

Magistrát hlavního města Prahy
Vážený pan PhDr. Matěj Stropnický, náměstek primátorky
Mariánské náměstí 2
Praha 1

V Praze dne 6. ledna 2015

Věc: nabídka partnerství formou společného podniku PRAŽSKÁ REKLAMA a.s., provozujícího venkovní reklamu na území Hlavního města Prahy

Vážený pane náměstku,

obracím se na Vás jako předseda představenstva společnosti BigBoard Praha a.s., největšího provozovatele venkovní reklamy v hlavním městě, s nabídkou partnerství spočívající v založení společného podniku provozujícího venkovní reklamu v hlavním městě.

Vítám změnu ve vedení pražského magistrátu a věřím, že nyní dojde ke zlepšení komunikace mezi městem a jeho dlouhodobými obchodními partnery. Bohužel minulá rada nebyla ochotná vést žádná jednání o koncepci směřování venkovní reklamy v hlavním městě. Tento nevstřícný přístup ze strany bývalého primátora Hudečka vyvrcholil na konci jeho funkčního období přijetím nesmyslné likvidace všech provozovatelů reklamy v hlavním městě s výjimkou protěžované společnosti JCDcaux, ke které došlo v rámci schválení kontroverzních pražských stavebních předpisů (PSP). Toto nekoncepční rozhodnutí by způsobilo mimo jiné výpadek příjmů do městského rozpočtu ve výši cca 100 mil. Kč ročně za platby nájemného na městských pozemcích, zánik řady společností platících řádně daně a s tím spojených pracovních míst a v neposlední řadě znemožnění propagace neziskových, kulturních a ostatních veřejně prospěšných aktivit, které dnes ke své bezplatné propagaci venkovní reklamu velmi často využívají.

V souvislosti s probíhající diskusí ohledně problematiky PSP se v médiích objevuje řada účelových nepravdivých tvrzení, ke kterým se musím krátce vyjádřit. Není pravdou, že naše společnosti provozuje svá reklamní zařízení na městských pozemcích na základě zákulisních dohod a za pro Prahu nevýhodné nájemné. Naše společnost je naopak pro hlavní město **nejvýhodnějším nájemcem, jelikož platí nejvyšší nájemné za pronajatý metr čtvereční** ze všech nájemců, kterým Praha pronajímá pozemky. Vyplývá to i z analýzy výhodnosti pronájmu pozemků, kterou si nechal pražský magistrát zpracovat v roce 2011 společností KPMG. Společnosti holdingu BigBoard jsou dnes **největším soukromým příspěvovatelem do pražského rozpočtu** v absolutních číslech. BigBoard je partnerem města přes 20 let a jen za posledních 5 let jeho společnosti uhradily do městského rozpočtu přes **200 mil. Kč**, podobnou sumu inkasovali i ostatní pronajímatelé z řad státních i soukromých organizací. Nájemní smlouvy byly uzavřené na základě řádných výběrových řízení, ve kterých naše společnost zvítězila s nejvyšší nabídkou. Nájemní podmínky jsou tržní, pro město Prahu maximálně výhodné a náš obchodní vztah je vyvážený. Naše průměrná čistá zisková marže za posledních 10

BigBoard Praha, a.s. Štětškova 1638/18 140 00 Praha 4
Zapsaná v OR vedeném Městským soudem v Praze, spisová značka B18563

Tel.: +420 246 085 191 fax: +420 246 085 104
email: bigboard@bigboard.cz web: www.bigboard.cz

číslo účtu: 51- 252 806 0297/ 0100
IČ: 24226491 DIČ: CZ 24226491

BigBoard

let činí **5,7%**. To je podle mého názoru přiměřený zisk, který je v přímém rozporu s „miliardovými zisky na úkor města“, ze kterých nás obviňoval minulý primátor Hudeček a některá média.

Umístování reklamních zařízení už před platností PSP podléhalo poměrně přísnému stavebnímu řízení, ve kterém měla možnost se vyjádřit celá řada dotčených orgánů státní správy a které bylo zárukou, že reklamní zařízení nebudou instalována v nebezpečných a agresivních lokalitách. Naše společnost věnuje velkou pozornost legitimitě schvalovacího procesu a **provozujeme pouze řádně povolená reklamní zařízení**.

Naše společnost je **dlouholetým stabilním partnerem** nejen hlavního města a jeho městských částí, ale i řady ostatních českých měst a obcí, mnoha městských a státních podniků, jako je např. Letiště Praha, ŘSD, TSK a další. Jsme transparentní společnost. Procházíme každoročním auditem renomované auditorské společnosti KMPG, která detailně prověřuje nejen účetnictví našich společností, ale i vlastnické vazby v akcionářské struktuře. Jako emitenti dluhopisů obchodovaných na pražské burze jsme pod stálým dohledem ČNB, pro kterou jsme povinni plnit detailní informační povinnosti.

