

Jak Praha prodělala na kšeftech s billboardáři nejméně 180 milionů

kverulant.org/cases/praha-mesto-billboardu

3. července 2023

Praha uzavřela v roce 2008 smlouvu se společností JCDecaux o povolení 350 billboardů za výstavbu přístřešků na zastávkách MHD. Smlouva byla pro město krajně nevýhodná. Praha na ní trátila nejméně 180 milionů korun. Kverulantovi vždy vadilo kšeftování s veřejným prostorem na úkor veřejných rozpočtů a roky usiloval o zrušení této smlouvy. Jeho usedavá kritika nevýhodné smlouvy nakonec vedla k tomu, že smlouva skončila v roce 2022 a začala demontáž jednotlivých billboardů. Ta však postupuje zoufale pomalu. V ulicích města zůstalo v půlce července 2023 ještě 477 prvků s reklamou. Kverulant proti této liknavosti protestuje a dál bude pečlivě sledovat, zda nakonec budou billboardy skutečně odstraněny. Podpořte Kverulanta v jeho boji proti billboardům a nevýhodným smlouvám alespoň symbolickou částkou.



Lídři pražské ODS v roce 2010. Zleva Pavel Klega, Boris Štastný, Bohuslav Svoboda, Petr Bříza, Petr Hána, Rudolf Blažek, Jan Kalousek | foto ODS

Nevýhodné smlouvy

V prosinci roku 2008 uzavřel magistrát dodatek smlouvy s firmou JCDecaux, Městský mobiliář s.r.o. Ta byla tehdy společným podnikem francouzské matky JCDecaux a české billboardové společnosti BigBoard. Platnost dodatku měla skončit až 30. června 2022. Magistrát v době podpisu tvrdil, že tento dodatek narovnal pro Prahu nevýhodnou smlouvu z roku 1994. Na první pohled to tak dokonce vypadalo. Hodný JCDecaux se v dodatku zavázal přidat ke stávajícím 600 dalším 300 nových čekáren MHD a 50 kontejnerů na tříděný odpad. JCDecaux se také zavázal, že bude Magistrátu platit nejméně 9 milionů ročně. A jako třešničku na dort ještě JCDecaux přihodil Magistrátu možnost zadarmo používat jednu stranu každého billboardu. Tehdejší náměstek primátora Pavel Klega tehdy tvrdil, že Praha tak získá za dobu trvání dodatku celkem 358 milionů korun. Prý si na to nechali vypracovat znalecký posudek. No prostě idylka.

Jenže při bližším zkoumání to žádná idylka nebyla a není. Spíš pořádný tunel. 358 milionů korun pro magistrát vypadalo lákavě, ale to tvrdil pan Klega, který je pod dodatkem podepsán. Celková částka ve výši 358 milionů korun odpovídá roční platbě ve prospěch magistrátu v průměrné výši 28,6 milionu korun. Kverulant měl o výši této částky velké pochybnosti od samého počátku. Oprávněně. Počátkem roku 2016 zjistil, že JCDecaux platí magistrátu přibližně třikrát méně, jen asi 10 až 12 milionů korun ročně.

K dotazu „*jaké bylo finanční plnění od uzavření dodatku v prosinci 2008 do současnosti*“ sdělujeme, že dodatek ke smlouvě byl uzavřen dne 22.1.2009.

Za rok 2015 obdrželo hl. m. Praha celkem 12,1 mil. Kč, za rok 2014 celkem 12,1 mil. Kč, za rok 2013 celkem 11,9 mil. Kč, za rok 2012 celkem 11,4 mil. Kč, za rok 2011 celkem 11,2 mil. Kč, za rok 2010 celkem 11 mil. Kč a za rok 2009 celkem 10,5 mil. Kč

citace z odpovědi Magistrátu z 4. 1. 2016

Ztráta 180 milionů korun

Na konci roku 2022 Kverulant zjistil, že místo Klegou tvrzených 358 milionů korun dostala Praha od roku 2009 celkem jen méně než polovinu této částky a to 178 milionů korun. Praha tak přišla nejméně o 180 milionů korun. V zájmu objektivit je však třeba říct, že JCDecaux na základě původní smlouvy a Klegova dodatku pro Prahu postavil a provozoval 873 přístřešků na zastávkách městské hromadné dopravy. A co za to JCDecaux dostal? Inu nebylo toho málo. Praha vypečené společnosti povolila vybudování a provozování více než 1 300 reklamních prvků s vizuálním smogem. Z toho bylo 350 billboardů.

