# Kšefty pražských politiků s billboardáři

kverulant.org/cases/praha-mesto-billboardu

23. června 2024

**Praha uzavřela v roce 2008 smlouvu se společností JCDecaux (JCD) o povolení 350 billboardů za výstavbu přístřešků na zastávkách MHD. Smlouva byla pro město krajně nevýhodná. Praha na ní tratila nejméně 178 milionů korun. Kverulantovi vždy vadilo kšeftování s veřejným prostorem na úkor veřejných rozpočtů a roky usiloval o zrušení této smlouvy. Jeho kritika nakonec vedla k tomu, že smlouva skončila v roce 2022 a začala velmi pomalá demontáž jednotlivých billboardů. V létě 2024 však přišel zvrat. Místo toho, aby billboardy definitivně zmizely rozhodlo se město si zbylých 160 billboardů od JCD koupit a provozovat. Celkem za 133 milionů korun. JDC sice ještě Praze přidá 420 demontovaných zastávkových přístřešků, ale i tak lze konstatovat, že Praha na kšeftech s billboardáři prodělala nejméně 311 milionů korun. Kverulant proti tomuto kšeftu protestuje a v červenci 2024 podal další podmět na Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Kverulant bude usilovat o vyčištění našeho hlavního města od reklamního smogu. Podpořte Kverulanta v jeho boji proti vizuálním smogu a proti nevýhodným smlouvám alespoň symbolickou částkou.**

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

## Nevýhodné smlouvy

V prosinci roku 2008 uzavřel magistrát dodatek smlouvy s firmou JCD, Městský mobiliář s.r.o. Ta byla tehdy společným podnikem francouzské matky JCD 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 JCD se v dodatku zavázal přidat ke stávajícím 600 dalších 300 nových čekáren MHD a 50 kontejnerů na tříděný odpad. JCD se také zavázal, že bude Magistrátu platit nejméně 9 milionů ročně. A jako třešničku na dort ještě JCD 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. Spíš pořádný tunel. Celkem 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 objektivity je však třeba říct, že JCD na základě původní smlouvy a Klegova dodatku pro Prahu postavil a provozoval 873 přístřešků na zastávkách městské hromadné dopravy. A co za to JCD 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 pražští politici potlačili 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 na Malé Straně, dva na Hradčanech, pět na Novém Městě a jedenáct poutačů přibylo 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 JCD totiž dával 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 byly umístěny 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 semafory 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 JCD dobře zaplatili. To se pak nerozpakovali vydávat hromadné „znalecké posudky“. Kverulant pochybuje, že PhDr. Brichová 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 | Záběhlice |
| 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 světly, 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
ASOCIACE DOPRAVNÍCH PSYCHOLOGŮ

