

Zápis z 30. zasedání Národní koordinační skupiny

pro digitální vysílání v ČR ze dne 8. 10. 2009

doba konání: 16:00 - 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
Ing. Karel Staněk, člen NKS za MPO
Mgr. Milan Bouška, člen NKS za RRTV
Ing. Zdeněk Musil, CSc., alternát NKS za MŽP
Ing. Pavel Kalina, alternát NKS za MF
Ing. Jiří Duchač, alternát za ČTÚ
Ing. Vladimír Hejkal, alternát člena MV
Mgr. Luděk Schneider, alternát za MK

Přítomní alternáti bez hlasovacího práva:

Mgr., MgA. Zuzana Chudomelová, alternátka člena MPO

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 a aktuální informace

- Náměstek ministra vnitra (místopředseda NKS) Mgr. Z. Zajíček rezignoval na post náměstka ministra vnitra pro veřejnou správu, informatiku, legislativu a archivnictví.
- V současnosti probíhají jednání o možnostech urychlení procesu digitalizace jako celku i v dílčích termínech, a to za účasti NKS a jejích členů. Stanoviska a motivy jednotlivých účastníků jsou zatím odlišné, navíc komplikované smluvními vztahy a dalšími závazky. Platný TPP i beze změn umožňuje urychlení termínů v případě dohody televizí.
- Vypnutí analogu v Plzni proběhlo bez potíží, diváci byli dobře informováni a připraveni a ani následné ohlasy nesignalizují nějaké závažné potíže. Negativem bylo rozhodnutí TV NOVA několik hodin před vypnutím analogu o pokračování vysílání v oblasti M. Lázní a Domažlic.
- V současnosti graduje informační kampaň před vypnutím analogu z vysílače Praha Cukrák (31. 10. 2009), zejména se zaměřením na mimopražské oblasti. Průzkum mj. potvrzuje trendy známé z jiných oblastí před vypnutím.
- Probíhá příprava na další fáze kampaně, včetně dokončení již vypsanych soutěží a přípravy dalších, především pro oblast Sušice a v souladu s návrhem rozpočtu i pro další oblasti – bude upřesněno a projednáno dle výsledné podoby rozpočtu.

- Výběrová řízení v rámci nadlimitních zakázek proběhla v pořádku, pouze s jedinou námitkou, která byla zodpovězena (námitka společnosti Mediaservis k soutěži na Infolinku). V současnosti probíhá finalizace smluvních vztahů s vítěznými dodavateli tak, aby mohly být zakázky plněny v termínu od 1. ledna 2010. Do konce října bude vyhodnocena soutěž na projektového manažera pro OZP – termín plnění od 1. 1. 2010.
- Členové NKS obdrželi návrh pracovní verze koncepce a souhrn požadavků na rozpočet informační kampaně až do roku 2012.
- Jednání o možnostech novely TPP:
 - Zástupce ČTÚ (p. Duchač) informoval o jednání s dotčenými subjekty o možnostech úprav termínů v TPP.
 - Místopředseda NKS Jan Duben upozornil, že v případě zkrácení souběhu analogového a digitálního vysílání je potřeba počítat s dopadem na státní rozpočet.

2. Rozpočet účtu České televize pro užití výnosu z reklam na rok 2010

Předseda NKS předložil poupravený návrh rozpočtu účtu ČT s komentářem o průběhu a výsledcích jednání s Českou televizí na základě předchozího jednání NKS a nechal hlasovat k usnesení NKS.

Usnesení: Národní koordinační skupina pro digitální vysílání v České republice **souhlasí s návrhem Rozpočtu účtu ČT na rok 2010.**

Hlasování NKS – schváleno jednomyslně

Počet přítomných hlasujících členů NKS - 10

PRO	– 10
PROTI	– 0
ZDRŽELO	– 0

3. Dílčí rozpočet pro informační kampaň v územní oblasti Sušice

Předseda NKS předložil návrh dílčího rozpočtu pro územní oblast Sušice (ASO únor 2010), která byla již částečně pokryta kampaní v rámci západních Čech v souvislosti s vypínáním vysílače Krašov a nechal hlasovat k usnesení NKS. Náklady budou částečně čerpány z rozpočtu pro letošní rok s doplněním v rámci rozpočtu pro rok 2010. Kampaň naváže na dosavadní projekty s regionálními prvky od podzimu 2009.

Usnesení: Národní koordinační skupina pro digitální vysílání v České republice **schvaluje základní rozpočet a strukturu dílčí části informační kampaně pro územní oblast Sušice.**

Hlasování NKS – schváleno jednomyslně

Počet přítomných hlasujících členů NKS - 10

PRO	– 10
PROTI	– 0
ZDRŽELO	– 0

4. Mimořádná zpráva NKS pro vládu před vypnutím analogu v Praze

Předseda NKS předložil návrh mimořádné zprávy NKS a informoval o tom, že tento materiál bude předložen vládě opět bez usnesení, pouze pro informaci.

Usnesení: Národní koordinační skupina pro digitální vysílání v České republice **schvaluje Mimořádnou zprávu NKS – vypnutí zemského analogového televizního vysílání z vysílačů velkého výkonu v územní oblasti 31. října 2009 - pro informaci vládě**

Hlasování NKS – schváleno jednomyslně

Počet přítomných hlasujících členů NKS - 10

PRO – 10

PROTI – 0

ZDRŽELO – 0

5. Různé

- Velvyslanec Tuniské republiky Kamel Haj Sassi se dopisem ze dne 22. 7. 2009 obrátil na předsedu NKS s žádostí o přijetí delegace složené z odborníků Ministerstva pro komunikaci a vztahy s Poslaneckou sněmovnou a Komorou poradců a odborníků tuniské televize. Projevili zájem o české zkušenosti v oblasti digitální televize (zejména o technické a právní aspekty).
Závěr: NKS odeslala dne 22. 9. kladnou odpověď.
- Nám. Smolíková (MK) informovala přítomné o návrhu zákona o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, který čeká na projednání v PSP.
- Místopředseda Duben informoval o tom, že novela ZEKu bude podána ve shodném znění, jako původní vládní návrh novely, který byl v souvislosti s koncem mandátu vlády a zkrácením funkčního období PSP stažen z projednávání na jaře 2009.

Přílohy:

- Zpráva NKS pro vládu – Praha Cukrák
- Návrh rozpočtu účtu pro rok 2010
- Informační kampaň pro územní oblast Sušice

Další jednání NKS bude svoláno dle aktuálního vývoje.

Zapsala: Denisa Hrabáková
vedoucí OV NKS

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

Příloha 1

Mimořádná zpráva

Národní koordinační skupiny pro digitální vysílání v České republice

Vypnutí zemského analogového televizního vysílání z vysílačů velkého výkonu v územní oblasti Praha 31. října 2009.