1. Povinný povolil na základě smlouvy následující počty reklamních zařízení.

	1994-2009	2009-2021 (po účinnosti dodatku č.1)
Sloupy	75	75
Hodiny	40	40
city light vitríny	350	350
city light boardy	50	300
stojan na kola	15	15
zábradlí	1300 m	1300 m
kontejnery na odpad		50

Citace z odpovědi Magistrátu hlavního města Prahy, datováno 31. 10. 2022

Billboardy v historickém centru Prahy

Billboardy byly protlačeny i do historického centra města, a to i přesto, že tam podle vyhlášky o obecných technických požadavcích na výstavbu v hlavním městě Praze (OTP) být nesmějí. Jeden billboard je na Malé Straně, dva na Hradčanech, pět na Novém Městě a jedenáct poutačů přibýlo na Vinohradech. Několik billboardů bylo postaveno v oblastech se stavební uzávěrou, magistrát schválil výjimku. S budováním billboardů bylo třeba spěchat. Zejména před volbami v roce 2010. Dodatek s JCDecaux totiž dává magistrátu možnost mít na jedné straně billboardu svoji reklamu zadarmo. A tak bylo třeba ukázat voličům, jak se ODS o město dobře starala.



Praha, Nádražní ulice, duben 2010, foto Kverulant.org

Plakáty ODS se na billboardy vrátily i před komunálními volbami v roce 2010. Trestní oznámení pro podezření, že ODS pro svou propagaci zneužila plochy určené pro nekomerční využití, bylo podáno, ale posléze odloženo. Tematické návrhy pro nekomerční využití vitrín schvaluje čtvrtletně městská rada. Po mnoho měsíců se na nich město prezentovalo groteskní kampaní: „Praha, město kultury“. Kverulant si myslí, že heslo „Praha, město billboardů“ by odpovídalo realitě více.

Billboardy uprostřed křižovatek

Další billboardy stojí v těsné blízkosti nebo přímo uprostřed frekventovaných křižovatek, ve středních dělicích pásech komunikací nebo u výjezdů z rychlostních silnic. Z hlediska bezpečnosti silničního provozu jsou tyto nosiče velmi rizikové, neboť na kritických místech rozptylují pozornost řidičů, často dokonce některé značky či semaforey zakrývají nebo jim tvoří

„pozadí“. Někde dokonce zakrývají výhled řidiče na přechod pro chodce, na kterém svítí zelená jak chodcům, tak vozidlům, co přes něj jedou.



Praha, křižovatka Českobrodská, Pod Táborem únor 2011, foto Kverulant.org

Ničemný znalecký posudek

„Dopravní psychologové“ ale mají na bezpečnost silničního provozu radikálně odlišný názor. Zvláště když jim billboardáři z JCDecaux dobře zaplatili. To se pak nerozpakovali vydávat hromadné „znalecké posudky“. Kverulant pochybuje, že PhDr. Břichová vůbec opustila moravské Slatinice, aby zkoumala pražské billboardy. To jí však nebránilo podepsat se pod dokument velmi pochybné úrovně:

Věc: Vyjádření k umístění městského mobiliáře – městských informačních vitrín

Umístění:

Pozice	městská část	Lokalita		parcelní číslo	katastrální území
CLB515	4	Hlavní	Senohrabská	3047/1	Záběhllice
CLB521	4	Na Pankráci	Na Veselí	3103/1	Nusle
CLB573	9	Průmyslová	Českobrodská	2106/1	Hloubětín
CLB574	9	Českobrodská	Pokorného	2517/2	Hloubětín
CLB575	9	Spojovací	Na Žertvách	2677/1	Libeň
CLB576	9	Českomoravská	Klečákova	508	Vysočany
CLB577	9	Kbelská	Kolbenova	2557/4	Hloubětín
CLB578	9	Vysočanská	Litoměřická	1220	Prosek
CLB 579	9	Freyova	Ocelářská	1993/1	Vysočany

Vyjádření:

Umístění městský informačních vitrín je navrhováno u frekventovaných komunikací, u jejich křížení a dělení. I když je většina městských informačních vitrín umístěna v těsné blízkosti křižovatek, skutečnost, že křižovatky jsou světelné a bezpečnost chodců na přechodech je zajištěna těmito světlými, nebudou plochy a obsah vitrín ovlivňovat chování řidičů, a tím ohrožovat bezpečnost silničního provozu.