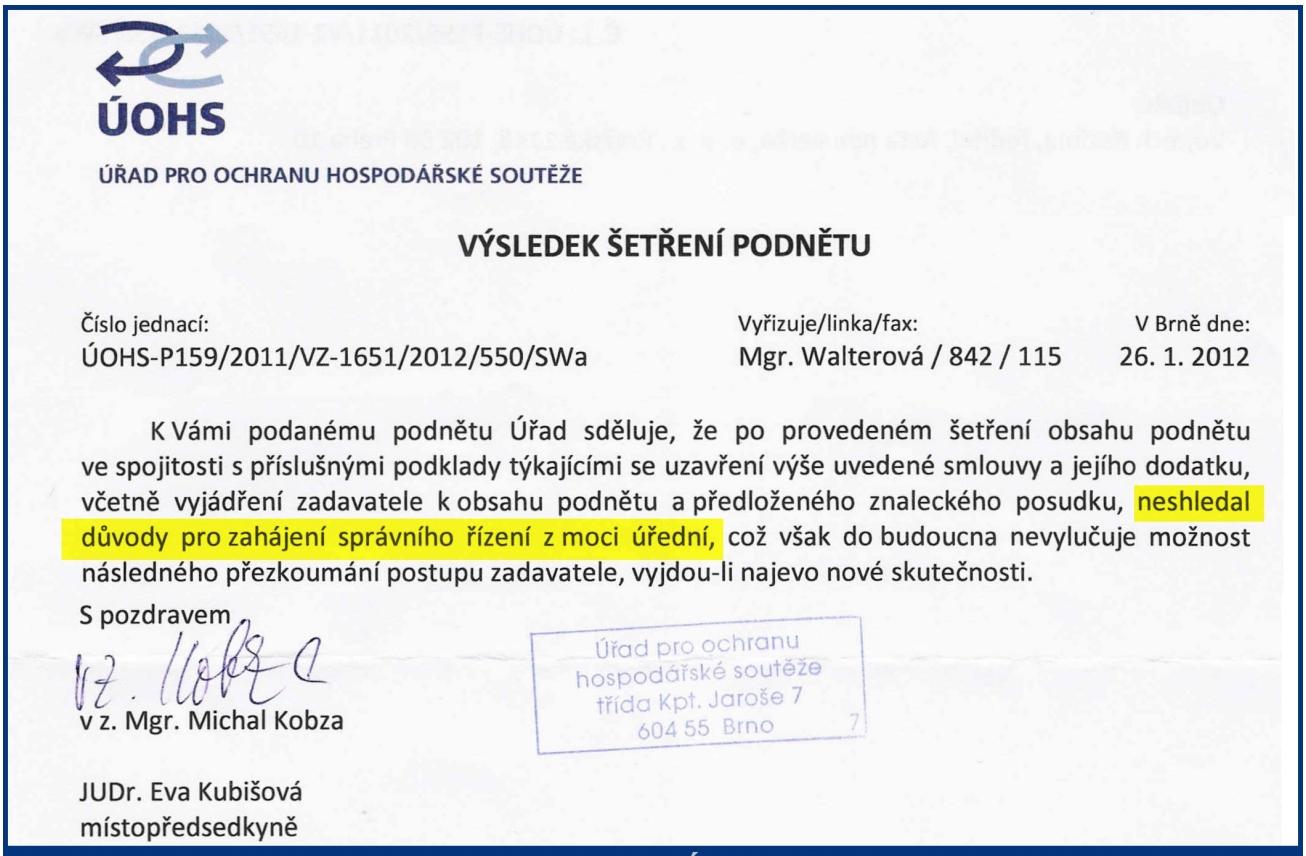
**citace z vyjádření "dopravního psychologa"**

Podle Silničního zákona je v bezprostřední blízkosti pozemní komunikace v obci zakázáno umísťovat cokoliv, 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 chyběla úplně nebo nebyla postavena podle normy. Ale to magistrátu nevadilo a v letech 2009 a 2010 vesele a rychle kolaudoval. Zákon, nezákon. Pak se však trend změnil. I díky Kverulantovi si městské části uvědomily, že dodatek mezi JCD a magistrátem pro ně není

nikterak závazný, a začaly využívat zákonné možnosti, jak nové billboardy nepovolovat. JCD tak měl koncem roku 2015 postaveno jen 100 billboardů z celkového zamýšleného počtu ve výši 250 billboardů.

## Podnět na Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Kverulantovi vždy vadilo kšeftování s veřejným prostorem na úkor veřejnosti a ve prospěch „byznysových“ zájmů. Kverulant byl přesvědčen, že dodatek, na kterém někdo vydělá skoro miliardu, nelze podle zákona podepsat bez výběrového řízení. Proto podal první podnět ÚOHS a domáhal se zrušení celého dodatku. Po roce urgencí se však dočkal jen zamítnutí svého podání:



ÚOHS

ÚŘAD PRO OCHRANU HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE

**VÝSLEDEK ŠETŘENÍ PODNĚTU**

| Číslo jednací: | Vyřizuje/linka/fax: | V Brně dne: |
|---|---|---|
| ÚOHS-P159/2011/VZ-1651/2012/550/SWa | Mgr. Walterová / 842 / 115 | 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 nevylučuje 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 vyrozumnění 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 byli čeští úředníci vždycky 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.

