTI – 0

ZDRŽELO - 0

4. Technická asistence specifickým skupinám a institucím

Diskuze k předložené specifikaci zařízení a institucí a alternativám možných praktických řešení. Probíhají aktivity ve spolupráci s o. s. Trianon pro specifické skupiny obyvatel se zdravotním postižením, za součinnosti a Národní radou zdravotně a tělesně postižených.

Závěr: Výzva MPSV o určení kompetentního zástupce pro pracovní jednání v součinnosti s NKS a schválenou strategií k dořešení realizace praktické podpory a asistence specifických skupinám a institucím. Jednání se uskuteční počátkem ledna 2009.

5. Zpráva pro vládu o činnosti NKS v roce 2008

Předseda předložil NKS návrh finálního materiálu se zpracovanými připomínkami. Diskuze nad návrhy dílčích úprav, které byly akceptovány a budou do finální verze spolu s legislativně-technickými úpravami zpracovány.

Usnesení: Národní koordinační skupina pro digitální vysílání v České republice

a) schvaluje materiál „Zpráva o činnosti NKS“

b) pověřuje předsedu NKS jejím předložením (prostřednictvím MV) do vlády

Hlasování NKS

Počet přítomných hlasujících členů NKS - 10

PRO – 10

PROTI – 0

ZDRŽELO - 0

6. Problematika digitálního rozhlasu a legislativa

Zástupci Českého rozhlasu v čele s generálním ředitelem Ing. V. Kasíkem. Hosté z ČRo informovali NKS o materiálu „Návrh změny zákona o Českém rozhlasu“ a následně podali aktuální informace o „Strategii ČRo pro zemské digitální vysílání – rok 2008 a dále“ (viz podklady pro jednání NKS). Diskuze proběhla kolem plánovaných legislativních úprav ve věci digitalizace a aktuálních změn a potřeb z pohledu ČRo. Některé navrhované změny zatím nemají širší podporu.

Závěr:

K dořešení sporných oblastí návrhů se sejde separátní pracovní skupina NKS se zástupci ČRo, dle časových možností počátkem roku 2009.

7. Různé

- Návrh „Rozpočet účtu (užití) výnosu z reklam na rok 2009“ – jednání přerušeno (poslat elektronicky finální návrh všem členům NKS před příštím zasedáním).
- Legislativa - NKS se bude aktuálními návrhy na úpravy mediální a další legislativy věnovat podrobně na dalším zasedání NKS.
- Výzva pro členy NKS k účasti ve výběrových komisích.
- Příprava na jednání Řídícího výboru NKS pro informační kampaň a účast za NKS. Jednání je plánováno na konec ledna 2009.

Další jednání NKS bude svoláno koncem ledna 2009.

Zapsala: Denisa Hrabáková
vedoucí OV NKS

Schválil: Ing. Zdeněk Duspiva, v.r.
předseda NKS

**NKS
2009**

**Projekty informační kampaně k přechodu na
televizní digitální vysílání**

Podklady pro realizaci projektů

Aproximativní rozpočet

Aktivita	Termín realizace	Lokalita	Rozpočet (Kč bez DPH)
<i>Infolinka</i>	12. 2008 - 12. 2009	ČR	2 000 000
<i>Infoweb</i>	12. 2008 - 12. 2009	ČR	2 000 000
Mediální kampaň	2 -10. 2009	ČR, PHA, PLZ	30 000 000
Public Relations	1 - 12.2009	ČR	2 000 000
Letákové akce	2 - 10. 2009	PHA / PLZ	5 000 000
Komunikace se samosprávou	3. 2009	PHA / PLZ	2 000 000
Promotion	3 - 10. 2009	PHA, PLZ	2 000 000
Semináře/roadshow	2 - 10. 2009	PHA, PLZ, (ČR)	2 000 000
Informační materiály	2 - 12. 2009	ČR	5 000 000
Ostatní	1 - 12. 2009	ČR	10 000 000
Celkem rozpočet 2008 - 2009			62 000 000