Obsah:

A. Popis stávajícího stavu a vývoje.....	5
B. Přílohy	8

A. Popis stávajícího stavu a vývoje

I. Aktuální stav

V souladu s 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 „NV TPP“), a se 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 „digi novela“), postupný přechod na digitální televizní vysílání (dále jen „DTV“) probíhá v příslušných regionech. Územní oblasti, kde dojde k vypnutí zemského analogového televizního vysílání z vysílačů velkého výkonu (dále jen „ATV“), se stane územní oblast Praha. Vypnutí ATV z vysílačů velkého výkonu se dotkne oblastí, které dnes pokrývá zejména vysílač velkého výkonu Praha Cukrák. Od prosince 2008 byla zahájena informační kampaň, která graduje směrem k datu vypnutí ATV v územní oblasti. Hlavním úkolem informační kampaně je připravit obyvatele na přechod a vypnutí ATV v dané územní oblasti.

I.I. Vypnutí zemského analogového televizního vysílání z vysílačů velkého výkonu v územní oblasti Praha

Termín vypnutí ATV z vysílačů velkého výkonu v územní oblasti Praha je stanoven na 31. října 2009. Vypnutím se rozumí ukončení šíření ATV z vysílače velkého výkonu Praha Cukrák. Společně s hlavním vysílačem budou vypnuty i některé další ATV vysílače v územní oblasti Praha.

Národní koordinační skupina pro digitální vysílání v České republice (dále jen „NKS“) nezná žádné důvody, které by vypnutí ATV bránily. Podmínky pro vypnutí ATV z vysílačů velkého výkonu stanovené § 4 odst. 3 NV TPP budou naplněny, tzn. doba souběžného ATV a DTV byla zajištěna po dobu minimálně 6 měsíců, zahájení a trvání informační kampaně je zabezpečeno 3 měsíce před vypnutím.

Rozsah pokrytí územní oblasti zemským DTV je prakticky shodný s pokrytím zemského ATV. Tím je plněna i podmínka plynoucí z Čl. II bodu 1 digi novely.

I.II. Rozsah příjmu oblasti Praha

Vypnutí ATV z vysílačů velkého výkonu se dominantně týká Středočeského kraje a některých částí Hlavního města Prahy. Větší část Hlavního města Prahy již přešla na DTV při vypnutí vysílače Praha Žižkov 30. dubna 2009. Předpokládaný rozsah oblasti, kde bude ATV z vysílačů velkého výkonu vypnuto, je uveden v příloze č. 1. Zároveň je v této příloze uvedeno předpokládané pokrytí oblasti DTV z vysílače Praha Cukrák.

II. Informační kampaň

Informační kampaň je nedílnou součástí celého procesu přechodu z ATV na DTV a je jednou ze základních podmínek, kterou stanovuje NV TPP pro vypnutí vysílače velkého výkonu v územní oblasti. Hlavní sjednocující prvky informační kampaně, kterými jsou webové informační stránky a informační telefonní linka, byly spuštěny již koncem roku 2008 v rámci informační kampaně pro územní oblast Praha město. Celková kampaň je složena z dílčích vzájemně synergicky působících prvků s postupnou gradací směrem k termínu vypnutí ATV z vysílačů velkého výkonu v územní oblasti. Kampaň je aktuálně posilována na základě průběžně zjišťovaných informací o jejím průběhu a dopadu na občany. Informační kampaň řízená NKS doplňuje jiné formy informačních sdělení např. České televize. Harmonogram kampaně je uveden v příloze č. 2.

Všeobecná informovanost obyvatelstva o přechodu, tzn. obyvatelé ČR vědí, že dojde k vypnutí ATV, je velice dobrá a pohybuje se kolem 95 %. Stav všeobecné informovanosti a konkrétní výsledky průzkumů provedeného v územní oblasti Praha měsíc před vypnutím ATV je znázorněn v příloze č. 3. Současná informační kampaň je zaměřena na konkrétní územní oblast Praha a poskytuje občanům informace o tom, jakým způsobem mohou stávající ATV nahradit DTV. Podle průzkumu uvedeného v Příloze č. 3 vyplývá, že v současné době v územní oblasti Praha na DTV 74 % domácností již přešlo na digitální televizní vysílání, 14 % respondentů počítá s přechodem na digitální televizní vysílání do dne 31. října 2009. Dále 85% respondentů potvrdilo, že poskytované informace jsou dobré nebo velmi dobré.

• Prvky informační kampaně

- Informační webová stránka
- Informační linka
- Promo aktivity
- Direct mailing
- Digi hlídky s interaktivním působením
- Infostánky v metru (zahájí v říjnu)
- Komunikace se státní správou a samosprávou
- Mediální kampaň
- Mobilní marketing
- Informační brožury atd.

Informační kampaň je také vedena nebo podporována ze strany provozovatelů vysílání, operátorů sítí a dalších institucí např. Asociací spotřební elektroniky či Koalici pro digitální televizní vysílání. Provozovatelé vysílání dle dohody zařazují do vysílání ATV programu z vysílače, který bude vypnut, speciální signální identifikátor nebo informační sdělení. Je dohodnuto, že i po ukončení ATV z vysílačů velkého výkonu bude na obrazovkách po krátkou dobu umístěno doplňkové informační sdělení pro ty z diváků, kteří ponechají řešení přechodu až na dobu skutečného vypnutí.

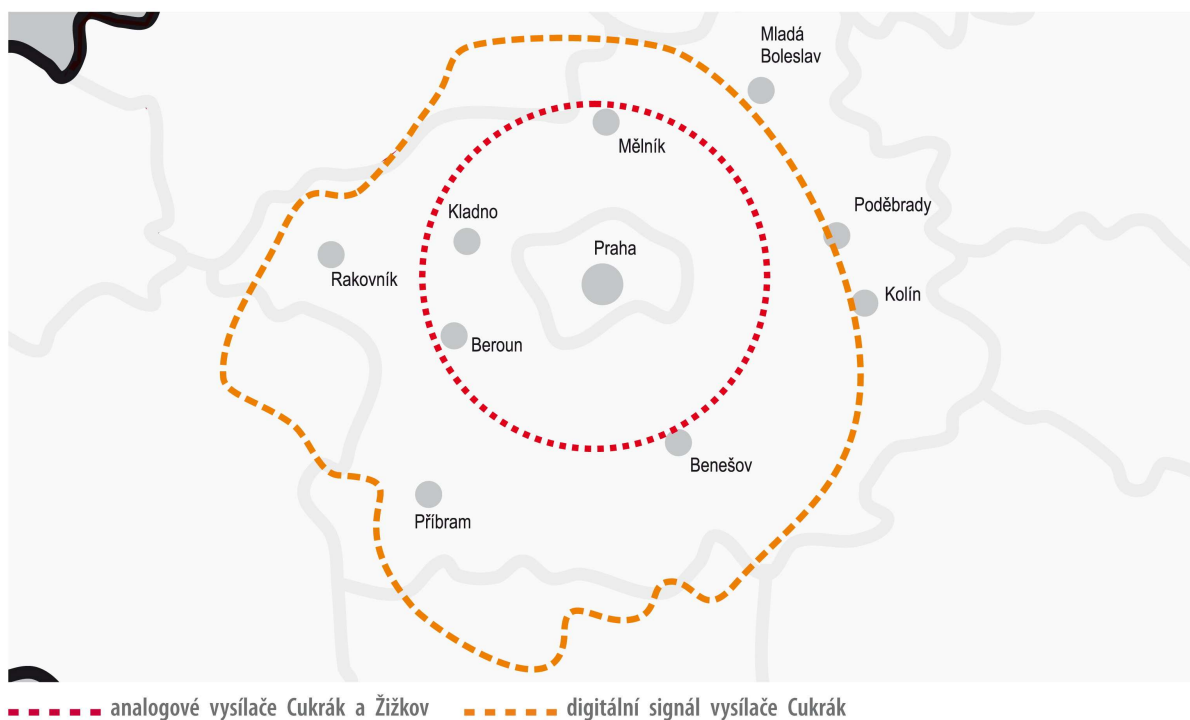
III. Sociální skupiny obyvatelstva a sociální a zdravotní ústavy