**Válka mezi billboardáři**

Rok 2014 byl vůbec bohatý na události. Nejprve společnost JCD, Městský mobiliář, spol. s r.o., opustila česká billboardová společnosti 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 JCD. Za kampaní proti JCD 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 JCD více než pět let dodával. BigBoard se dokonce rozhodl sdělit veřejnosti, kolikrát je dodávaný městský mobiliář předražen:

kampaň BigBoard Praha říjen 2014 © Kverulant.org

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 JCD. Měl-li však BigBoard hodně vydělat, princip musel zůstat stejný. A tím bylo parazitování na veřejném rozpočtu a veřejném prostoru.

## Pražské stavební předpisy

Ale BigBoard neútočil jen na konkurenci z JCD. 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 jejich vinou byla nakonec v květnu 2016 schválena poněkud okleštěná verze stavebních předpisů.

## Kverulantovo druhé podání na ÚOHS

Nyní však zpět k dodatku smlouvy s firmou JCD. 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.

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 užitky. V případě billboardů jsou těmito užitky 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 tedy byly 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 nabyl účinnosti nový zákon, který zkrátil 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 další stížnost proti způsobu vyřízení svého podnětu. Bohužel ani tentokrát nebyl úspěšný. Předseda úřadu Petr Rafaj mu v obsáhlém vyrozumění o vyřízení stížnosti na konci března oznámil, že jeho stížnosti nevyhovuje.

## Výměna zastávek

Jak už bylo řečeno, i Kverulantova usedavá kritika nevýhodné smlouvy však nakonec vedla k tomu, že smlouva skončila v roce 2022 a tak Praha potřebovala nové zastávky, které ty staré od JCD nahradí. I tady se ukazuje obrovská nevýhodnost smlouvy s JCD. Místo toho, aby smlouva stanovila, že zastávky nejpozději po řádném skončení smlouvy přecházejí do majetku městě, stanovila smlouva, že jsou majetkem JDC na „věčné časy“. Na podobu zastávek nechalo město už v roce 2018 vypsat designovou soutěž, kterou vyhrála designérská dvojice Michal Froněk a Jan Němeček ze studia Olgoj Chorchoj.

Vítězný návrh studia Olgoj Chorchoj

Začala demontáž zastávek od JCD a instalace nových. Městská firma Technologie hlavního města Prahy (THMP) vybrala společnost Premio Invest. Celková cena jedné instalace byla podle THMP i s projektovými pracemi stanovena na 150 až 180 tisíc. Na samotné přístřešky byl v roce 2021 vybrán dodavatel a 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 nových. 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 plánovalo vyměnit 700 zastávek. Hotovo mělo být do konce ledna roku 2023. Nebylo.

**Pomalá demontáž billboardů**

A jak probíhalo odstraňování více než 1300 reklamních prvků, které si JCD v Praze pořídila? Velmi, velmi pomalu. Jako by billboardáři dobře věděli, že se billboardy ještě budou hodit. A ani město na jejich odstraňování příliš netlačilo. 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, přestože to bylo v rozporu se smlouvou. Podle tehdy dostupných informací zůstalo v půlce července 2023 v ulicích města ještě 477 reklamních prvků s reklamou.

I proto Kverulantovi kolegové z iniciativy Přidej se a strhni to uspořádali v létě 2023 happening, během kterého billboardy JCD v ulici Na Příkopech v Pražské památkové rezervaci, zapsané na seznamu světového dědictví UNESCO, přelepili výstražnou páskou a cedulí “NELEGÁLNÍ STAVBA”. Mimo to opět vyzvali vedení Prahy, aby město konečně zbavilo všech nelegálních a obtěžujících reklamních zařízení. Opět marně.