ČR - celá ČR / PHA - Praha a okolí / PLZ - Plzeň a okolí

Mediální kampaň

Forma výběru dodavatele:	Veřejné výběrové řízení
Cenový rozsah (budget):	30.000.000,- CZK
Termín vypsání:	28. 11. 2008
Termín výběru :	17. 12. 2008
Termín realizace:	1. 1. – 31.10. 2009
Popis projektu:	Mediální kampaň pro vytvoření širokého povědomí o přechodu na televizní digitální vysílání u obyvatelstva
Geografické zacílení:	Regionální (Praha, Plzeň) s celostátním přesahem (zejména dle regionů, kde se vysílá digitálně)
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Vytvořit široké povědomí o přechodu na digi tv 2) Informovat o výhodách 3) Informovat o tom, co udělat pro přechod na digitální vysílání 4) Informovat o dalších informačních zdrojích 5) Posílit informovanost před vypnutím analogového digitálního vysílání
Cílová skupina:	<p>Primární: Obyvatelstvo 15 + v regionu Praha a okolí / Plzeň a okolí</p> <p>Sekundární: Obyvatelstvo ČR 15+</p>
Požadavky na řešení mediální kampaně:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Zpracování kreativního sdělení s využitím loga přechodu na digitální tv vysílání a jednotného motivu komunikace (Digiboy) 2) Produkce a postprodukce reklamních formátů 3) Mediální strategie 4) Mediální plán (mediamix) 5) Nákup médií 6) Umístění formátů do médií 7) Monitoring a kontrola průběhu kampaně
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Cílem projektu je vytvořit ucelené kreativní sdělení integrující motiv, logo, vizuální a obsahové sdělení. Zejména důležité je vytvoření textového sdělení – apelu a sloganu celé kampaně - (s předpokladem využití do roku 2012).</i></p> <p><i>Požadavkem na kreativní řešení je celkové zpracování jednotného, účinného a nezaměnitelného sdělení, které bude splňovat cíle komunikace.</i></p> <p><i>Komunikace by měla zaujmout ve smyslu "digitalizace se nyní týká i mne", „jaké výhody dostanu..." a kde mohou získat více informací – web a infolinka.</i></p> <p><i>Mediální plán by měl zahrnovat zásah a frekvenci zásahu, tak aby bylo co nejlepší využití určených finančních prostředků.</i></p> <p><i>Kulminace kampaně by měla korespondovat s plánovanými termíny ukončení analogového televizního vysílání. Lze očekávat, že významné procento obyvatelstva bude nechávat přechod na televizní digitální vysílání na poslední chvíli, a bude třeba vytvořit, co největší povědomí o ukončení analogového tv vysílání v Praze a Plzni.</i></p>	

(Cílem komunikace není řešit „Kdo mi to zajistí?“. Tyto informace, vyžadují jiný typ komunikačních formátů a budou řešeny v rámci jiných projektů.)

Doporučené kvalifikační kritéria:	<ul style="list-style-type: none"> • Obecné kvalifikační předpoklady • Kritérium připravenosti – rezervace mediálních prostorů? • Zkušenosti uchazeče • Odborná způsobilost uchazeče
Hodnotící kritéria:	<ul style="list-style-type: none"> • Výše nabídkové ceny • Kvalita kreativního konceptu • Kvalita mediální strategie • Míra efektivity vložených financí • (Připravenost - mediálního plánu rezervace u médií) - <i>bude posouzeno</i> • (Sankce) - <i>bude posouzeno</i>
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D

Public Relations

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	8. 12. 2008
Termín výběru :	22. 12. 2008
Termín realizace:	1. 1. 2009 – 31. 12. 2009
Popis projektu:	Péče o publicitu projektu digitalizace
Geografické zacílení:	Celá ČR (z důrazem na lokality, kde bude analogové tv vysílání ukončováno)
Cíl aktivit:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o vypnutí analogového tv vysílání 2) Informovat o všech relevantních informacích přechodu na digi tv 3) Efektivní komunikace s médii a rozvoj pozitivní publicity problematiky v co jen nejširším spektru 4) Důraz na medializaci přechodu na digi tv v regionech Praha a Plzeň
Typ aktivit:	<p>Průběžný servis zahrnující:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vytváření okruhů publicity • tvorba tiskových zpráv • Media Relations (rozvoj vztahů s médii) • distribuce tiskových zpráv • mediální poradenství • základní podpora v eliminaci negativních mediální reakcí v problematice přechodu na digitální tv • ostatní práce v rovině PR
Typy výstupů:	<ul style="list-style-type: none"> • Tiskové zprávy • Press kity • Press info letáky • Vyhodnocování spolupráce s médii • další
Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:	
<p><i>Činnost Public Relations agentury by měla být základním informačním pilířem komunikačních aktivit přechodu na televizní digitální vysílání. Cílem je zejména pravidelná, předpokládaná týdenní, činnost vydávání a distribuce tiskových zpráv informujících o aktualitách a aktuálních bodech přechodu. Činnost by měla výrazně podpořit zájem médií o problematiku a poskytovat mediím řadu inspirativních i konkrétních podkladů pro pozitivní publicitu.</i></p> <p><i>Předpokládanou součástí činnosti je rovněž sjednávání interview se zástupci NKS a poskytování schválených informací mediím (výzkumy, interpretace, termíny, atd.). Důležitou součástí činnosti je zejména poskytování informací při případných technických a faktických změnách v TPP apod.</i></p> <p><i>Vlastní koordinace a řízení činnosti by mělo probíhat v synergii s výstupy a aktivitami poradenské agentury.</i></p>	

