

V Praze 29. 07. 2021

Vážená paní zastupitelko, vážený pane zastupiteli,

Obracím se na Vás jako na zastupitele hlavního města Prahy jménem společností spojených ve Sdružení českých firem venkovní reklamy, a zejména jménem stovek jejich zaměstnanců a dodavatelů. Právě na tyto lidi a na jejich rodiny tíživě dopadne vyhláška, kterou se Magistrát hlavního města Prahy od října letošního roku chystá regulovat využití takzvaných reklamních plachet v české metropoli.

Magistrát hlavního města svůj postup proti provozovatelům zhruba 120 reklamních plachet v Praze vysvětluje bojem proti takzvanému vizuálnímu smogu. Souhlasím, že je skutečně třeba řešit vizualitu našeho hlavního města. Za sebe i své kolegy konstatuji, že jsme připraveni podílet se na diskusi o takovém typu regulace. Bohužel současné podoba vyhlášky selektivně poškozuje jednu část trhu s venkovní reklamou, aniž by reálně řešila problém vizuálního smogu. Ten není tvořen apriorně plachtami, ale sedmi tisíci agresivních reklamních ploch – ty ale současný návrh vyhlášky nechává bez povšimnutí.

Boj proti vizuálnímu smogu se bohužel stal tématem v nadcházejícím předvolebním boji v Praze. V současné podobě jde o gesto, které místo řešení palčivého problému pouze vytváří další komplikace, zejména tím, že narušuje hospodářskou soutěž a očividně posiluje postavení mocných a vlivných firem jako je BigBoard. Tato společnost šla tak daleko, že tažení proti dílčím segmentům venkovní reklamy poskytuje pozitivní publicistu v médiích, která vlastní.

Pokud by přípravě vyhlášky v její současné podobě předcházela racionální diskuse, jistě by bylo možné tyto zásadní pochybení předem vyloučit. Místo toho vznikla norma, jejímž jediným účelem je přinést svým autorům okamžité politické body bez ohledu na skutečné důsledky, které bude mít. Takový přístup považuji za nešťastný a věřím, že je možné ho nahradit racionální diskusí vedenou na základě znalostí, kompetence a zodpovědného úsudku i péče o věci veřejné ve prospěch celku.

Sdružení SČVR se v současné době muselo obrátit na antimonopolní úřad a Evropskou komisi. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže zahájil šetření, které ukázalo, že si Magistrát pro zásah do trhu s venkovní reklamou neudělal žádnou analýzu a nedokáže u ÚOHSu svůj postoj zdůvodnit. Evropská komise se vyhláškou zabývá z pohledu narušení hospodářské soutěže opatřením orgánu veřejné správy, porušení pravidel poskytování veřejné podpory i zákazu omezení volného pohybu služeb uvnitř EU.

Nejlepším řešením současné situace by bylo magistrátní vyhlášku v jejím současném znění shodit se stolu a zadat nejprve důkladnou analýzu problému regulace venkovní reklamy. V současné podobě ničemu nepomůže. O příjmy z reklamy přijdou například školy, které finance z pronájmu svých nevyužívaných ploch mohly investovat do vybavení a modernizace. Dopad novely bude na tiskárny, společnosti zajišťující instalaci, produkci a další dodavatele, což jsou malé a střední firmy, které nyní, po covidové pandemii bojují o přežití.

Vážený pane, vážená paní, dovoluji mi, abych Vás vyzval k diskusi o tom, jak má být regulována venkovní reklama v hlavním městě. Pojdme spolu hovořit na základě racionálních stanovisek, bez vášní a s odhodláním objektivně zvažovat všechny argumenty.

S pozdravem

Josef Soušek
předseda SČVR