Závěr:

Vzhledem k uvedeným skutečnostem nejsou z hlediska dopravní psychologie námitky proti umístění městských informačních vitrín ve výše uvedených lokalitách.

V Slatinicích dne 6. října 2010

PhDr. Lenka Brichová
dopravní psycholog
řádný člen Asociace dopravních psychologů

PhDr. Lenka BRICHOVÁ
dopravní psycholog
IČO: 01124727




citace z vyjádření "dopravního psychologa"

Podle Silničního zákona je v bezprostřední blízkosti pozemní komunikace v obci zakázáno umísťovat cokoli, co by mohlo snižovat viditelnost, rozpoznatelnost či účinnost dopravních značek a zařízení nebo rozptylovat pozornost účastníků provozu. Navíc by měly být všechny billboardy opatřeny svodidlem dle normy. Svodidla většinou chybí úplně nebo nejsou podle normy. Ale to magistrátu nevadilo a v letech 2009 a 2010 vesele a rychle kolaudoval. Zákon, nezákón. Pak se však trend změnil. I díky Kverulantovi si městské části uvědomily, že dodatek mezi JCDecaux a magistrátem pro ně není nikterak závazný, a začaly využívat zákonné možnosti, jak nové billboardy nepovolovat. JCDecaux tak měl koncem roku 2015 postaveno jen 100 billboardů z celkového zamýšleného počtu ve výši 250 billboardů.

Podnět na Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

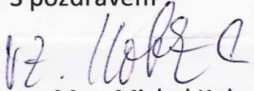
Kverulant se už od roku 2008 nehodlá smířit s existencí nemravného dodatku. Vadí mu kšeftování s veřejným prostorem na úkor veřejných rozpočtů. Kverulant si myslel, že dodatek, na kterém někdo vydělá skoro miliardu, nelze podle zákona podepsat bez výběrového řízení. Proto Kverulant podal první podnět ÚOHS a domáhal se zrušení celého dodatku. Po roce urgencí se však dočkal jen zamítnutí svého podání:



ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE

VÝSLEDEK ŠETŘENÍ PODNĚTU

Číslo jednací: ÚOHS-P159/2011/VZ-1651/2012/550/SWa Vyřizuje/linka/fax: Mgr. Walterová / 842 / 115 V Brně dne: 26. 1. 2012

K Vámi podanému podnětu Úřad sděluje, že po provedeném šetření obsahu podnětu ve spojitosti s příslušnými podklady týkajícími se uzavření výše uvedené smlouvy a jejího dodatku, včetně vyjádření zadavatele k obsahu podnětu a předloženého znaleckého posudku, **neshledal důvody pro zahájení správního řízení z moci úřední**, což však do budoucna nevyklučuje možnost následného přezkoumání postupu zadavatele, vyjdou-li najevo nové skutečnosti.

S pozdravem

v z. Mgr. Michal Kobza


Úřad pro ochranu
hospodářské soutěže
třída Kpt. Jaroše 7
604 55 Brno

JUDr. Eva Kubišová
místopředsedkyně

citace vyrozumění ÚHOS 26.1.2012

Podání k Evropské komisi

Kverulant se však nevzdal a připravil podání k Evropské komisi. Podání, resp. stížnost na porušení zákona při podpisu dodatku mezi magistrátem a JCDecaux odešla do Bruselu v říjnu 2012 a tam byla Evropskou komisí dlouho „projednávána“. Než byl Brusel se svým „zkoumáním“ hotov, změnil se v roce 2013 v ČR zákon, kterým se činnost ÚOHS řídí. Úřadu přibyly nové pravomoci, tzv. „dozor nad orgány veřejné správy“. Novela zakotvila pro všechny orgány veřejné správy zákaz narušit hospodářskou soutěž podporou zvýhodňující určitého soutěžitele nebo jiným způsobem. A přesně to se podle Kverulanta stalo. Dle tehdy nového § 22aa odst. 2 ZOHS