Letáková akce 1(DM)

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	20. 2. 2009
Popis projektu:	Letáková informační akce (neadresný Direct Mailing) do schránek domácností v Praze a okolí
Geografické zacílení:	Regionální – Praha
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o vypnutí analogového tv vysílání (Praha – Žižkov) 2) Informovat o variantách přechodu na digi tv a možnostech příjmu 3) Odkazy na další informační zdroje
Cílová skupina:	Obyvatelstvo (domácnosti) Prahy a Středočeského kraje v rozsahu vysílače
Složky plnění:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a obsahové řešení • Výběr formátu tiskoviny • Zajištění tisku • Zajištění distribuce
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Účinnost kreativního řešení • Efektivita distribuce • Rychlost řešení
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Navržení informační tiskoviny, která bude distribuována do schránek domácností tak, aby byla zajištěna informovanost všech domácností v lokalitě (také z důvodu plnění informační povinnosti pro obyvatele nesledující příliš média).</i></p> <p><i>Tiskový materiál musí zaujmout a poskytnout nejdůležitější informace a odkazy na další informační zdroje. Materiál by měl být distribuován v souvislosti s potvrzením pevného termínu ukončení analogového televizního vysílání daného vysílače. Tiskovina musí být v souladu s grafickým stylem kampaně (logo a motiv).</i></p> <p><i>Pozn.: diskutovat – zajištění distribuce Českou poštou</i></p>	

Letáková akce 2(DM)

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	1.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	15. 6. 2009 (před letními prázdninami)
Popis projektu:	Letáková informační akce (neadresný Direct Mailing) do schránek domácností v Plzni a okolí
Geografické zacílení:	Regionální – Plzeň
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o vypnutí analogového tv vysílání (Plzeň - Krašov) 2) Informovat o variantách přechodu na digi tv a možnostech příjmu 3) Odkazy na další informační zdroje
Cílová skupina:	Obyvatelstvo (domácnosti) Plzně a okolí v rozsahu vysílače
Složky plnění:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a obsahové řešení • Výběr formátu tiskoviny • Zajištění tisku • Zajištění distribuce
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Účinnost kreativního řešení • Efektivita distribuce • Rychlost řešení
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Navržení informační tiskoviny, která bude distribuována do schránek domácností tak, aby byla zajištěna informovanost všech domácností v lokalitě (také z důvodu plnění informační povinnosti pro obyvatele nesledující příliš média).</i></p> <p><i>Tiskový materiál musí zaujmout a poskytnout nejdůležitější informace a odkazy na další informační zdroje. Materiál by měl být distribuován v souvislosti s potvrzením pevného termínu ukončení analogového televizního vysílání daného vysílače. Tiskovina musí být v souladu s grafickým stylem kampaně (logo a motiv).</i></p> <p><i>Pozn.: diskutovat – zajištění distribuce Českou poštou</i></p>	

Letáková akce 3(DM)