Specifickou skupinou ve vztahu k celému procesu přechodu ATV na DTV jsou zdravotně a tělesně postižení občané (dále jen „OZP“), senioři a sociální a zdravotní ústavy. Těmto skupinám je věnována v rámci přechodu na DTV zvláštní pozornost. Proto i v rámci projektů informační kampaně je jedna samostatná část věnována programu informovanosti a technické pomoci. NKS se podílí na návrhu vhodného řešení pro přechod na DTV a v případě sociálních a zdravotních ústavů se podílí na spolufinancování navrhovaných řešení.

- **Specifické a nastavbové prvky informační kampaně**
 - Informační webová stránka www.ozp-digitalne.cz
 - Semináře pro OZP s ukázkami zapojení set-top boxů, zatím se v územní oblasti Praha uskutečnilo 5 seminářů a dalších 5 proběhne v průběhu října.
 - Články do periodik, která OZP odebírají
 - Informační střediska v Poradnách NRZP pro OZP, možnost zapojit set-top box, získat odpovědi, rady, instrukce. Celkem je v územní oblasti Praha otevřeno 12 středisek.
 - Osobní technická asistence až do bytu, výhradně pro OZP, zatím v územní oblasti Praha využilo přes 200 osob.
 - Technická asistence pro individuální klienty ústavů poskytující sociální péči
 - Zapojení vlastních OZP do kampaně (v rámci sociální integrace)

B. Přílohy

Příloha č. 1 : Pokrytí územní oblasti Praha



Příloha č. 2: Harmonogram informační kampaně pro územní oblast Praha.

Časový harmonogram informační kampaně - územní oblast Praha					
Aktivita	červenec 09	srpen 09	září 09	říjen 09	listopad 09
Infolinka					
Web stránky					
Mediální kampaň Praha					
Street Promotion - digihlídky					
Direct mailing - obyvatelstvo					
Direct mailing - specifické CS					
průzkumy					
infostánky v metru					
mobilní marketing					

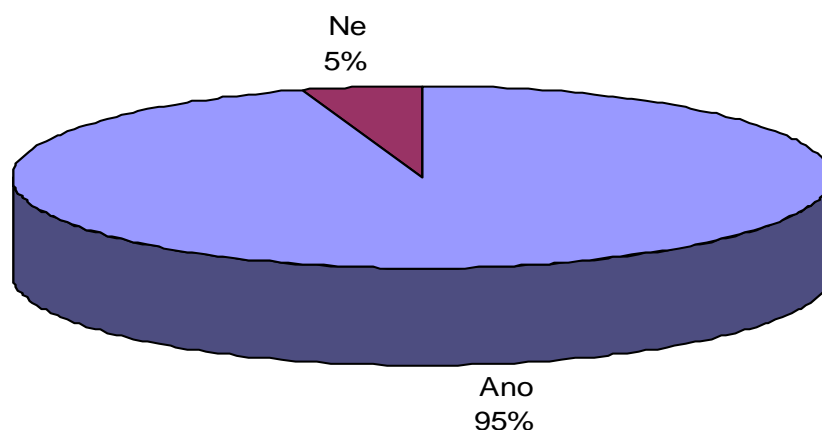
Příloha č. 3 : Aktuální průzkum informovanosti obyvatelstva v územní oblasti Praha (vysílač Cukrák – říjen 2009)

Realizace výzkumného šetření analyzujícího stav a kvalitu informovanosti o přechodu na televizní digitální vysílání v územní oblasti Praha (dle NV TTP) v souvislosti s vypnutím analogového televizního vysílání z televizního vysílače Cukrák bylo provedeno ve dnech 28. září – 4. října 2009.

Během dotazování bylo sebráno 600 dotazníků ve Středočeském kraji dle NV TPP.

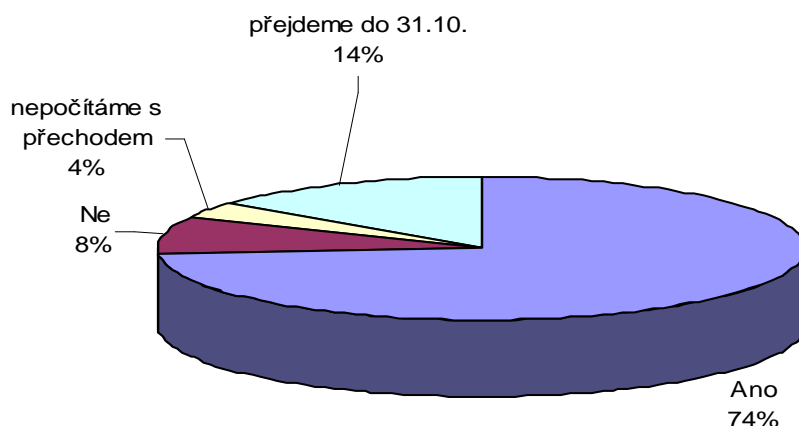
Z tohoto průzkumu vyplývá, že všeobecná informovanost o přechodu na digitální vysílání obyvatelstva v dané územní oblasti, je velice dobrá. 95 % respondentů ví o přechodu na digitální televizní vysílání, pouze 5 % o tomto přechodu neslyšelo (graf 3.1.).

Graf 3.1.: Slyšel/a jste o přechodu na digitální televizní vysílání?