mohl ÚOHS za správní delikt spáchaný orgánem veřejné správy ve smyslu citovaného ustanovení uložit pokutu až do výše 10 milionů korun. A tak Kverulant nelenil a v dubnu 2013 podal na ÚOHS další, již druhé podání. Odpověď ÚOHS byla na poměry české kotliny blesková. ÚOHS přišel na to, že když už rozhoduje Brusel, oni mohou mlčet. V tom jsou čeští úředníci opravdu dobří.

Bruselští byrokraté sice nebyli tak rychlí, ale za svými českými kolegy zase nezůstali pozadu v alibismu. Evropská komise po roce zkoumání zaslala Kverulantovi dopis, že to je vše MOŽNÁ OK, ale pokud NENÍ, musí to Kverulant komisi znovu napsat. A když do měsíce nenapíše, že NENÍ, bude si Komise myslet, že si to Kverulant rozmyslel a svoji stížnost bere zpět.

Kverulant to samozřejmě nevzdal a trval na vyřízení své stížnosti, ale ani to nakonec nepomohlo. V únoru 2014 Komise rozhodla, že se Kverulantovým podmětem zabývat nebude, protože je na první pohled jasné, že vše je v naprostém pořádku, a to proto, že to tvrdí posudek, který si Praha nechala zpracovat.

Billboardáři se hádají

Rok 2014 byl vůbec bohatý na události. Nejprve společnost JCDecaux, Městský mobiliář, spol. s r.o., opustila česká billboardová společnost BigBoard a zůstal jen francouzský vlastník. Pak se v srpnu 2014 v Praze začaly ve velkém objevovat billboardy, které upozorňovaly na krajně nevýhodný dodatek smlouvy mezi Prahou a JCDecaux. Za kampaní proti JCDecaux stál její bývalý partner, v tu dobu však už jen její hlavní konkurent, největší česká billboardová společnost BigBoard. Kdo jiný by mohl lépe vědět, že městský mobiliář dodávaný Praze je opravdu předražen, než ten, kdo ho společně s francouzskou JCDecaux více než pět let dodával.



BigBoard se dokonce rozhodl sdělit veřejnosti, kolikrát je dodávaný městský mobiliář předražen:



Kampaň BigBoardu s ušlechtilým názvem „Pro lepší město“ pokračovala i na podzim roku 2015. BigBoard se snažil veřejnost přesvědčit, že městský mobiliář pro Prahu má být zainvestován a provozován soukromou společností, která by ho následně financovala z příjmů z reklamy na mobiliáři. Je celkem evidentní, že hochům z BigBoardu nešlo o to, aby se Praha stala lepším městem. Kdyby to mysleli vážně, asi by museli z Prahy stáhnout stovky svých billboardů. BigBoardu šlo o to, aby v dodatku smlouvy s magistrátem nahradil JCDecaux. Má-li však BigBoard hodně vydělat, princip musí zůstat stejný. A tím je parazitování na veřejném rozpočtu a veřejném prostoru. Tyto veřejné statky nepatří ani BigBoardu, ani JCDecaux a ani pražským radním, ale nám všem. Zkušenosti ukazují, že tyto hodnoty je třeba chránit a přesně to Kverulant dělá.

Pražské stavební předpisy

Ale BigBoard neútočil jen na konkurenci z JCDecaux. Terčem byly nové Pražské stavební předpisy (PSP). Tento prováděcí předpis ke stavebnímu zákonu upravuje obecné požadavky na využívání území a na výstavbu v hlavním městě. Součástí původně navržené normy byla i rozsáhlá regulace venkovní reklamy, a právě proto spustili billboardáři kampaň s cílem PSP zrušit. To se jim sice nepodařilo, ale nakonec byla v květnu 2016 schválena taková verze stavebních předpisů, která pouze zajistí, že se pražská billboardová džungle nebude rozšiřovat. I to však lze vzhledem k vlivné billboardové lobby označit za úspěch. Významným pokrokem je pak možnost podle schválených PSP zcela zakázat reklamu prostřednictvím územních a regulačních plánů jednotlivých městských částí.

