

Prima 25 LET

JE PRIMA BÝT SPOLU UŽ 25 LET

HISTORIE

Hlavní kanál televize Prima je digitálně šířeným plnoformátovým programem určeným pro všechny diváky, kteří mají rádi původní českou tvorbu, chtějí se pobavit u televize a užít si tu nejlepší zábavu pro celou rodinu. Vysílací schéma tvoří zpravodajství, publicistika, filmy, původní i zahraniční seriály, dokumenty, zábavné pořady a také dětská tvorba. Jeho historie sahá až do roku 1993, kdy začal jako první komerční stanice vysílat v Praze a středních Čechách pod názvem FTV Premiéra, později Premiéra TV, přičemž licenci k celoplošnému vysílání získal v roce 1994. Dne 3.1.1997 stanice změnila název na Prima televize, její vysílání skončilo koncem roku 2011. Od 1. ledna 2012 vysílala stanice Prima family, jejíž název odkazoval na rodinné pojetí vysílání kanálu. O rok později se na přelomu prázdnin, 1. 8. 2013, Prima family vrátila k původnímu názvu Prima. Vlastní tvorba televize Prima se v prvních letech točila kolem talk show a zpravodajských formátů, jako například Tóčkou Mirky Vsetečkové, Rychlá kola, Vaříme s..., Svět 1995, S. O. S. V roce 1997 se změnila cílová skupina diváků na rodinu, a zintenzivnila se tak vlastní tvorba. Přibyly populární pořady, jako např. pořady Prima jízda, Nikdo není dokonalý, Caruso Show, Svět 2000. V roce 2004 oslovila Prima diváky svým prvním seriálem Rodinná pouta, který slavil obrovský úspěch, a v roce 2007 na něj navázaly Velmi křehké vztahy. Roky 2005 i 2006 byly ve znamení celé řady reality show, vznikli např. Vyvalení, Chůva v akci, Bar, Trosečník. V roce 2008 televize Prima vešla ve známost vůbec první českou telenovelou Ošklivka Katka. Rok 2009 se nesl v duchu lifestyleových pořadů (mj. Nahá jsi krásná, Soubor v těžké věze, Ano, šéfel). V roce 2010 Prima přišla s pořadem Prostřední! a s novým seriálem Cesty domů, ve spolupráci s TV JOJ natočila



talentovou show Česko Slovensko má talent. V roce 2012 uvedla televize Prima svůj tehdy nejdražší seriál, Obchodák. O rok později přišel poprvé na Primu Leoš Mareš s show Q! - Na vše máme odpověď. V roce 2014 začala Prima vysílat dva úspěšné seriály - Vináři a Svatby v Benátkách. Se změnou strategické cílové skupiny na dospělé ve věku 15-69 let přišel významný rozkvet vlastních pořadů nejen z oblasti seriálů, ale také „vařičích“ (formáty se Zdeňkem Pohlreichem, Karolína, domácí kuchařka) a hobby pořadů (Vychytávky Ládi Hrušky, VÁŠ PRIMA RECEPTÁŘ). Nechybí ale ani populární seriály jako Přístav (2015), Ohnivý kuře (2016), V.I.P. vraždy (2016), Polda (2016), Temný kraj (jaro 2017) a Modrý kód (jaro 2017). Velký návrat zažívá na Primě populární show Pevnost Boyard (podzim 2016) či detektivní seriál Kapitán Exner (2017). Co se týče vysílání pro ty nejmenší, od roku 2014 se na stanici Prima každou sobotu a neděli ráno mohou těšit na dětský blok Primáček, podpořený

čtvrtletním komiksovým magazínem stejného jména a také speciální sekci v HbbTV. Nedílnou součástí značky Prima je webová stránka FTV Prima a HbbTV platforma, které jsou navrženy v jednoduchém grafickém designu a jsou intuitivně ovladatelné. Od letošního roku najdou diváci v HbbTV informace o právě vysílaném pořadu a mají možnost si jej přehrát od začátku, snadno se dostanou na stránku pořadu, mohou si sestavit svůj vlastní program nebo si přehrát všechny epizody. Na webu i v HbbTV nechybí ani možnost sledovat obsah bez reklam.

