

Hlavní město Praha

K rukám radních hl. m. Prahy
Mariánské náměstí 2/2
110 01 Praha 1

V Praze dne 22. srpna 2014

PRAŽSKÉ STAVEBNÍ PŘEDPISY - ROZPOR SE ZÁKONEM

Vážený radní,

obracím se na Vás v zastoupení svého klienta, **Svazu provozovatelů venkovní reklamy z.s.**, se sídlem Štětкова 1638/18, 140 00 Praha 4. Svaz je profesní zájmové sdružení, které sdružuje podnikatele s více než 60% podílem na trhu venkovní reklamy v České republice.

Účelem tohoto dopisu je informovat Vás o skutečných dopadech nařízení, kterým se stanovují obecné požadavky na využívání území a technické požadavky na stavby v hlavním městě Praze (Pražské stavební předpisy) („**Nařízení**“), jež Rada hl. m. Praha („**Rada**“) schválila na svém zasedání dne 15. července 2014.

Ustanovení § 77 a násl. Nařízení zakazuje umísťovat na zastavitelném území Prahy reklamní zařízení o ploše nad 6 m². Nařízení se dotkne i stávajících reklamních zařízení, neboť ta jsou povolena vždy na dobu maximálně pěti let. V tomto horizontu tak postupně dojde k zániku všech reklamních zařízení nad 6 m² v zastavitelném území celé Prahy.

Účelem zjevně sledovaným Nařízením je zabránit přehučení veřejného prostoru reklamou. Tento veřejný zájem však není dostatečně silný, aby ospravedlnil tak zásadní zásah do základních ústavou chráněných práv a svobod mých klientů. Nařízení je totiž pro řadu z nich zcela likvidační, čímž zasahuje do jejich práva na podnikání¹ a práva vlastnit majetek, aniž by byl současně respektován princip proporcionality zásahů do ústavou zaručených práv.² Činí tak navíc skokově, bez přiměřené legisvakance a porušuje tak i jejich legitimní očekávání.

Pozitivní vliv Nařízení a jeho schopnost naplnit veřejný zájem je dále výrazně snižován negativními dopady pro samotné hlavní město Praha a jeho obyvatelstvo:

- Důsledkem bude ztráta příjmu města z neuzavřených či předčasně ukončených nájemních smluv na pozemky pod reklamními zařízeními. Celková ztráta je prakticky nenahraditelná, neboť mí klienti si pronajímali takové pozemky, které jsou pro jiné využití (z důvodu velikosti, členitosti či umístění) prakticky nepoužitelné. Pro Prahu bude takový výpadek v příjmech představovat v pětiletém horizontu částku přes 450.000.000,- Kč.
- Skoková likvidace podnikatelů v oboru venkovní reklamy povede zákonitě k likvidaci stovek pracovních míst v jejich závodech a dalších pracovních míst u jejich dodavatelských společností (tiskárny, výleповé společnosti, obsluha ploch, atd.). Projeví se tak se všemi důsledky na zaměstnanosti, výši vybrané daně z příjmů a DPH.

¹ Článek 26 odst. 1 Listiny základních práv a svobod.

² Judikatura Ústavního soud ČR, např. sp. zn. Pl. ÚS 21/96, sp. zn. Pl. ÚS 3/02 a další.

Důvodová zpráva k usnesení, kterým bylo Nařízení přijato, tuto skutečnost zcela ignoruje, když výslovně uvádí, že Nařízení nebude mít na rozpočet města ani na zaměstnanost žádný dopad. Rada tedy Nařízení přijala, aniž by zhodnotila s náležitou péčí jeho ekonomické dopady. Je zjevné, že si nebyla vědoma ztráty, kterou vyvolá, ačkoliv je tato ztráta zcela zřejmá a snadno předvídatelná. Tím členové Rady porušili svou povinnost vykonávat funkci s nezbytnou loajalitou a potřebnými znalostmi a pečlivostí ve smyslu §159 a § 20 odst. 2 občanského zákoníku, které se na ně vztahují. **Členové Rady tak mohou zodpovídat za škodu, která tím městu vznikne** (viz příložený článek Mgr. Korbela Obce a občanský zákoník).