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	1. 9. 2009
Popis projektu:	Letáková informační akce (neadresný Direct Mailing) do schránek domácností v Praze a okolí
Geografické zacílení:	Regionální – Praha
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o vypnutí analogového tv vysílání (Praha – Cukrák) 2) Informovat o variantách přechodu na digi tv a možnostech příjmu 3) Odkazy na další informační zdroje
Cílová skupina:	Obyvatelstvo (domácnosti) Prahy a Středočeského kraje v rozsahu vysílače
Složky plnění:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a obsahové řešení • Výběr formátu tiskoviny • Zajištění tisku • Zajištění distribuce
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Účinnost kreativního řešení • Efektivita distribuce • Rychlost distribuce
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Navržení informační tiskoviny, která bude distribuována do schránek domácností tak, aby byla zajištěna informovanost všech domácností v lokalitě (také z důvodu plnění informační povinnosti pro obyvatele nesledující příliš média).</i></p> <p><i>Tiskový materiál musí zaujmout a poskytnout nejdůležitější informace a odkazy na další informační zdroje. Materiál by měl být distribuován v souvislosti s potvrzením pevného termínu ukončení analogového televizního vysílání daného vysílače. Tiskovina musí být v souladu s grafickým stylem kampaně (logo a motiv).</i></p> <p><i>Pozn.: diskutovat – zajištění distribuce Českou poštou</i></p>	

Komunikace se samosprávou

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	1. 3. 2009
Popis projektu:	<ul style="list-style-type: none"> a) Direct Marketing – adresný infomail do schránek všech obcí a městských částí v ČR b) Telemarketing starostům obcí a městských částí nad 1000 obyvatel
Geografické zacílení:	Celá ČR
Cíl projektu:	<ul style="list-style-type: none"> a) Informovat zástupce samosprávy o přechodu na tv digi vysílání v jejich regionu b) Poskytnout základní informační letáky pro nástěnky a texty pro místní zpravodaje c) Informovat o informačních zdrojích d) Ověřit přijetí materiálů, zájem a informovanost formou aktivního telemarketingu
Cílová skupina:	Představitelé samosprávy (zejm. starostové obcí a městských částí/magistráty u velkých měst)
Složky plnění:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a textové řešení (dopis a infomateriály) • Tisková produkce • Zajištění databází • Zajištění adresné distribuce • Aktivní telemarketing • Závěrečná zpráva - report
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Účinnost kreativního řešení • Efektivita distribuce • Call skript pro TM
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:	
<p><i>S ohledem na zkušenosti (např. kampaň České televize), že se jeví neefektivní realizovat pro tuto cílovou skupinu semináře a školení, je forma přímé komunikace nejúčinnějším nástrojem, jak představitelé samosprávy efektivně informovat. První fáze představuje plošnou distribuci DM – balíčku; druhá fáze telemarketing na příjemce a ověření přijetí zásilky (informací) a zejména zajištění feedbacku (jejich zájem o problematiku) a zajištění základní informovanosti o informačních kanálech (infolinka a web). Celkově bude sloužit jako průzkum současných postojů a informovanosti o procesu přechodu na televizní digitální vysílání v jednotlivých oblastech.</i></p> <p><i>Pozn.: jednotlivé materiály by se měli lišit dle oblastí (viz. TTP)</i></p>	

Promotion Aktivitty

Forma výběru dodavatele:	výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	3. 2009 - 10. 2009
Popis projektu:	Realizovat kontaktní reklamní aktivity tak, aby mohli občané dostat individuální informace a konzultovat své technické řešení přímo v lokalitě bydliště apod.
Geografické zacílení:	Praha, Středočeský kraj, Plzeň a okolí
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat individuálně obyvatele přímo v jednotlivých lokalitách 2) Zaujmout svou formou 3) Distribuce informačních materiálů 4) Demonstrovat různé formy zapojení vč. STA 5) Umožnit propojení na specialisty
Cílová skupina:	Primární: Obyvatelstvo ČR 15+ Důraz na obyvatele 60+ (zejm. singles)
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Kreativní koncept • Mechanika • Tourplan
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Cílem je poskytnout propojení se specializovanými demonstracemi (např. formou prezentačního kamionu apod.) a službami specialistů, kteří budou schopni nezávisle poradit konkrétní technická řešení.</i></p> <p><i>Na místa dle tourplanu bude moci být odkazováno z infolinky.</i></p> <p><i>Důležité bude splnění nezávislosti a neutrality vůči platformě a dalším technickým řešením. Zde je třeba definovat nezávislý klíč poradenství, který je však v praxi nejdůležitější (viz. struktura dotazů infolinky České televize)</i></p>	