INOVACE

FTV Prima se řadí mezi progresivní firmy, které se dávno neorientují jen na původní televizní oblast, ale snaží se

rozšiřovat působnost do všech mediátů, organizace eventů či například vydávání knih, časopisů a merchandisingu. Na českém mediálním trhu patří mezi lídry v oblasti profesionálního gamingu (e-Sports) a v nabídce produktů pro hybridní televizi (HbbTV). V posledních dvou letech se skupina Prima stává významným koproducentem českých filmů a dokumentů. Dlouhodobou strategií společnosti je neustále hledat nové projekty mimo televizní oblast, aby zdroje příjmů byly diverzifikované a trvale udržitelné. Značka Prima se tak v posledních letech úspěšně etablovala i mimo televizní obrazovky. Portál iPrima.cz je lídrem v oblasti videoreklamy na českém internetu. Facebookovou komunitu společnosti tvoří více než 2,5 milionu fanoušků. Pod hlavičkou Solootions Prima pořádá několik eventů, například YOU FEST, LOVE DAY, Prima RUN či MAX kino. V letošním roce se portfolio akcí rozrostlo o největší letní rodinný festival Prima FEST, který se uskutečnil v přírodním areálu Šikland.

HODNOTA ZNAČKY

Skupina Prima provozuje v České republice vysílání šesti volně šířených televizních stanic a také kanál s posunutým programem Prima +1 pro zákazníky Skylinku. Hlavní stanicí je plnoformátová TV Prima pro celou rodinu, na mladší muže se orientuje stanice Prima COOL, Prima LOVE se zaměřuje na oblíbené pořady pro ženské publikum. V portfoliu skupiny nechybí dokumentární kanál Prima ZOOM ani filmová stanice Prima MAX. Benjaminskem televizní rodiny je kanál Prima KRIMI, jenž se orientuje na kriminální a detektivní tvorbu. Skupina Prima disponuje širokým portfoliem webů (iPrima.cz, Prima COOL, LAJK.CZ, Prima ŽENY, Prima FRESH, Prima NÁPADY, AUTOSALON.TV). Průměrný měsíční zásah stanic a online skupiny Prima v roce 2017 je téměř 100 % ekonomicky aktivní populace 15-69 let, díky čemuž je skupina Prima jednou z nejsilnějších mediálních společností v České republice.



svými schopnostmi. Při nehodách ročně zemře 8-10 % lidí proto, že jim nebyla poskytnuta první pomoc. Statistiky přitom ukazují, že šance na přežití roste v závislosti na bezprostřední reakci lidí v okolí postiženého. Série instruktážních spotů se zaměřuje na jedny z nejčastějších situací, kdy je důležitá každá vteřina

a pomoc přispívá k záchraně lidského života. Kampaň si tak klade za cíl prostřednictvím oblíbených tváří seriálu Modrý kód, který je orientován do prostředí urgentního příjmu, vzdělávat širokou veřejnost, aby v nečekaných situacích, kdy jde o život, věděla, jak jednat. Instruktážní spoty, které natočili seriáloví herci v bílých pláštích, jsou nasazeny na kanálech skupiny Prima a běží i v čekárnách lékařů. Nechybí ani osvěta v oblasti první pomoci na primáckých eventech, kde herci společně s Českým červeným křížem instruuji veřejnost.