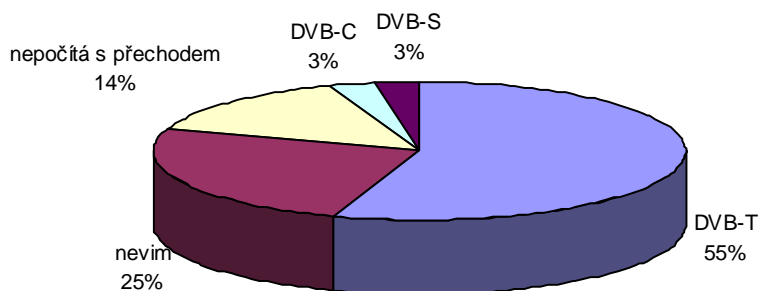
Z průzkumu dále vyplynulo, že 74 % domácností již přešlo na digitální televizní vysílání, 14 % respondentů počítá s přechodem na digitální televizní vysílání do 31. 10. 2009. Pouze 8 % respondentů dosud nepřešlo a neví, kdy přejdou. 4 % respondentů vůbec s přechodem na digitální televizní vysílání nepočítá. (graf 3.2.)

Graf 3.2.: Přešla již vaše domácnost na digitální televizní vysílání?



56 % respondentů plánuje řešit přechod na digitální TV vysílání příjmem zemského digitálního signálu, 25 % respondentů ještě neví, 3 % plánuje pořízení satelitu, 3 % zřízení kabelové TV, 14 % nepočítá s přechodem. (graf 3.3.)

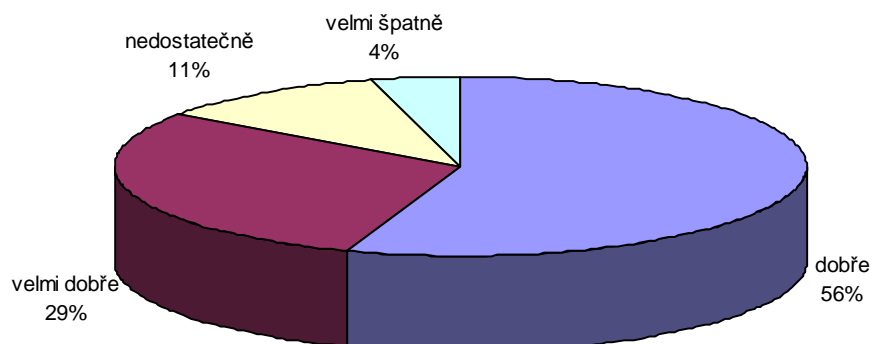
Graf 3.3.: Jakým způsobem plánujete řešit přechod z analogového televizního příjmu?



n=141

85 % respondentů hodnotí úroveň informovanosti o přechodu na digitální televizní vysílání jako dobrou, nebo velmi dobrou, pro 15 % respondentů je úroveň jako nedostatečná či velmi špatná. (graf 3.4.)

Graf 3.4.: Jak hodnotíte informovanost o přechodu na digitální televizní vysílání?

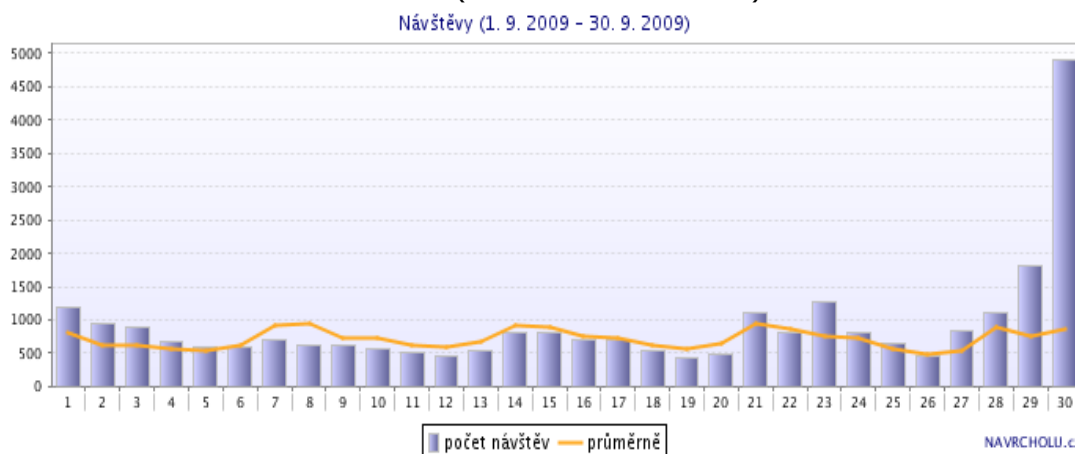


Příloha č. 4: Provoz webových stránek a infolinky

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

Vývoj návštěvnosti: Návštěvnost informačních webových stránek v září výrazně překročila měsíční průměr zejména v závěrečném týdnu, kdy se blížilo vypnutí zemského analogového televizního vysílání z vysílačů velkého výkonu v územní oblasti Plzeň. Web k celé události poskytoval praktické informace, což se projevilo na vyšší návštěvnosti i ve zvýšeném počtu zobrazených stránek. Podobný zájem se očekává i v měsíci říjen, kdy bude vypnuto zemské analogové televizní vysílání z vysílačů velkého výkonu v územní oblasti Praha /střední Čechy/.

Graf č.1.: Denní návštěvnost za měsíc září (1. 9. 2009 – 30. 9. 2009)



Graf č.2.: Týdenní návštěvnost za celé období (1. 12. 2008 – 30. 9. 2009)

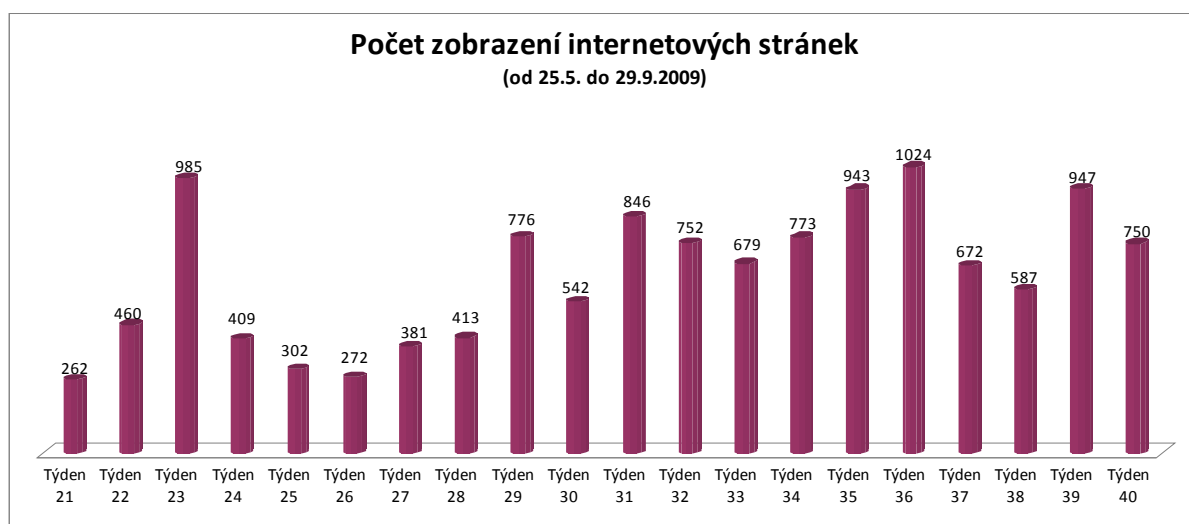


II. Webové stránky informační kampaně pro OZP: www.ozp-digitalne.cz

Vývoj návštěvnosti:

Vysoký nárůst návštěvnosti stránek byl zaznamenán již od 3. týdne jejich spuštění. Zahájení provozu provázela tisková zpráva uveřejněná na www.digitalne.tv, kam byl také přidán odkaz pro přímý vstup na internetové stránky www.ozp-digitalne.cz.

