HLAVNÍ MĚSTO PRAHA
MAGISTRÁT HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY
Odbor hospodaření s majetkem
Oddělení využití a správy objektů

MHMPXPR0FWXL

[redacted]

Váš dopis zn./ze dne:
26.11.2025
Č. j.:
MHMP 1292459/2025
Sp. zn.:
S-MHMP 1258803/2025

Vyřizuje/tel.:
Ing. Andrea Růžková
236 002 386
Počet listů/příloh: **-/0**
Datum:
08.12.2025

Poskytnutí informace podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů

Vážená paní,

odbor hospodaření s majetkem Magistrátu hlavního města Prahy (dále jen „HOM MHMP“) jako povinný subjekt podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „InfZ“), obdržel dne 27.11.2025 Vaši žádost o poskytnutí informací týkajících Koncepce plakátovacích ploch na území Pražské památkové rezervace pro nízkonákladovou reklamu (dále jen „Žádost“).

Podle Žádosti požadujete:

1) Jaký je aktuální stav projednání Koncepce plakátovacích ploch na území Pražské památkové rezervace pro nízkonákladovou reklamu? Na kterém jednání, jakého orgánu hl. m. Prahy (v jakém termínu) bude Koncepce dále projednávána?
2) Kterým orgánem hl. m. Prahy nebo kterým odborem Magistrátu hl. m. Prahy a v jakém termínu budou vypořádány připomínky Asociace plakátování nízkorozpočtové reklamy, z.s., které byly uplatněny k materiálu Projektový záměr – Realizace Varianty č. 1 Koncepce plakátovacích ploch na území hl. m. Prahy, předloženém Majetkové komisi Rady hl. m. Prahy dne 28.5.2025?
3) Jaký je aktuální časový harmonogram realizace Varianty č. 1 Koncepce plakátovacích ploch na území hl. m. Prahy?
4) Byla již připravena smlouva mezi hl.m. Prahou a společností Technologie hlavního města Prahy, a.s. (dále jen „THMP“)? Byly již zahájeny nějaké etapy realizace Varianty č. 1 Koncepce plakátovacích ploch na území hl. m. Prahy dle bodu 3.1. materiálu? Pokud ano, které, kdy a s jakým výsledkem? Pokud ne, byly pro přípravu smlouvy nebo zahájení etap realizace stanoveny závazné termíny?
5) Jak bude zajištěno dodržení zásad zásady transparentnosti, rovného zacházení a zákazu diskriminace v rámci výběru subjektu pro obchodování s reklamní kapacitou plakátovacích ploch?

Sídlo: Mariánské nám. 2/2, 110 00 Praha 1
Pracoviště: Nám. Franze Kafky 16/1, 110 00 Praha 1
Kontaktní centrum: 800 100 000, fax: 236 007 102
E-mail: posta@praha.eu, ID DS: 48ia97h

Elektronický podpis: 11.12.2025
Certifikát autora podpisu:
Jméno: Nikola Patová
Vydal: ACAeID3.2 - Issuing Certificate
Platnost do: 11.7.2026 08:22 +02:00

V souladu s § 14 odst. 5 písm. d) InfZ Vám poskytujeme Vámi požadované informace:

1) Projektový záměr ke Koncepci plakátovacích ploch na území Pražské památkové rezervace pro nízkonákladovou reklamu (dále jen „Koncepce“) projednala Majetková komise Rady hl. m. Prahy na svém zasedání dne 04.06.2025 pod bodem č. 7. Odbor HOM MHMP není zpracovatelem Koncepce, tudíž není relevantní k odpovědi, kdy bude předmětný materiál schválen.

2) Odbor HOM MHMP připomínky Asociace plakátovací nízkonákladové reklamy, z.s. neobdržel.

3) Usnesení Majetkové komise Rady hl. m. Prahy ze dne 04.06.2025 neobsahuje změnu harmonogramu realizace Varianty č. 1 Koncepce.

4) K uzavření smlouvy mezi hl. m. Prahou a THMP dosud nedošlo. V současné době probíhá finalizace jejího znění. Předpokládaný termín uzavření je v 1. čtvrtletí 2026.

5) Hl. m. Praha si vyhrazuje možnost definovat požadavky obchodního modelu, např. tím, že v případě výlepové služby bude požadovat minimálně 3 dodavatele s rozdílným konečným vlastníkem. Dále si vyhrazuje možnost definovat pojem nízkonákladové reklamy.

   1. **Nízkonákladovou reklamou se rozumí propagace, která splňuje všechna následující kritéria:**

      - **slouží výhradně k propagaci kulturních, sportovních a společenských akcí**, zejména koncertů a jiných hudebních představení, festivalů, divadelních představení, knižních novinek, expozicí výstav a jiných prezentací výtvarných děl či sbírkových předmětů, případně děl audiovizuálních, tanečních kurzů, kurzy společenského chování, plesů, sportovních utkání a akcí, **a dále charitativních akcí, prezentace politických stran a hnutí, včetně volební prezentace** (*pozitivní vymezení obsahu propagace*)

      - **neslouží k podpoře podnikatelské činnosti**, zejména podpoře spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podpoře poskytování služeb, propagaci ochranné známky; (*negativní vymezení obsahu propagace definice reklamy podle § 1 odst. 2 zák. č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů*)

      - **zobrazuje se na papírovém podkladu** (plakát) **o definovaném maximálním rozměru** (v současnosti 1185 x 1750 mm) umístěném (vylepeném) na nepodsvětlených plochách nebo nosičích, je **vyloučeno velkoplošné zobrazení na celé ploše**; (*vymezení formy, nosičů a velikosti plochy propagace*)

   2. **nestanoví minimální délku propagace** (od 3 dnů) **ani minimální počet nosičů,** a tím je **finančně dosažitelná** i pro zadavatele z řad neziskového, charitativního a veřejného sektoru; (*vymezení časového, množstevního a finančního rozsahu propagace*) (komerční reklama a nosiče – např. délka kampaně 1 měsíc; podmíněno nákupem celé sítě – objem cca min. 50.000 Kč apod, tedy eliminace podmínek, které by snadno způsobily překročení možnosti zadavatelů nízkonákladové reklamy.

S pozdravem

Ing. Nikola Patová
pověřena řízením odboru hospodařením s majetkem MHMP
podepsáno elektronicky