KOMUNIKACE A ÚSPĚCHY

V loňském roce prošla hlavní stanice Prima grafickým faceliffem - nové grafické elementy mohli diváci zaznamenávat především u předělů a přechodů. Paleta primáckých barev, která je založena na třech komplementárních (oranžová, tyrkysová a červená), se rozrostla do 14 barevných kombinací. Mezi úspěchy kanálu Prima patří několik ocenění a nominací na cenu PROMAX/BDA Europe a také ohodnocení Czech Superbrands, které Primě udělila odborná porota Brand Council v letech 2014, 2017 a 2018. V roce 2016 toto ocenění získal tematický kanál Prima COOL. V úvodu roku 2018 přišla Prima s novinkou - herci vlahkého seriálu Modrý kód ve spolupráci s Českým červeným křížem připravili osvětovou kampaň základů první pomoci. Pouhých 14 % Čechů totiž věří, že by zvládli první pomoc, 50 % lidí by se pokusilo pomoci, ale nejsou si jisti



SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

Skupina Prima podporuje charitativní projekty již od svého vzniku jak mediálním prostředím, tak spoluprací se známými tvářemi či dobročinností zaměstnanců, a to většinou napříč všemi vlastními mediátory. Od roku 2014 společnost aktivně spolupracuje s Nadací Terezy Maxové dětem, je mediálním partnerem AVON pochodu, podporuje dětský fond UNICEF, S. O. S. dětské vesničky nebo nadační fond Kapka naděje. V letošním roce představila televize Prima nový komunifní projekt Prima SVĚT, který pomáhá lokálním komunitám proměňovat zejména veřejná prostranství a vytváří tak prima svět pro život. Vybrané projekty podporuje televize nejen mediálně i finančně, ale dokonce se její zaměstnanci do projektů osobně zapojují a dobrovolnický pomáhají.



ALEŠ PÝCHA
MARKETINGOVÝ REDITEL FTV PRIMA

„Letos uplynulo už 25 let od doby, kdy Prima jako první komerční televizní stanice zahájila vysílání z Kongresového centra v Praze s pouhými 30 zaměstnanci. V průběhu let se naše společnost vyvinula do velké mediální skupiny Prima, která provozuje vysílání osmi televizních kanálů a desítky webů. Dále pod hlavičkou Solootions vydává osm tištěných médií a podílí se na organizaci více než deseti rozsáhlých eventů, které přinášejí lidem zábavu a zážitky i mimo televizní obrazovky. Těmito komunikačními kanály dokážeme oslovit téměř 100 % ekonomicky aktivní populace. Abychom dostali významu slova Prima, snažíme se na český trh vždy jako první přinášet nové formáty a přicházet s inovacemi. Nebojme se nových výzev, a proto i letošní podzim je pro nás další milník v historii Primy. Divákům přinášíme doposud nejatraktivnější program a uvádíme originální interaktivní formát s hvězdným obsazením.“

ZAJÍMAVOSTI

- NEJSLEDOVANĚJŠÍM POŘADEM OD ROKU 2010 BYLA DEBATA ČESKO HLEDÁ PREZIDENTA, VYSÍLANÁ 23. 1. 2018, KTEROU VIDĚLO 2 243 000 DIVÁKŮ (SHARE 47,37 %) V CS 15+.
- NEJSLEDOVANĚJŠÍM SERIÁLEM ZA UPLYNULÝCH 12 MĚSÍCŮ (1. 5. 2017 - 30. 4. 2018) BYLA TŘETÍ ŘADA POLDY, KTEROU V PRŮMĚRU SLEDOVALO 1 000 000 DIVÁKŮ V CS 15+ (SHARE 24,06 %).
- WEB IPRIMA.CZ V BŘEZNU CELKOVĚ NAVŠTÍVILO 3 674 350 REÁLNÝCH UŽIVATELŮ - JEDNÁ SE O DOPOSUD NEJVYŠŠÍ NAVŠTĚVNOST V HISTORII WEBU.
- AKCE SKUPINY PRIMA V ROCE 2017 NAVŠTÍVILO PŘES 130 000 ÚČASTNÍKŮ.