



## Organizace Acta non verba dnes k Evropské komisi podala stížnost na pražský magistrát

**Praha, 18. 10. 2012 – Obecně prospěšná organizace Acta non verba dnes ráno u Evropské komise napadla smlouvu pražského magistrátu s firmou JCDecaux. Organizace se v Bruselu domáhá zrušení stomilionové smlouvy o provozování a reklamním využití městského mobiliáře. Pokud bude Acta úspěšná, z Prahy zmizí 250 billboardů.**

Napadená [smlouva](#) byla uzavřena v prosinci roku 2008. Magistrát tehdy tvrdil, že nová dohoda narovná pro Prahu nevýhodnou smlouvu s firmou JCDecaux z roku 1994. Podle organizace Acta non verba to tak na první pohled skutečně vypadalo. JCDecaux se v dokumentu zavázala vybudovat 300 nových čekáren MHD a 50 kontejnerů na tříděný odpad a navíc platit magistrátu nejméně 9 milionů ročně. Výměnou za to získala JCDecaux možnost postavit na území Prahy 250 nových billboardů. Tehdejší náměstek primátora Pavel Klega tvrdil, že Praha tak získá celkem 358 milionů Kč.

Jenže při bližším zkoumání to žádná idylka není, tvrdí ředitel organizace Vojtěch Razima. „*Spíš jde pořádný tunel. 358 milionů pro magistrát vypadá lákavě, ale to tvrdí pan Klega, který je pod smlouvou podepsán. My jsme spočítali, že magistrát dostane plnění ve výši přibližně 180 až 194 milionů Kč. Oproti tomu zisk JCDecaux se podle našich odhadů bude pohybovat v širokém rozmezí 123 až 940 milionů Kč za dobu trvání smlouvy,*“ říká.

Zásadní problém však Acta non verba vidí jinde. Smlouvu, na které někdo vydělá stovky milionů z veřejných rozpočtů, nelze podle zákona podepsat bez výběrového řízení, protože by se jednalo

o nedovolenou podporu jedné firmě a o narušení hospodářské soutěže. Ale přesně to se podle organizace stalo. Tři hlavní důvody, které ji vedly k [napadení smlouvy u Evropské komise](#), vysvětluje její ředitel Razima:

1. *Nevýhodnost: Plnění ze smlouvy směrem k poskytovateli podpory neodpovídá běžným tržním cenám v oblasti venkovní reklamy v ČR. Vyčíslení přesnou částku, která je poskytována jako hospodářská výhoda, již by příjemce za obvyklých tržních podmínek nezískal je obtížné. Výpočet je úzce závislý na skutečné a deklarované vytiženosti reklamních ploch a na ceně jejich pronájmu. Příjemce podpory neplní vůči poskytovateli podpory přesně stanovenou částku, ale platí dle vytiženosti svých reklamních ploch. Poskytovatel dle našich odhadů dostane namísto tržně obvyklé částky přibližně 400 milionů korun jen plnění ve výši přibližně 180 až 195 milionů. Za dvanáct let dobu trvání smlouvy získá dle našich odhadů částku 15 až 16 MCZK ročně, což neodpovídá tržnímu výnosu z 250 reklamních ploch v centru města a na frekventovaných komunikacích. To by předpokládalo příjem ve výši 5 000,- až 5 300,- Kč měsíčně z jedné reklamní plochy. Obvyklé tržní ceny jsou však přibližně čtyřnásobně vyšší. Plnění ze smlouvy směrem k poskytovateli podpory je také realizováno výstavbou a provozem městského mobiliáře. Zde je opět problematické odhadnout jaká je hodnota toho plnění, které navíc není ve smlouvě vyčísleno. Podle našich odhadů dosahuje maximálně 74 MCZK za celou dobu trvání smlouvy.*

2. *Nepřehlednost: Zásadním problémem smlouvy je oboustranné komplikované plnění, které zakrývá skutečné náklady a výnosy obou stran. Magistrát měl cenu městského mobiliáře stanovit na základě oddělené soutěže. Dosáhl by tak velmi pravděpodobně mnohem nižší ceny a lepšího plnění ve svůj prospěch. Cokoliv, co je nad tuto cenu, lze označit za nedovolenou tržní podporu.*

3. *Plnění veřejným statkem: Magistrát se ve smlouvě zavazuje, že příjemci podpory poskytnou součinnost v rozsahu nezbytném k zajištění řádné výstavby reklamních poutačů. Magistrát jako správní orgán územního řízení a řízení o povolení stavby se tak zavazuje povolovat reklamní plochy v jakémsi exkluzivním režimu povýšeném nad obvyklou zákonnou praxí.*

Ředitel Razima dále cituje z podání k Evropské komisi: „Stěžovatel je přesvědčen, že podmínky smlouvy ve znění dodatku jsou natolik odtržené od obvyklých tržních podmínek, že je lze hodnotit jako podmínky zakázané nepřímé podpory spočívající v tom, že je příjemci poskytováno plnění ze strany poskytovatele bez odpovídajícího protiplnění. Hodnota sjednaného „protiplnění“ za získání exkluzivity, a tudíž i monopolu na poli inzertních služeb poskytovaných prostřednictvím velkoformátových reklamních vitrín rozmístěných v nejužším centru hlavního města Prahy zcela zjevně neodpovídá běžným obchodním standardům, tedy tomu, za jakých podmínek by příjemce podpory získal takovéto plnění od rozumného hospodářského subjektu v tržním hospodářství. Navíc je vzhledem ke komplikovanosti vzájemného plnění, jehož účelem je zastření skutečných nákladů a výnosů ze spolupráce plynoucích, takřka nemožné určit, jak hodnotné plnění bude ve skutečnosti poskytováno.“

Více o celé kauze [zde](#).