Podrobný monitoring návštěvnosti stránek odhaluje, že frekvence návštěv se zvyšuje v přímé závislosti na konaných akcích informační kampaně. Konkrétně spuštění programu „certifikovaných informátorů z řad OZP“ a pořádání seminářů pro OZP výrazně podporuje návštěvnost stránek. Rovněž postupně vydávané tiskové zprávy k tématu OZP zvyšují návštěvnost. Statistika přístupů na stránky www.ozp-digitalne.cz znázorňuje vysoké procento přímého vstupu z domovské adresy, což dokazuje dobrou informovanost cílové skupiny o projektu internetových stránek pro OZP.



Graf č. 3.: Počet zobrazení internetových stránek (od 25.5. do 29.9.2009)

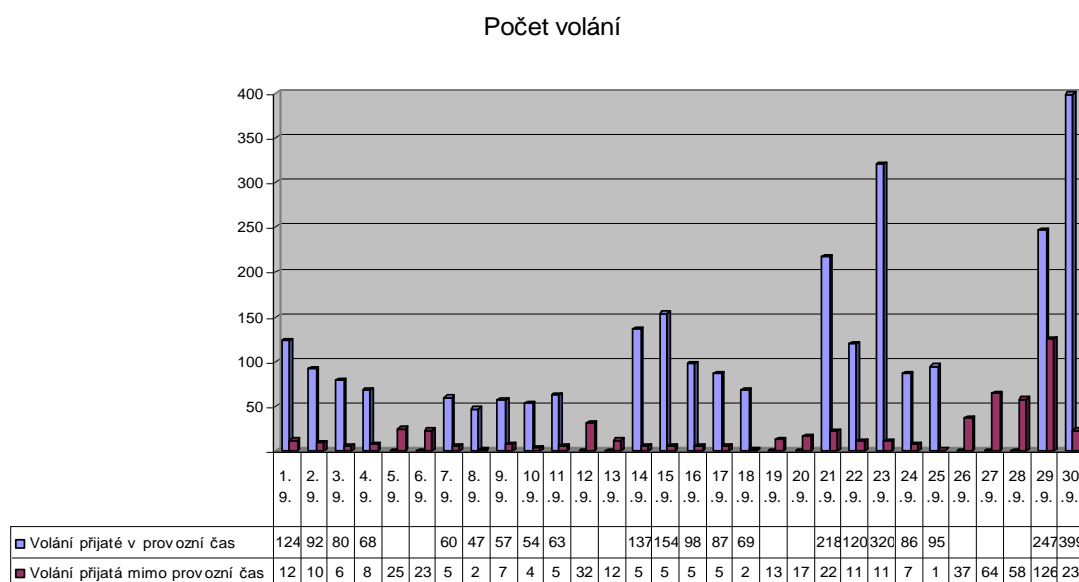
III. Infolinka k přechodu na digitální televizní vysílání: 0800 90 60 30

Vývoj jejího využití:

Počet volání na infolinku úměrně roste¹ v návaznosti na aktivity informační kampaně (např. tiskové zprávy, direct mailing), spolu s aktuálními událostmi souvisejícími s digitalizací (odchod stanice Óčko ze zemského vysílání). Na nárůstu počtu hovorů se dále podílí také rozšiřování a intenzita informační kampaně, spolu s webovými stránkami, PR aktivitami a mediální podporou.

Měsíční statistika volání na infolinku v září 2009:

Graf č.1.: Měsíční statistiky volání na infolinku v září 2009



Celkový počet volání na infolinku v září 2009:

3238 volání

Nejvíce volání v jednom dni (30.9.):

422 volání

Celkový počet volání v provozní čas infolinky:

2675 volání

Celkový počet volání mimo provozní čas infolinky:

563 volání

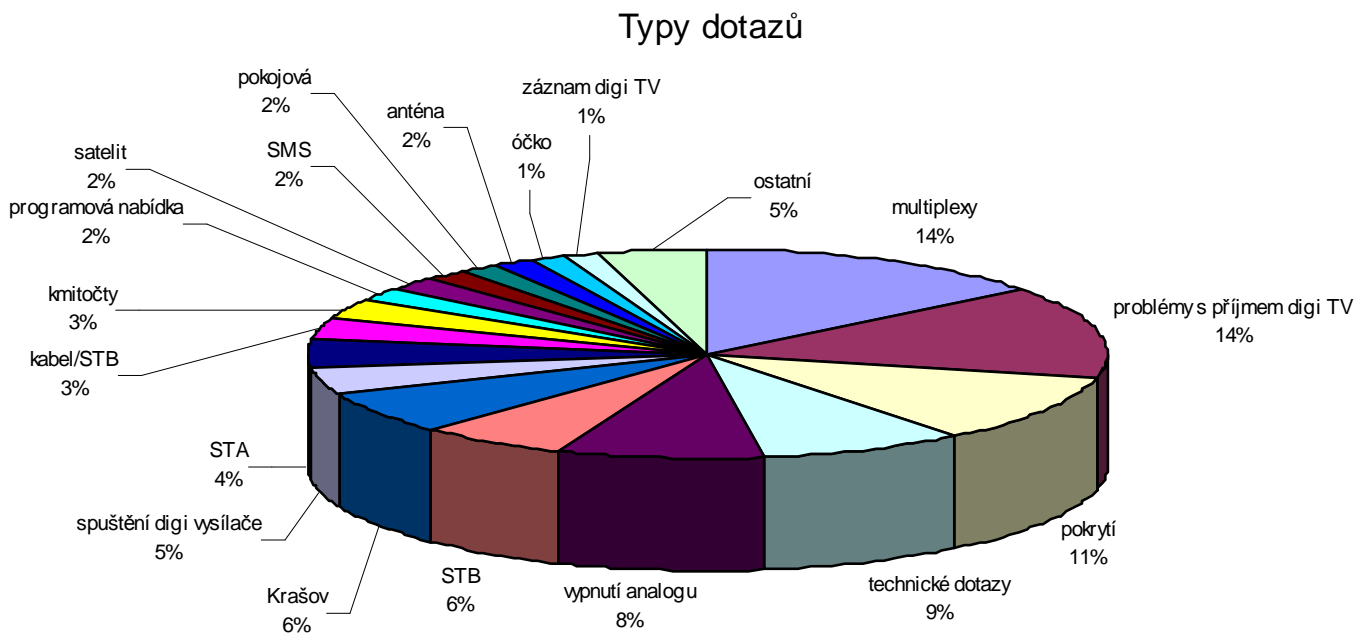
Nárůst volání dne 30. 9. byl způsoben vypnutím zemského analogového televizního vysílání z vysílače velkého výkonu Plzeň - Krašov.