Tvrdím, že naše podnikatelská činnost je nejen pro hlavní město výhodná a je nerozumné ji likvidovat pomocí úřední represe. Jelikož chápu, že má tvrzení jsou pro Vás obtížně ověřitelná a budou neustále napadána ze strany odpůrců venkovní reklamy, nabízím Vám možnost přímé kontroly. **Nabízím Vám vytvoření společného podniku PRAŽSKÁ REKLAMA a.s.**, který by provozoval reklamní zařízení na městských pozemcích v Praze. Do společné akciové společnosti by naše společnost vložila své reklamní konstrukce, které jsou instalovány na městských pozemcích. Město by získalo ve společnosti bezplatně svůj podíl, členství v představenstvu a dozorčí radě a díky kontrolním právům zakotveným ve stanovách i **kontrolu nad možnostmi nové výstavby reklamních konstrukcí v metropoli**. Město by i nadále inkasovalo nájemné a navíc by mělo kontrolu nad přiměřeností jeho výše. Podnik by generoval zisk a město by mělo ze zisku svůj podíl.

Vlastnictví podílu ve společnosti **PRAŽSKÁ REKLAMA a.s.** by mělo pro hlavní město následující nezpochybnitelné výhody:

- Díky účasti zástupců města v orgánech společného podniku by město mělo přímou kontrolu nad dodržováním pravidel regulace venkovní reklamy.
- Město by mělo přímou kontrolu nad přiměřeností výše placeného nájemného díky sledování rentability jednotlivých reklamních konstrukcí. To by znamenalo maximalizaci finančního výnosu pro město.
- Podíl na zisku z venkovní reklamy znamenající dodatečný finanční přínos městu.
- Možnost využití technických a lidských zdrojů společného podniku k likvidaci nepovolené „černé“ reklamy. Možnost budování finančního fondu pro tyto účely.
- Zisk podílu v hodnotné společnosti bez jakékoliv finanční investice ze strany města.

Zároveň se nabízí využít tento společný podnik pro budoucí provozování **nového městského mobiliáře**. Nevýhodnost stávajícího kontraktu se společností JCDecaux je již zřejmá všem a je jen otázkou času, kdy bude vypovězena a nahrazena novým, výhodnějším partnerstvím. Společný podnik by využil finančních zdrojů a know-how BigBoardu a zároveň umožnil hlavnímu městu kontrolu nad kvalitou a výhodností provozování

BigBoard Praha, a.s. Štětkova 1638/18 140 00 Praha 4
Zapsaná v OR vedeném Městským soudem v Praze, spisová značka B18563

Tel.: +420 246 085 191 fax: +420 246 085 104
email: bigboard@bigboard.cz web: www.bigboard.cz

číslo účtu: 51- 252 806 0297/ 0100
IČ: 24226491 DIČ: CZ 24226491

městského mobiliáře pro město. Máme s jeho provozování zkušenosti ze zahraničí a jsme si jisti, že městský mobiliář je možné provozovat kvalitněji a s větším přínosem pro město. Současné finanční plnění městu by bylo možné navýšit trojnásobně bez snížení kvality služeb poskytovaných Pražanům.

V současné době probíhá proces návrhu podoby nového, moderního a funkčního městského mobiliáře, který připravují pod dozorem renomovaných českých designérů ze společnosti Olgoj Chorchoj studenti pražské UMPRUM. Výsledky budou realizovány ve spolupráci s českým výrobcem městského mobiliáře MMCité a budou prezentovány odborné i široké veřejnosti na jaře tohoto roku. Věříme, že budeme mít možnost s jeho podobou seznámit i Vás.

I my chápeme problém přesycenosti některých lokalit venkovní reklamou. Paragrafy pražských stavebních předpisů, týkající se venkovní reklamy, však nepředstavují žádnou v zahraničí běžnou formu regulace. Je to bohužel jen další důsledek neschopnosti úřadů vymáhat dodržování stávajících zákonů a kopíruje přístup úřadů k podnikání v ČR za posledních 25 let. Stát nastavil v rámci stavebního zákona podmínky, které ale přestal vymáhat. Následně se rozbujel trh s nelegální reklamou a kolem komunikací je nyní záplava billboardů. Úřad dnes není schopen sdělit, kolik billboardů stojí legálně a které to jsou. Situaci „řeší“ absolutním zákazem, který ale dopadne především na společnosti, které mají reklamu řádně povolenu stavebními úřady, platí nájemné, daně a zaměstnávají stovky lidí. V PSP se jedná pouze o prostou plošnou likvidaci bez zkoumání specifik jednotlivých lokalit a jejich urbanistické využitelnosti. Naše iniciativa www.regulacereklamy.cz naproti tomu nabízí řešení problému přesycenosti některých veřejných prostranství pomocí regulace, která by brala na zřetel specifickou povahu každé lokality.

