

Aliance pro rodinu, z.s.
vážená paní
Jana Jochová Trlicová
Platněřská 191/4
11000 Praha 1

Váš dopis zn./ze dne:
20.08.2024
Č. j.:
MHMP 1735961/2024
Sp. zn.:
S-MHMP 1715079/2024

Vyřizuje/tel.:
Mgr. Čeněk Fojtík
236 003 929
Počet listů/příloh: -/0
Datum:
29.08.2024

Poskytnutí informace podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů a sdělení o odložení části žádosti o poskytnutí informace podle § 14 odst. 5 písm. c)

Vážená paní Jochová Trlicová,

*odbor médií a marketingu Magistrátu hlavního města Prahy jako povinný subjekt podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „InfZ“), obdržel dne **20.08.2024**, Vaši žádost o poskytnutí informace ve věci „**kampaně proti sexuálnímu obtěžování ve veřejné dopravě**“ (dále jen „Žádost“).*

Podle Žádosti požadujete následující informace:

- „1. Jak byla tato kampaň ze strany ROPID a Magistrátu hl. m. Prahy domluvena? Kdo inicioval její vznik (odběratelem je ROPID, avšak objednavce muselo předcházet jednání), kdo se podílel na jednání o podobě spolupráce a kdo ji nakonec ze strany Magistrát hlavního města Prahy schvaloval (hl. m. Praha je partnerem projektu)?*
- 2. Jaké jsou obecné podmínky výběru nastavené Magistrátem hl. m. Prahy a ROPID proto, aby došlo k podpoře libovolné kampaně v prostorách dopravních prostředků ROPID a inzertních ploch, které jsou ve vlastnictví ROPID a hl. m. Prahy?*
- 3. Vystupoval při domlouvání této objednávky služeb od spolku Konsent I. náměstek primátora MUDr. Zdeněk Hřib, který je v rámci Rady hl. m. Prahy zodpovědný za dopravu?*

4. Jaká je celková inzertní plocha, která byla této kampani poskytnuta a po jak dlouhou dobu? Jaký je to ekvivalent hodnoty ušlého zisku pro ROPID, respektive pro jeho zřizovatele, tedy pro hl. m. Prahu?

5. Vzal hl. m. Praha v potaz, že spolek Konsent od svého vzniku v roce 2016 neplní zákonnou povinnost zveřejňovat účetní závěrky ve Sbírce listin? Od svého založení spolek nezaložil jedinou účetní závěrku, kvůli čemuž neexistují informace o jeho finančním stavu.

6. Bere hlavní město Praha obecně jako relevantní kritérium plnění zákonných povinností zveřejňovat údaje ve Spolkovém rejstříku v případě spolupráce se spolky a podle jakých kritérií hodnotí důvěryhodnost spolků, se kterými spolupracuje?“.

Jak ve své žádosti sama správně uvádíte, **objednatelem** kampaně je organizace Regionální organizátor pražské integrované dopravy (ROPID), IČO: 60437359 (dále jen „ROPID“). ROPID je současně též **realizátorem** kampaně. **Hlavní město Praha vystupuje v roli partnera.**

ROPID je samostatným povinným subjektem dle InfZ a zbylé dotazy je nutné adresovat přímo jemu. S ohledem na tuto skutečnost Vám sdělujeme, že povinný subjekt Žádost v souladu s § 14 odst. 5 písm. c) InfZ částečně **odkládá**.

V souladu s § 14 odst. 5 písm. d) InfZ Vám poskytujeme Vámi požadované informace za povinný subjekt, v rozsahu působnosti hlavního města Prahy:

1. S prvotním nápadem/návrhem kampaně s tematikou obtěžování oslovil hlavní město Prahu (dále též jen „HMP“) Konsent, z. s., IČO: 05420423. S ohledem na probíhající osvětové kampaně v pražské MHD, jakož i inspiraci v celosvětovém trendu zvyšování povědomí o této problematice si téma v první fázi osvojili I. náměstek primátora hl. m. Prahy a radní hl. m. Prahy pro oblast majetku, transparentnosti a legislativy. Na přesnější podobě kampaně následně participovali zejména zástupci z ROPID, Konsent, z. s., týmů I. náměstka a pana radního, odboru médií a marketingu Magistrátu hl. m. Prahy a dále též Odboru rovnosti žen a mužů Úřadu vlády České republiky. Schválení kampaně probíhalo ze strany objednatele, tj. ROPID. HMP (prostřednictvím odboru médií a marketingu Magistrátu hl. m. Prahy) schvalovalo správnost užití loga na vizuálech.
2. V prostředí hlavního města Prahy jsou obecně podporovány akce/kampaně nekomerčního charakteru, které mají neziskový, osvětový charakter nebo celospolečenský přesah, který vhodně koresponduje s komunikačním plánem hlavního města. Na plochy ve vlastnictví HMP jsou umísťovány kampaně a další nekomerční sdělení HMP, případně jím zřízených organizací, a to s ohledem na aktuální možnosti.
Dotaz na podmínky výběru kampaně v prostorách dopravních prostředků ROPID a na inzertních plochách ve vlastnictví ROPID je nutné směřovat přímo na ROPID.
3. Ne.
4. HMP poskytlo celkem 50 Citylight vitrín a 110 digiCitylight vitrín, které tvoří součást městského mobiliáře v rámci zastávek MHD. Jmenované reklamní plochy jsou ve vlastnictví HMP, náklady na tisk plakátů nešly k tíži HMP. O ušlém zisku nebo jeho ekvivalentu nelze v tomto případě hovořit, neboť reklamní plochy na městském mobiliáři nejsou zatím komerčně poskytovány a zároveň se jedná o kampaň, kde je HMP partnerem. Termín osazení poskytnutých inzertních ploch koresponduje s termínem uvedeným v tiskové zprávě, na kterou Vy sama odkazujete, tj. „Kampaň je k vidění od poloviny srpna“.

do poloviny září na městských reklamních plochách, na zastávkách MHD, v autobusech Dopravního podniku hl. m. Prahy i v tramvajích“.

Dotaz na inzertní plochy, délku jejich poskytnutí a ekvivalent hodnoty ušlého zisku u společnosti ROPID je nutné směřovat přímo na ROPID.

5. Vzhledem k tomu, že Konsent, z. s. je smluvním partnerem ROPID nikoliv hlavního města Prahy, vzalo HMP danou skutečnost v potaz na základě informací obsažených ve Vámi podané Žádosti.
6. HMP postupuje dle příslušných právních předpisů a interních směrnic, a to u všech externích subjektů, ne jen u spolků.

Pokud s uvedeným způsobem vyřízení Žádosti nesouhlasíte, můžete na postup povinného subjektu podat stížnost podle § 16a InfZ k **Ministerstvu vnitra**, a to podáním učiněným prostřednictvím **odboru médií a marketingu Magistrátu hlavního města Prahy (adresa viz zápatí tohoto sdělení)**, ve lhůtě do 30 dnů ode dne doručení tohoto sdělení.

S pozdravem

Ing. et Ing. Jana Berková

ředitelka odboru médií a marketingu

podepsáno elektronicky