Nejčastější dotazy na infolince:

¹ Celkový počet volání na infolinku od oficiálního spuštění k 30.9. byl 28 848 volání

Za poslední období provozu (září 2009) se 57 % ze všech položených dotazů na infolince týkalo pěti základních okruhů otázek:

- Multiplexy – programy, spuštění, ladění (16 %)
- Problémy s příjmem digitálního TV vysílání. (13 %)
- Výluka vysílače Žižkov (11 %)
- Pokrytí digitálním signálem – lze již naladit? (9 %)
- Termín vypnutí analogového televizního vysílání. (8 %)



Příloha 2

Rozpočet účtu České televize pro užití výnosu z reklam na rok 2010

Úvod

Zákon č. 304/2007 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s dokončením přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání, jenž nabyl účinnosti dne 1. 1. 2008, stanoví pro Českou televizi (dále jen „ČT“) povinnost převádět z výnosu z reklam částku 12 500 tis. Kč měsíčně Státnímu fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie a zároveň převádět z výnosu z reklam také částku 1 250 tis. Kč na zvláštní účet zřízený Českým telekomunikačním úřadem (dále jen „ČTÚ“) pro rozvoj zemského digitálního televizního vysílání. Zbylá část výnosu z reklam je uložena na zvláštním účtu, který ČT zřídila v souladu s ustanovením zákona a který spravuje. Dvě třetiny prostředků uložených na tomto účtu použije ČT na podporu a rozvoj zemského digitálního televizního vysílání v České republice, zejména na rozvoj a provoz multiplexu veřejné služby podle zákona o ČT, ostatní prostředky uložené na tomto účtu použije ČT na správu a digitalizaci Archivu ČT.

Česká televize odhaduje výnosy z reklam pro rok 2010 na úrovni 530 miliónů Kč. Odhadovaná výše příjmů zohledňuje další předpokládaný 15% pokles příjmů výnosu z reklam v důsledku ekonomické recese ve srovnání s rokem 2009, kdy došlo ke značnému propadu reklamního trhu. Objem prostředků pro rozdělení je o 22 % nižší než v plánu rozpočtu na rok 2009. Ten přitom již počítal s 14% poklesem reklamního trhu oproti roku 2008.

Na základě zmíněného zákona č. 304/2007 Sb. a odhadu disponibilních prostředků předkládá ČT ke schválení vládě České republiky rozpočet účtu výnosu z reklam pro rok 2010 v následujícím objemu a struktuře (hodnoty jsou uváděny v tisících Kč).

Odhadovaný příjem z reklamy v roce 2010	530 000
Převod zůstatku zvláštního účtu z r. 2009	120 000
Odhadovaný objem k rozdělení v roce 2010	650 000
Státní fond České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie	150 000
Zvláštní účet pro rozvoj zemského digitálního televizního vysílání	15 000
Příjem účtu podle zákona č. 304/2007 Sb.	485 000
Podpora digitalizace v ČR	323 333
Ostatní výdaje podle zákona č. 304/2007 Sb.	161 667

Příjmem do rozpočtu je i odhadovaný zůstatek zvláštního účtu ČT z roku 2009 ve výši 120 000 tis. Kč. Způsob jeho převedení jako příjmu do dalšího období odpovídá usnesení vlády České republiky ze dne 16. dubna 2008 č. 410, kterým byl schválen Rozpočet účtu ČT pro užití výnosu z reklam na rok 2008.

Kapitola I

Mandatorní výdaje podle zákona č. 304/2007 Sb.

Mandatorní výdaje jsou stanoveny zákonem č. 304/2007 Sb. a jejich rozpočtové určení je závazné. Čerpání podle této kapitoly je určeno pro:

1. **Státní fond České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie.** Zákon č. 304/2007 Sb. stanoví pro ČT povinnost převádět z výnosu z reklam částku 12 500 tis. Kč měsíčně Státnímu fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie. V roce 2009 bude na tento účel převedeno z výnosu z reklam celkem 150 mil. Kč.
2. **Zvláštní účet pro rozvoj zemského digitálního televizního vysílání.** Zákon č. 304/2007 Sb. stanoví pro ČT povinnost převádět z výnosu z reklam částku 1 250 tis. Kč měsíčně na zvláštní účet zřízený ČTÚ pro rozvoj zemského digitálního televizního vysílání. V roce 2009 bude na tento účel převedeno z výnosu z reklam celkem 15 mil. Kč.

Kapitola II

Rozpočet čerpání prostředků z účtu reklam podle zákona č. 304/2007 Sb.

A. Podpora digitalizace v ČR

Vlastní věcný návrh užití prostředků z účtu reklamy ČT se týká položky určené pro podporu digitalizace v ČR. Zákon č. 304/2007 Sb. určuje v tomto případě jen rámcově oblasti, do nichž mají být tyto zdroje směřovány. Podle této specifikace musí ČT použít tyto prostředky pro podporu a rozvoj zemského digitálního televizního vysílání v České republice, zejména na rozvoj a provoz multiplexu veřejné služby podle zákona o ČT. Pro naplnění tohoto zákonného požadavku navrhuje ČT pro rok 2010 následující rozdělení prostředků na podporu digitalizace (hodnoty jsou uváděny v tisících Kč):

Podpora digitalizace v ČR	323 333
Výstavba a provoz multiplexu veřejné služby	228 333
Informační kampaň a služby spojené s digitalizací televizního vysílání	95 000

1. Výstavba a provoz multiplexu veřejné služby

Celkový rozpočet pro rok 2010 je vyčíslen v následující tabulce (hodnoty jsou uváděny v tisících Kč):

Výstavba a provoz multiplexu veřejné služby	228 333
Vysílání, distribuce a zabezpečení provozu – multiplexu veřejné služby	198 333
Dočasná opatření pro zabezpečení pokrytí a umožnění provozu multiplexu veřejné služby	15 000
Změna distribuce a navýšení distribuce pro potřeby dočasného pokrytí	0
Výstavba dokrývačů pro městské aglomerace a místa s prokazatelně zhoršeným příjmem nad rámec projektovaného pokrytí MPX 1	0
Technologie pro multiplex veřejné služby	15 000