Nařízení dále porušuje §19a zákona o ochraně hospodářské soutěže. Na základě smlouvy o výstavbě, provozování a reklamním využití městského mobiliáře ze dne 14. listopadu 1994 poskytlo totiž hlavní město Praha společnost JCDecaux, Městský mobiliář, spol. s r.o. (dále jen „**JCDecaux**“) výhradní právo k využívání všech reklamních možností o formátech od 1m² do 9 m², které Praha vlastní nebo kontroluje. Spojenými účinky Nařízení a této smlouvy se ostatní soutěžitelé na trhu venkovní reklamy (vyjma JCDecaux) dostanou do následující situace:

- nebudou moci umisťovat nová velkoformátová reklamní zařízení nad 6 m²;
- do pěti let přijdou o veškerá stávající velkoformátová reklamní zařízení nad 6 m²;
- nebudou moci využívat nízkoformátová zařízení do 6 m²; neboť veškeré komerčně vhodné pozemky jsou z důvodu exkluzivity vyhrazeny pro JCDecaux.

Tím dojde k výraznému snížení jejich tržních podílů či dokonce k jejich úplnému vyloučení z relevantního trhu. JCDecaux naopak na tomto trhu získá silně dominantní postavení. To naplňuje znaky narušení hospodářské soutěže ve prospěch určitého soutěžitele, což je nejen v rozporu se zákonem na ochranu hospodářské soutěže, ale naplňuje i znaky nekalosoutěžního jednání ze strany hl.m. Prahy a odporuje ústavním pořádkem zaručenému právu na podnikání.

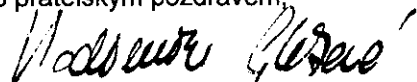
Jen pro dokreslení uvádím, že zmíněné omezení je bezprecedentní a nemá obdoby v žádných jiných hlavních městech zemí EU. To platí i o Berlíně a Vídni, které byly údajně inspiračním zdrojem pro přípravu Nařízení. Jako důkaz přikládám výsledek rešerše legislativy v 9 městech EU a fotografie z Vídně. Žádná z nich nezahrnuje plošný zákaz reklamních zařízení přesahujících určitý formát.

Výše uvedené závěry dokládá předběžná kalkulace vývoje tržních podílů na trhu venkovní reklamy v Praze pro roky 2013 až 2021, kterou připravila renomovaná auditorská společnost Ernst & Young. Z příložené předběžné kalkulace plyne jasný závěr, že se tržní podíl JCDecaux zvýší ze současných 29% na předpokládaných 62 %. Tuto skutečnost jsme již oznámili Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

Důrazně tímto jménem klienta apeluji na radní hl. m. Prahy, aby důsledně zvážili reálné dopady ustanovení § 78 Nařízení na fungování trhu venkovní reklamy v Praze a přijali vhodná opatření k zabránění žalob, správních a jiných podnětů a ústavních stížností a mezinárodních arbitráží, kterými bude napadána zjevná nezákonnost Nařízení.

Nařízení má vstoupit v účinnost 1. října 2014. Jsem pevně přesvědčena, že je zde dostatek času a politické vůle k tomu, aby rada hl. m. Prahy nenechala vstoupit v účinnost Nařízení odporující zákonu a Listině základních práv a svobod.

S přátelským pozdravem,



JUDr. Vladimíra Glatzová

*Přílohy: Indikativní analýza tržních podílů na trhu venkovní reklamy v Praze;
Přehled legislativy ohledně venkovní reklamy v metropolích EU;
Fotografie z Vídně;
Článek Mgr. Korbela Obce a občanský zákoník;
Plná moc.*