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

## Nečekaný obrat. Praha odkoupila billboardy od JCDecaux

Rada hlavního města Prahy 3. června 2024 schválila odkup části závodu JCD, a to četně 420 demontovaných zastávkových přístřešků a 160 reklamních zařízení z majetku původního provozovatele

městského mobiliáře. Realizaci odkupu části závodu JCD v hodnotě 133 milionů korun byla pověřena městská akciová společnost Technologie hlavního města Prahy THMP.

Deklarovaným důvodem je údajně nedostatek nových zastávek. „Odkupem město získá demontované konstrukce a komponenty ke kompletaci až 426 zastávkových přístřešků MHD“: pochvaloval si Tomáš Novotný, místopředseda představenstva THMP v jejich tiskové zprávě z 5.června 2024. Dodal také, že na odkup závodu JCD si THMP vezme úvěr, který prý bude splácet primárně z výnosů komerčního provozování reklamních zařízení a prodeje z repasovaných přístřešků městu.

Pro odkup billboardů hlasovala rada města jednomyslně napříč politickým spektrem. Pro byl Bohuslav Svoboda (ODS), Jiří Pospíšil (TOP 09), Alexandra Udženija (ODS), Michal Hroza (TOP 09), Antonín Klecanda (STAN) a Zdeněk Kovářík (ODS). Pro byli i všichni piráti, Zdeněk Hřib, Daniel Mazur, Jana Komrsková i Adam Zábranský. Jediný, kdo nehlasoval pro, byl Petr Hlaváček (STAN) ale nejspíš jen proto, že se zasedání rady města 3.června 2024 vůbec nezúčastnil.

V této souvislosti obzvláště bolestivě vyniká, že námořní lupiči se dlouhodobě stavěli do pozice bojovníků proti billboardům. Tak například Zdeněk Hřib odpověděl v roce 2022 v rámci Kverulantovy předvolební ankety na otázku, jaký je váš názor na vizuální smog v Praze takto: „Praha v aktuálním volebním období s vizuálním smogem bojuje. Hyzdí totiž město a škodí i samotným inzerentům, protože v záplavě vizuálů není ve výsledku nic vidět. V roce 2020 jsme například představili nový Manuál pro kultivovanou Prahu. Máme také nová pravidla venkovní reklamy, která zakazují reklamní plachty na všech památkově chráněných území. Stále je ale množství vizuálního smogu poměrně velké a zasloužilo by si další regulaci.“

## Kverulantovo čtvrté podání na ÚOHS

Kverulant je přesvědčen, že výše popsaný nákup části závodu JCD je křiklavým obcházením zákona o zadávání veřejných zakázek. Kdyby Praha došla k závěru, že jí skutečně chybí další zastávky MHD, měla na jejich nákup vypsat řádné výběrové řízení. A kdyby se praští politici navzdory všem deklaracím o lítém boji s vizuálním smogem usnesli, že chtějí, aby Praha nakoupila billboardy, měla by na jejich pořízení opět vypsat tender. To jsou důvody, pro které Kverulant ve věci billboardů JCD podal v červnu 2024 již čtvrtý podnět na zahájení šetření k Úřadu na ochranu hospodářské soutěže.

**Prosba o podporu**

Kverulant dlouhodobě kritizoval nevýhodnou smlouvu s JCD a usiloval o kompletní odstranění billboardů z ulic Prahy. Jeho úsilí však bylo zmařeno rozhodnutím magistrátu, který se rozhodl pro odkup části zařízení od JCD, čímž zachová přítomnost reklamy ve veřejném prostoru a dokonce ji bude sám provozovat. Opět tak nad deklarovaným bojem s vizuálním smogem zvítězily byznysové zájmy. Kverulant je přesvědčen, že to nejsou byznysové zájmy hlavního města Prahy, ale byznysové zájmy těch, kteří si tento kšeft dohodli. Kverulantův boj proti korupci a billboardové lobby tak ještě zdaleka nekončí. Pomáhejte nám zastavovat  věrolomné a zkorumpované politiky jakkoliv malým, zato však pravidelným finančním darem.

Za Kverulantův tým Vojtěch Razima

Zpět na výpis kauz Chci darovat