Náročnost výstavby multiplexu veřejné služby a obecně jakékoli sítě pro zemské digitální televizní vysílání spočívá v nutnosti zachování příjmu zemského televizního vysílání pro všechny stávající diváky. To i v roce 2010 vyžaduje nejen rychlou výstavbu a provoz multiplexu veřejné služby, implementaci nových technologií, ale i řadu dočasných opatření nutných pro zachování příjmu, pokrytí městských aglomerací a nově také dokrytí regionů s nedostatečným digitálním signálem. Samostatný postup ČT rovněž vyžaduje řešení distribuce technických informací, včetně instalace a využívání speciálních technologií a rovněž realizaci kontrolních a monitorovacích opatření souvisejících s ověřením kvality a dostupnosti digitálního vysílání multiplexu veřejné služby. Vzhledem k sníženému příjmu z reklamy je rozhodující objem prostředků, v souladu se zněním zákona č. 304/2007 Sb., směřován na rozvoj a provoz multiplexu veřejné služby podle zákona o ČT. Předkládaný rozpočet pokrývá náklady na vysílací služby jen z 92 % a vůbec nepokrývá náklady na distribuci signálu. Tento významný deficit bude ČT nucena uhradit z vlastních zdrojů. Do konce roku 2009 bude MPX1

pokrývat podle výpočtu 93,25 % obyvatel ČR a 90,7 % území ČR digitálním signálem. V roce 2010 vzroste pokrytí obyvatelstva na plánovaných 98 %. Výstavba sítě pak bude pokračovat řešením dokrytí problematických míst a zvyšováním homogenity vysílací sítě multiplexu veřejné služby.

Pro zajištění příjmu v období přechodu může nastat situace, kdy je nutno realizovat některá dočasná opatření spočívající ve využití alternativních distribučních tras, dočasné změně vysílacích technologií, využití dočasných vysílacích stanišť, apod. Tato opatření mají za cíl minimalizovat krizové situace související s výpadky vysílání v okrajových oblastech dotčeného území. Vzhledem k neúplnosti vysílací sítě dochází v období přechodu na digitální vysílání při ztrátě signálu z vypínané primární sítě k úplnému výpadku vysílání i v místech, kde není k dispozici vysílání digitální. Cílem ČT je takové situace maximálně eliminovat, tak jak se to podařilo v roce 2008 a 2009. Pro tento účel se využívá instalace technologie umožňující využít pro zachování dočasného příjmu analogového vysílání některou z digitálních forem distribuce signálu nebo zabezpečit lokální digitální vysílání. Vzhledem k nedostatku disponibilních prostředků na účtu výnosu z reklam nepočítá ČT s využíváním alternativních distribučních tras a dočasných vysílacích stanišť. Tato možnost připadá v úvahu jen v případě zcela mimořádných a tedy neplánovaných problémů. Financování takového řešení by bylo realizováno částečně z provozu multiplexu veřejné služby a částečně z vlastních prostředků ČT.

ČT jako operátor multiplexu veřejné služby bude v roce 2010 pokračovat ve vytváření podmínek pro regionalizaci televizního vysílání až do úrovně vyšších územně správních celků (dále jen VÚSC). To umožní v budoucnu, kromě jiného, i rozvoj regionálních informačních systémů pro orgány státní správy a samosprávy. Otevírá se tím i možnost implementace zcela nových prostředků na podporu vzdělávacího systému. S využitím nových digitálních technologií tak bude ČT moci zahájit přípravu projektů z oblasti T-Governmentu, které budou doplňkem pro již existující projekty e-Governmentu (zejména Portál veřejné správy). Vzhledem k nedostatku disponibilních prostředků na účtu výnosu z reklam počítá ČT pouze s technickou přípravou a případně omezenými pilotními projekty pro ověření technologie.

Vzhledem k vysoké dynamičnosti a proměnlivosti procesu digitalizace nemůže být rozdělení prostředků této rozpočtové položky navrhováno jako fixní, protože tato oblast musí flexibilně reagovat na vývoj. ČT je připravena na konkretizaci jednotlivých kroků spolupracovat s Národní koordinační skupinou pro digitální vysílání v České republice (dále jen „NKS“) a ostatními orgány státní správy s cílem dosažení maximální efektivity.

2. Informační kampaň a služby spojené s digitalizací televizního vysílání

Celkový rozpočet pro rok 2010 je vyčíslen v následující tabulce (hodnoty jsou uváděny v tisících Kč):

Informační kampaň a služby spojené s digitalizací televizního vysílání	95 000
Informační kampaň	59 750
Podpora specifických skupin obyvatelstva – služby	12 000
Podpora zdravotnických zařízení, škol a ústavů sociální péče	9 000
Z toho platba DPH	14 250

Pro efektivní zabezpečení přechodu na digitální vysílání je nevyhnutelně nutné komunikovat co nejvíce s veřejností. Zabezpečit co nejlepší informovanost obyvatelstva a to jak o digitálním vysílání jako takovém, tak i o konkrétní situaci v dotčené oblasti a o konkrétních problémech spojených s příjmem digitálního vysílání, včetně doporučení a návrhů pro řešení případných potíží. ČT navrhuje čerpat prostředky z účtu ve spolupráci s NKS hlavně na obecnou informační kampaň, na podporu určitých specifických skupin obyvatelstva a na podporu zdravotnických zařízení a ústavů sociální a zdravotní péče a na zabezpečení služeb nutných k zajištění přechodu na digitální terestrické vysílání. Navrhuje klást důraz na specifické problémy dotčených regionů a určitých skupin obyvatelstva.

Podpora specifických skupin obyvatelstva by se měla týkat hlavně občanů evidovaných jako ZTP/P. Jedná se hlavně o instalační služby, poradenství a servisní služby související s instalací a provozem digitální přijímací techniky. Přímé rozsáhlé dotace na pořízení přijímacích zařízení se v rámci této položky nepředpokládají. Výjimku by mohli tvořit právě občané evidovaní jako ZTP/P a nebo v ojedinělých případech sociálně velmi slabí jedinci a samostatně žijící občané ve věku nad 75 let.

Podpora škol a školských zařízení by měla směřovat k vytvoření efektivní infrastruktury, která posléze umožní aplikovat některé projekty z oblasti T-Education. V případě zdravotnických zařízení a ústavů sociální péče by se mělo jednat hlavně o rekonstrukce anténních systémů a v minimální míře přímé dotace do přijímacích zařízení.

V souvislosti s realizací informačních projektů je nutné uhradit DPH, neboť se nepodařilo nalézt jiný model financování informační kampaně, tedy zde musí platit zákonná omezení platná pro ČT. Stejná situace nastala i v případě kapitoly související s provozem multiplexu veřejné služby, tam však ČT hradí DPH z vlastního rozpočtu a ne ze zvláštního účtu vzhledem k tomu, že činnosti hrazené ze zvláštního účtu souvisí s provozem multiplexu veřejné služby a tedy s vlastní činností ČT.

