

Stát musí občany informovat o příjmu televizního vysílání neutrálně

Tisková zpráva: Výbor nezávislého ICT průmyslu vybízí ministerstvo k vyvážené informační kampani k přechodu na nový vysílací standard DVB-T2.

PRAHA, 28. 11. 2019 - Výbor nezávislého ICT průmyslu, z.s., asociace, která spojuje malé regionální, ale i velké české operátory pevného připojení k sítím elektronických komunikací, požaduje, aby Ministerstvo průmyslu a obchodu informovalo vyváženě o možnostech příjmu televizního vysílání v souvislosti s přechodem na nový vysílací standard DVB-T2. V současnosti dle názoru Výboru stát ve své informační kampani upřednostňuje provozovatele digitálního terestrického vysílání před ostatními platformami, o kterých vůbec neinformuje.

Stát tak de facto zvýhodňuje firmy dvou koncových subjektů, které v Česku provozují terestrické vysílání, před stovkami dalších českých i zahraničních společností, které poskytují svým zákazníkům televizní obsah jiným způsobem. Občané totiž mohou řešit přechod na nový standard vysílání i tak, že si vyberou jinou platformu pro příjem televizního signálu, než terestrické vysílání, například IPTV, kabelovou televizi nebo satelitní vysílání, které navíc mohou oproti DVB-T2 nabídnout i další služby. Kampaň musí být technologicky neutrální a nezvýhodňovat ani jednu platformu.

“V procesu přechodu na DVB-T2 jsou nejvíce zasaženou skupinou logicky samotní diváci, stát je tak nemůže jednostranně informovat o tom, že si musí koupit novou televizi nebo set-top-box, když tu existuje hned několik dalších možností příjmu televizního vysílání, které na straně zákazníků nevyvolají tyto vynucené jednorázové náklady,” říká Jakub Rejzek, prezident Výboru nezávislého ICT průmyslu. “Je to vidět i z otázek zákazníků směrem k našim členům, kdy musíme sami vysvětlovat, že pokud mají kabelovou televizi nebo IPTV, tak se jich přechod na DVB-T2 netýká. Přitom toto by mělo ve svých spotech dodávat ministerstvo,” dodává Rejzek.

Z veřejně dostupných zdrojů je zřejmé, že MPO uzavřelo následující smlouvy týkající se přechodu na standard DVB-T2:

- Frmol (plnění ve výši 275.000,- Kč), <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/10299490> – realizace TV spotů;
- Taktiq (plnění ve výši 200.000,- Kč), <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/10110038> – realizace informačního webu DVB-T2;
- Český rozhlas (plnění ve výši 3.757.518,- Kč), <https://smlouvy.gov.cz/smlouva/10636596> – Nákup vysílacího času a výroba programového obsahu v rámci informační a komunikační kampaně k přechodu na vyšší technologický standard DVB-T2 v období 10/2019 – 6/2020;
- Nielsen Admosphere (plnění ve výši 209.000,- Kč) – Průzkum veřejného mínění obyvatelstva ČR k DVB-T2;
- Arthur D. Little s.r.o. (plnění ve výši 270.000,- Kč) – Studie selhání trhu šíření zemského digitálního televizního vysílání při vynuceném uvolnění kmitočtového pásma 700 MHz.

V souhrnu to znamená, že MPO vynaložilo doposud finanční prostředky z financí daňových poplatníků na přechod na DVB-T2 ve výši blížící se 5 milionům Kč.

Podle VNICTP je informační kampaň samozřejmě potřebná, informace v ní obsažené by ale měly být neutrální a neměly by upřednostňovat některou z platforem pro šíření televizního vysílání před druhou nebo o existenci jiných řešení a platforem neinformovat vůbec. To je podle VNICTP obzvláště důležité u kampaně, která je zcela hrazena ze státního rozpočtu, potažmo z peněz daňových poplatníků. Zmíněná kampaň ale zřetelně vyznívá tak, že neexistuje žádné jiné řešení pro příjem televizního vysílání než pozemní televizní vysílání/přijem.

Veškeré kanály kampaně (webový portál, televizí spoty a další) by měly veřejnost informovat komplexně a nebudit ve spotřebiteli dojem, že vypnutím DVB-T vysílání vzniká nezbytná nutnost zakoupit nový set-top-box. Veřejnost by se prostřednictvím kampaně měla dozvědět i o alternativních způsobech, jako je platforma IPTV, kabelová či satelitní televize, případně kvalitní HD příjem. Zavádějící informační kampaní dochází podle Výboru ke klamání spotřebitele.

Výbor proto vyzval dopisem ministra průmyslu a obchodu, aby nařídil upravit televizní a rozhlasové spoty a webovou prezentaci tak, aby nezvýhodňovaly pouze jednu technologii vysílání a reflektovali reálnou situaci v České republice, kdy celá řada lidí může řešit přechod na DVB-T2 i využitím úplně jiné přenosové platformy. K dopisu se připojila i Asociace provozovatelů kabelových a telekomunikačních sítí.

<https://www.vnictp.cz/nevyvazena-informacni-kampan-k-prechodu-na-novy-vysilaci-standard-dvb-t2>