Kverulantovo druhé podání na ÚOHS

Nyní však zpět k dodatku smlouvy s firmou JCDecaux. Jak už bylo řečeno, Kverulant sice bitvu u Evropské komise prohrál, ale v roce 2013 se změnil zákon a ÚOHSu přibyla nová pravomoc, tzv. „dozor

nad orgány veřejné správy“, a proto Kverulant v září 2014 odeslal na ÚHOS již zmíněné druhé podání. Zprvu se zdálo, že tentokrát se jím ÚOHS bude konečně zabývat. Dokonce se zdálo, že ÚOHS to vezme z gruntu a bude se zabývat nejen dodatkem z roku 2008, ale celou smlouvou z roku 1994:

Tímto Vás informujeme, že smlouva, kterou hlavní město Praha uzavřelo v roce 1994 se společností JCDecaux, Městský mobiliář, spol. s r.o., je v současnosti přezkoumávána v rámci podnětu týkajícího se regulace reklamních ploch na území hlavního města Prahy. O výsledku šetření Vašeho podnětu Vás Úřad bude písemně informovat.

citace z dopisu ÚOHS ze dne 9.10.2014

Kverulantovo třetí podání na ÚOHS

Ale ani v červnu 2016 ještě nebylo o Kverulantově druhém podání na ÚOHS rozhodnuto. Proto se Kverulant rozhodl připravit a podat nové, již třetí podání. Kverulantovi právníci tentokrát zjistili, že Praha měla v roce 2008 postupovat podle koncesního zákona a vybrat provozovatele billboardů v koncesním řízení, které by dalo šanci i ostatním. Praha tak patrně mohla získat lepší cenu a lepší podmínky.

Jen odborníci patrně vědí, že základní právní úpravu veřejného investování tvoří nejen zákon o veřejných zakázkách, ale také koncesní zákon. Hlavní rysy koncesního řízení jsou shodné se zadávacím řízením zákona o veřejných zakázkách. Cílem je vybrat nejvhodnější nabídku a uzavřít mezi veřejným zadavatelem a koncesionářem koncesní smlouvu. Smlouvou o veřejné zakázce se dodavatel zavazuje poskytnout zadavateli plnění, například postavit kus silnice, a zadavatel se zavazuje za to zaplatit. V koncesní smlouvě se sice koncesionář také zavazuje k poskytnutí služeb či provedení díla, ale zadavatel se zavazuje umožnit koncesionáři brát z poskytnutého plnění užítky. V případě billboardů jsou těmito užítky peníze inkasované od zadavatelů reklamy. Koncesní smlouvou koncesionář přebírá podstatnou část rizika, které souvisí s poskytováním služeb. V případě billboardů je tímto rizikem

nezískání dostatečného příjmu od inzerentů. Výstavba a provozování billboardů na městských pozemcích jsou tedy učebnicovým příkladem koncesní smlouvy.

Bohužel Kverulant nebyl úspěšný ani se svým třetím podáním na ÚOHS, jak se dozvěděl v lednu 2017. Sdělení ÚOHS o výsledku šetření se dá shrnout takto: *„Moc rádi bychom Kverulantovy podněty prošetřili, ale protože jsme roky, a to i přes Kverulantovy opakované stížnosti, nereagovali, tak nám mezitím nabyly účinnosti nový zákon, který zkrátí maximální dobu trestní odpovědnosti z 10 na 5 let a už se nedá nic dělat.“* Kverulant si však nemyslí, že se nedá nic dělat, a tak v únoru 2017 odeslal na ÚHOS nové podání. Tentokrát šlo o opatření proti nečinnosti, resp. stížnost proti způsobu vyřízení Kverulantova podnětu přímo u předsedy ÚOHS. Bohužel ani tentokrát nebyl úspěšný. Předseda úřadu Petr Rafaj mu v obsáhlém vyrozumění o vyřízení stížnosti na konci března oznámil, že jeho stížnosti nevyhovuje.