B. Ostatní výdaje podle zákona č. 304/2007 Sb.

Ostatní prostředky na zvláštním účtu využije ČT v souladu se zákonem následovně (hodnoty jsou uváděny v tisících Kč):

Ostatní výdaje podle zákona č. 304/2007 Sb.	161 667
Digitalizace Archivu ČT	121 917
Nutné náklady-provize mediál. zastupitelství Media Master v souladu s platnou smlouvou	39 750

Digitalizace Archivu ČT

Zákon č. 304/2007 Sb. stanoví pro ČT povinnost využít disponibilní prostředky z účtu reklamy zbylé po odečtení výdajů specifikovaných zákonem č. 304/2007 Sb. na správu a digitalizaci Archivu ČT. Jedná se o jeden z nejdůležitějších projektů programu digitalizace ČT. Koncepce digitalizačních pracovišť umožní v případě volných kapacit jejich budoucí využití i pro státní a kulturní instituce mimo ČT, pokud bude potřebné digitalizovat audiovizuální záznamy.

Prostředky budou směřovat do dokončení datového centra, do implementace technologické infrastruktury a zároveň bude pokračovat úprava software a řešení zákaznických úprav v souladu s plánem jednolitých etap projektu Digitalizace archivů a programových fondů.

Úhrada nutných nákladů

Z účtu reklamy se podle zákona č. 304/2007 Sb. hradí i prokázané účelně vynaložené náklady spojené s výběrem a se správou výnosů z reklam. ČT tyto výdaje předpokládá ve výši 39 750 tis. Kč a jsou tvořeny provizí pro mediální zastupitelství Media Master (dříve ARBOmedia).

Příloha 3

Územní oblast Sušice

ÚZEMNÍ OBLAST SUŠICE				ASO	
aktivita	XI.09	XII.09	I.10	II.10	III.10
Public Relations					
Webové stránky					
Informační linka					
Motiv kampaně					
Monitoring médií					
Mediální kampaň					
Direct mailing					
Komunikace se samosprávou					
Promotion v regionech					
Semináře/roadshow					
Informační materiály					
Výzkum informovanosti					
Reportáže, dokumentace					
Právní poradenství					
Ostatní					

Územní oblast Sušice je specifická svou velikostí – je ze všech ÚO nejmenší, navíc s relativně řídkým osídlením. V územní oblasti Sušice žije pouze 1,7 % všech obyvatel ÚO, které budou přecházet na digitální televizní vysílání v letech 2010 – 2012.

V rámci marketingových aktivit je třeba zdůraznit, že informační kampaň musí být zahájena nejpozději v prosinci roku 2009.

Svou formou a koncepcí musí kampaň tamější obyvatele výrazně oslovit, aby informace nezapadly v předvánočním shonu. Naopak, obyvatelé by měli přechodu na digitální televizní vysílání využít při předvánočních nákupech, například k pořízení techniky zajišťující příjem televizního signálu nejen pro sebe, ale i pro své blízké.

Významným faktorem ovlivňujícím kampaň na Sušicku bude rovněž fakt, že aktivity poběží v zimních měsících (prosinec – únor) a bude třeba tomuto období přizpůsobit charakter efektivních promotion. Proto navrhujeme v této územní oblasti především intenzivně spolupracovat s lokálními médii a místní samosprávou tak, aby bylo dosaženo co nejvyššího zásahu a maximální informovanosti občanů.

Návrh dílčích projektů kampaně je uveden v následující tabulce:

PODROBNÁ STRUKTURA KAMPANĚ	
aktivita	stručný popis
Public Relations	aktivní podpora kampaně v médiích, rozhovory, on-line chaty, příprava a distribuce TZ, zajištění TK
Poradce	návrh a řešení průběhu kampaně, kontrola finančního plnění, poradenství pro participující subjekty, koordinace dílčích projektů včetně supervize, dohled nad grafickou jednotností materiálů, administrace a evidence procesu
Webové stránky	aktuální informační zdroj, synergie s ostatními složkami kampaně
Informační linka	interaktivní bezplatný komunikační zdroj pro občany, operativní zodpovězení dotazů, informační podpora
Motiv kampaně	digiboy - centrální motiv kampaně zaštiťující aktivity spojené s infokampaní
Monitoring médií	kontinuální monitoring ohlasů na kampaň v médiích, sledování souvisejících událostí
Právní poradenství	právní posouzení souvisejících smluv, právní poradenství
Mediální kampaň	inzerce, rádiové spoty, outdoor aktivity, internetová kampaň, billboardy, eventuálně TV
Direct mailing	komunikace s občany, přímá rozesílka infomateriálů do schránek, informování klíčových subjektů (BD, SVJ atp.)
Komunikace se samosprávou	intenzivní komunikace se starosty a samosprávou, workshopy, semináře, setkání
Promotion v regionech	důsledná kampaň v regionech, bannery na stránkách měst, semináře, workshop
Semináře/roadshow	semináře pro veřejnost, infohlídky v ulicích příslušných územních oblastí
Informační materiály	brožury, letáky, diginoviny
Reportáže, dokumentace	dokumentace průběhu informační kampaně, DVD záznamy, fotografie, reportáže
Výzkumy informovanosti	monitoring připravenosti obyvatel prostřednictvím průzkumů v dané oblasti
Ostatní	ad hoc realizované projekty odrážející specifické potřeby konkrétní územní oblasti, např. digitramvaj, mobilní marketing atp.

Návrh struktury kampaně neobsahuje projekty, které by měly zajišťovat samotné televize (veřejnoprávní i soukromé), jako jsou piktogramy, spoty atd.

Rozdělení rozpočtu na dílčí projekty v rámci informační kampaně v územní oblasti SUŠICE

aproximativní rozpočet - SUŠICE	
AKTIVITA	NÁKLADY
Mediální kampaň	1 060 000
Direct mailing	170 000
Komunikace se samosprávou	115 000
Promotion v regionech	200 000
Semináře/roadshow	74 000
Informační materiály	80 000
Reportáže, dokumentace	53 000
Výzkumy informovanosti	20 000
Ostatní	410 000
Rezerva pro ÚO	318 000
CELKEM	2 500 000

V rámci informační kampaně budou v průběhu roku 2010 kontinuálně realizovány aktivity společné pro všechny vypínané územní oblasti v tomto roce, včetně ÚO Sušice.

aktivita	SUŠICE	ČESKÉ BUDĚJOVICE	ÚSTÍ NAD LABEM	BRNO MĚSTO
Public Relations			2 000 000	
Poradce			2 000 000	
Webové stránky			2 000 000	
Informační linka			2 000 000	
Právní poradenství			2 000 000	
Motiv kampaně			0	
Monitoring médií			330 000	