Semináře/Road Show

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	2.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	2.-10. 2009
Popis projektu:	Zajištění programu seminářů specialistů pro obyvatele, kteří chtějí konzultovat vlastní řešení
Geografické zacílení:	Oblasti s vypínáním analogového tv digi vysílání (Praha a okolí; Plzeň a okolí)
Cíl projektu:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Informovat o technických možnostech zapojení konkrétních zařízení 2) Neutrálně informovat o platformách příjmu 3) Nabídnout individuální konzultace v lokalitě bydliště
Cílová skupina:	Primární: Obyvatelstvo ČR 15+ Důraz na obyvatele 60+
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Návrh technického týmu / přednášející / konzultanti • Mechanika a zabezpečení míst přednášek ('infopointy') nebo mobilní prostory či zvolené lokality • Připravenost realizace • Systém zachování neutrality
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C • D
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Praxe poukazuje, že schopnost poskytovat konkrétní informace a přiblížit se obyvatelům resp nabídnout jim možnost nezávislých konzultací a názorů bude hrát velmi významnou roli.</i></p> <p><i>Důležitým faktorem je možnost komunikovat konkrétní poradenství v rámci web stránek a infolinky, čímž bude zabezpečen dostatečný „follow up“ pro všechny občany, kteří hledají a požadují detailní informace.</i></p>	

Informační materiály

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	5.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	2.-10. 2009
Popis projektu:	Zabezpečení dostatečného počtu informačních materiálů (tiskových a elektronických)
Geografické zacílení:	Celá ČR a důrazem na Prahu a Plzeň
Cíl projektu:	1) Zabezpečit relevantní tiskoviny pro veškeré komunikační aktivity 2) Zabezpečit vzorové multimediální pořady ve smyslu „co a jak a kdo mi to zajistí“
Cílová skupina:	Primární: Obyvatelstvo ČR 15+?? Sekundární: Obyvatelstvo v regionu Praha a okolí / Plzeň a okolí
Činnost zahrnuje:	<ul style="list-style-type: none"> • Grafické a textové zpracování materiálů • Tiskovou produkci • Dopravu • TV produkci a postprodukci • Scénáře a koncepci • Technické a personální zabezpečení
Využití tiskových a elektronických materiálů	<ul style="list-style-type: none"> • při promotion • při seminářích • pro potřeby státní správy a samosprávy • pro distribuci na vybraných místech • ostatní
Hlavní kritéria výběru dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Kreativní řešení • Vzájemná provázanost materiálů
Doporučení dodavatele:	<ul style="list-style-type: none"> • A • B • C
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<p><i>Dostatek informačních tiskovin se jeví jako nevyhnutelný. V rámci Prahy je třeba zvažovat připravenost na neadresnou distribuci například formou vkládané inzerce (otázka míry informovanosti před vypnutím). (Forma např. DIGINOVIN apod. bude jistě ještě diskutována i s ohledem na zadání) V rámci zadání předpokládáme možnost oddělit tiskoviny a elektronické materiály</i></p>	

Ostatní

Forma výběru dodavatele:	Výzva
Cenový rozsah (budget):	10.000.000,- CZK
Termín vypsání:	1. 1. 2009
Termín výběru :	15. 1. 2009
Termín realizace:	1 – 12. 2009
Popis projektu:	Ostatní podpůrné aktivity
Geografické zacílení:	Celá ČR / nebo vybrané regiony
Cíl projektu:	Podpořit komunikaci přechodu na digi tv v rámci samostatného pojetí nebo v návaznosti na již existující projekt
Cílová skupina:	Dle typu projektu
Ukázky aktivit:	<p>Marketingové aktivity:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Výukové listy „digitální tv vysílání“ pro střední školy • Virální marketing (např. formou hry na webu) • Internetové projekty • Reklamní předměty • Databáze specifických cílových skupin (Database Marketing) • Další návrhy <p>Podpůrné aktivity:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poradenství • Analýzy a monitoring • Ostatní podpora
Hlavní kritéria výběru aktivity:	<ul style="list-style-type: none"> • Cenová efektivita nabídky • Plnění cílů komunikace • Specifikum zásahu CS • Odlišnost řešení vůči již existujícím aktivitám • Originalita
<i>Základní popis aktivit očekávaných od dodavatele:</i>	
<i>Dle typu aktivity – bude rozpracováno.</i>	