Praha 5, únor 2011, foto Kverulant.org

Výměna zastávek

Jak už bylo řečeno, usedavá kritika nevýhodné smlouvy však nakonec vedla k tomu, že smlouva skončila v roce 2022 a začala demontáž jednotlivých billboardů. Městská firma Technologie hlavního města Prahy (THMP) vybrala společnost Premio Invest, která pro ni provádí stavební práce nutné pro výměně přístřešků na zastávkách MHD za nové.

Celková cena jedné instalace je podle THMP i s projektovými pracemi 150 až 180 tisíc. Na samotné přístřešky v roce 2021 firma vybrala dodavatele, cena jednoho v běžném provedení je asi 350 tisíc korun včetně skel. Na konci třetího čtvrtletí roku 2022 bylo odstraněno celkem 292 přístřešků a vybudováno 283. Za nové zastávky město zaplatilo 167 milionů korun. To je 560 tisíc na jednu novou zastávku. To jistě není málo, ale zhruba to odpovídá vysoutěžené ceně. Celkem město plánuje vyměnit 700 zastávek. Hotovo má být do konce ledna roku 2023.

Na podobu zastávek nechalo město už v roce 2018 vypsát designovou soutěž, kterou vyhrála designérská dvojice Michal Froněk a Jan Němeček ze studia Olgoj Chorchoj spolu s Alešem Kachlíkem a Martinem Klanicou.



Vítězný návrh studia Olgoj Chorchoj

Pomalá demontáž billboardů

A jak probíhá odstraňování více než 1300 reklamních prvků, které si JCDeaux v Praze pořídila? Velmi, velmi pomalu. a tak do konce třetího čtvrtletí roku 2022 bylo odstraněno pouhých 7 reklamních sloupů, 68 reklamních vitrín a 11 velkých billboardů.

1) Odstraněny byly následující počty mobiliáře:

	Q1	Q2	Q3
Sloupy	6	0	1
Hodiny	0	0	0
city light vitríny	62	0	6
city light boardy	10	0	1

Citace z odpovědi Technologie hlavního města Prahy, datováno 1. 11. 2022

Kverulant se s tímto liknavým postupem odmítl smířit a v listopadu 2022 opět vyzval politiky a úředníky z Pražského magistrátu, aby konečně začali vizuální smog likvidovat. Mnoho to nepomohlo. Přestože podle dohody podepsané v roce 2021 mezi hlavním

městem Prahou a společností JCDecaux měla reklamní společnost vitríny na své náklady demontovat nejpozději do 31. 3. 2023, byly ještě v půlce července 2023 na ulicích stovky billboardů a to včetně reklamy na nich. I to je porušení smlouvy. Pokud by z nějakého důvodu k odstranění nedošlo, nesměla na ně firma umisťovat reklamu. Podle dostupných informací dosud v ulicích města zůstalo půlce července 2023 ještě 477 reklamních prvků s reklamou.

I proto Kverulantovi kolegové z iniciativy Přidej se a strhni to uspořádali 13. července 2023 happening. Během kterého LCD obrazovky v ulici Na Příkopěch v Pražské památkové rezervaci, zapsané na seznamu světového dědictví UNESCO, přelepili výstražnou páskou a cedulí “NELEGÁLNÍ STAVBA”. Mimo to opět vyzvali vedení Prahy k bezodkladnému zajištění naplnění dohody z roku 2021 s cílem zbavit město všech nelegálních a obtěžujících reklamních zařízení.



Praha 13. 7. 2023, happening proti nelegální reklamě v centru Prahy. Foto: Přidej se a strhni to.

Prosba o podporu

I Kverulantova usedavá kritika nakonec vedla k tomu, že se Praha s JCDecaux rozešla a začala demontáž jednotlivých billboardů. Ta však vážne. Billboardářům jde o velké peníze z jejich pronájmu a některým politikům a úředníkům možná o velké peníze z úplatků. Kverulant bude dál pečlivě sledovat i to, zda nakonec budou opravdu přístřešky na MHD nahrazeny transparentně a za rozumnou cenu. Kverulantův boj proti korupci a billboardové lobby tak ještě zdaleka nekončí. Pomozte nám zastavit billboardovou mafii jakkoliv malým, zato však pravidelným finančním darem.

Za Kverulantův tým Vojtěch Razima

[Zpět na výpis kauz](#) [Chci darovat](#)