Iniciativa **regulacereklamy.cz** se skládá z následujících čtyř bodů:

1. Stanovení jasných pravidel regulace množství a formátu reklamy povolené v daném území. Tato pravidla se mění podle charakteru každé lokality:

a) Oblast památkové ochrany

Zůstává stávající právní úprava, tedy zákaz komerční venkovní reklamy o ploše nad 4 m².

b) Oblast vnějšího kompaktního města

Nepovolovat žádnou venkovní reklamu větší než 6 m² v urbanisticky exponovaných místech, tak jak je předpokládá Manuál pro tvorbu veřejných prostranství (nábřeží, náplavky, centrální náměstí městských částí, pěší zóny). Mimo urbanisticky exponovaná místa v oblasti Vnějšího kompaktního města povolovat prodloužení již existující venkovní reklamy a výjimečně i novou reklamu pouze za podmínky, že ve vzdálenosti rovnající se dvojnásobku plochy prodloužovaného panelu se nenachází žádný jiný povolený reklamní panel s plochou větší než 6 m².

c) Území vnějšího pásma

Lze povolovat novou či prodloužovat již existující venkovní reklamu pouze za podmínky, že ve vzdálenosti do dvojnásobku plochy prodloužovaného panelu se nenachází žádný jiný povolený reklamní panel s plochou větší než 6 m².

2. Ve spolupráci s městem se zabývat odstraňováním nepovolené reklamy.

Nepovolená, tzv. černá reklama tvoří v Praze cca 1/3 všech ploch. Jedná se o plochy, nepovolené stavebním úřadem, které nepřinášejí městu žádné benefity. Jsou instalovány bez vědomí majitele pozemku a často nesplňují základní technické normy. Jsou často umístěny na nebezpečných místech. Jestliže dojde k dopravní nehodě a nárazu do reklamní konstrukce, bývá to v drtivé většině případů právě nepovolená reklamní plocha.

Odstraňování nepovolené reklamy není jednoduché. Společnosti se ke svým plochám veřejně nehlásí a případné požadavky na odstranění se mívají účinkem. Svaz provozovatelů venkovní reklamy proto vypracoval kompletní metodiku odstraňování nepovolené reklamy, která by umožnila efektivní a levné řešení této problematiky. Presentaci této metodiky příkládám pro Vaši informaci k tomuto dopisu. Bohužel, přestože jsme tuto metodiku magistrátu několikrát nabízeli, magistrát neprojevil žádný zájem tento problém řešit.

3. Garance výše nájemného hrazeného městu a městským částem na stávající výši
4. Povinné využití 5% reklamního prostoru pro nekomerční subjekty (neziskové organizace, kultura, sport)

Kombinací této formy regulace spolu s tlakem na odstraňování nepovolené reklamy by došlo k odhadovanému **snížení počtu reklamních ploch na cca ½ stávajícího stavu**. Zároveň by nedošlo k výraznému snížení příjmů z nájemného pro město, protože provozovatelé odstraňovaných nepovolených ploch žádné nájemné městu neplatí.

Venkovní reklama je provozována ve všech evropských metropolích. Společný podnik by byl zárukou, že bude provozována v souladu se zájmy hlavního města a pod jeho kontrolou. To je argument, který musí akceptovat i odpůrci venkovní reklamy v její nynější formě. Bylo by to elegantní řešení nynějších dohadů a hrozících dlouholetých a nic neřešících sporů.

Věřím, že Vás má nabídka zaujme a jsem připraven se s Vámi kdykoliv sejit a prodiskutovat toto téma osobně.

S přáním všeho dobrého v novém roce,



Ing. Richard Fuxa
předseda představenstva
BigBoard Praha, a.s.

BigBoard Praha, a.s. Štětškova 1638/18 140 00 Praha 4
Zapsaná v OR vedeném Městským soudem v Praze, spisová značka B18563

Tel.: +420 246 085 191 fax: +420 246 085 104
email: bigboard@bigboard.cz web: www.bigboard.cz

číslo účtu: 51- 252 806 0297/ 0100
IČ: 24226491 DIČ: CZ 24226491