

Magistrát hlavního města Prahy
Mariánské náměstí 2/2
110 00 Praha 1

v Praze dne 9. února 2024

Vážený pane primátore,

Vážení radní,

s obavami jsme se dozvěděli, že magistrát připravuje novelizaci nařízení 26/2005 Sb., kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění pozdějších předpisů. A opět je tato novelizace namířena jen proti reklamním plachtám, a ostatní reklamní plochy, jejichž regulace spadá pod vyhlášku, novelizace nepostihuje.

Naše SVJ pronajímá fasádu pro reklamní plachtu mnoho let. Příjmy z pronájmu jsou pro nás důležité a dlouhodobě slouží k rekonstrukci domu. Příjmy pokrývají náklady spojené s údržbou a snižují náklady na provoz i ostatním vlastníkům, protože nemusejí odvádět prostředky do rezervního fondu.

Náš dům je situován v rušném centru nákupní zóny na Smíchově. Je zde silný uzel MHD a nával cestujících a nakupujících od rána do večera. Tramvaje zde najíždí snad každých 5 minut. Dokážete si představit, že budete bydlet v bytě, hned nad takovou zastávkou tramvaje a proti výstupu metra? I proto zde využíváme reklamní plachtu, protože tlumí hluk i prašnost z této lokality.

Pokud chce magistrát regulovat reklamu, tak by měl především regulovat tu celoplošnou na svých tramvajích. Každých pět minut zde projede tramvaj s nějakým reklamním motivem. Na protější zastávce na nás svítí reklamní plochy, které jsou dokonce součástí městského mobiliáře. A když vejdu do metra, tak nestačím spočítat to množství reklamních ploch, než dojdu na nástupiště.

Z toho důvodu vnímám snahu magistrátu o regulaci reklamy nejen jako nekonceptní, ale především účelovou, namířenou na ten typ reklamy, který není na majetku magistrátu.

Magistrát prohlašuje, že chce bojovat proti reklamě v Praze, tak proč tedy uzavřel novou smlouvu na pronájem 150 ks tramvají od r. 2022? Proč nyní Dopravní podnik uzavřel smlouvu na nový typ digitální reklamy v metru a dokonce prohlašuje, že počítá s rozšířením této formy reklamy na všechny stanice metra?

A proč nyní magistrát vystavěl nový mobiliář a osadil jej digitálními obrazovkami?

Proč magistrát také nereguluje tyto typy reklamy? Proč diskriminuje jen soukromé vlastníky a sám z této situace pokrytecky těží?

Apeluji proto na Vás, pane primátore, zastavte tuto nesmyslnou novelizaci.

Pokud skutečně chcete regulovat reklamu, tak připravte důkladnou analýzu, zeptejte se Pražanů, která reklama jim nejvíce vadí a aktualizujte si databázi všech reklamních ploch na městských pozemcích a majetku. Pak navrhněte regulaci, která spravedlivě obsáhne jak plochy v metru, na vozech MHD, na zastávkách MHD, billboardy, megaboardsy, reklamy na sloupech veřejného osvětlení apod.

Děkuji, jsem s pozdravem



Prosím předat:

Primátor HMP

Radní HMP

K rukám Ing. Ondřeji Prokopovi Kontrolní výbor ZHMP

Ověřovací doložka změny datového formátu dokumentu podle § 69a zákona č. 499/2004 Sb.

Změnou datového formátu se nepotvrzuje správnost a pravdivost údajů obsažených v dokumentu a jejich soulad s právními předpisy.
Vstupující dokument nebyl podepsán.

Typ vstupního dokumentu: .PDF

Otisk souboru: B07E81B65EE025EE67FE4FC552897AAAA2BC54117DA865117E20DB5921502A14

Použitý algoritmus: SHA256_SBB 2.16.840.1.101.3.4.2.1

Subjekt, který změnu formátu dokumentu provedl:

Hlavní město PRAHA, Mariánské nám. 2, 11000 PRAHA 1

Datum vyhotovení ověřovací doložky:

19.3.2024

Jméno a příjmení osoby, která změnu formátu dokumentu provedla:

Benátská Klára Mgr.