

TISKOVÁ ZPRÁVA

NABÍDKA SPOLEČNOSTI BIGBOARD HLAVNÍMU MĚSTU PRAZE

(Praha, 8. Ledna 2015) – Společnost BigBoard Praha a. s. (dále jen BigBoard) nabízí městu vytvoření společného podniku, díky kterému by Praha získala kontrolu nad provozováním reklamních zařízení v metropoli a podíl na ziscích, které z této činnosti plynou. Praha by podíl získala bez finančního vkladu, nemusela by do něj vkládat žádný majetek a nemusela by ani garantovat společnému podniku žádná exkluzivní práva. Společnost to uvedla v dopise, který odeslala všem členům Rady hl. m. Prahy a který je veřejně k dispozici na webových stránkách www.bigboard.cz

Vytvořením společného podniku PRAŽSKÁ REKLAMA a.s., by vznikl provozovatel reklamních zařízení na městských pozemcích v Praze. Do společné akciové společnosti by BigBoard vložil své reklamní konstrukce, které jsou instalovány na městských pozemcích. Město by získalo ve společnosti bezplatně svůj podíl, členství v představenstvu a dozorčí radě a díky kontrolním právům zakotveným ve stanovách i kontrolu nad možnostmi nové výstavby reklamních konstrukcí v metropoli. Město by i nadále inkasovalo nájemné a navíc by mělo kontrolu i nad přiměřeností jeho výše, protože by vidělo profitabilitu jednotlivých reklamních zařízení. Podnik by generoval zisk a město by mělo ze zisku svůj podíl.

„Naším cílem je najít cestu, jak lépe komunikovat s městem, protože i my chápeme problém přesycenosti některých pražských lokalit venkovní reklamou. Absolutní zákaz venkovní reklamy v Praze je bohužel jen další příkladem neschopnosti úřadů vymáhat platné zákony a kopíruje nekonceptní přístup státu k podnikání v ČR za posledních 25 let. Praha nastavila podmínky, které pak ale přestala vymáhat. To, že se následně rozbujel trh s nelegální reklamou a kolem komunikací je nyní záplava billboardů, není způsobeno firmami řádně podnikajícími ve venkovní reklamě. Naše společnost je největším soukromým příspěvovatelem do rozpočtu hlavního města, přesto s námi někteří členové rady odmítají komunikovat. Myslím si, že správným řešením by mělo být hledání kompromisu, který povede ke kultivaci vizuální stránky města s ohledem na zachování nezanedbatelných příjmů do rozpočtu Prahy. Řešením rozhodně není absolutní zákaz či povolování jen některých formátů reklamy, na kterou má exkluzivní právo jen jedna firma a vytvoření společného podniku by dalo Praze kontrolu nad budoucí podobou venkovní reklamy“ řekl k celé situaci Richard Fuxa, předseda představenstva společnosti BigBoard.

Vlastnictví podílu ve společnosti PRAŽSKÁ REKLAMA a.s. by mělo pro hlavní město následující nepochybnitelné výhody:

- Díky účasti zástupců města v orgánech společného podniku by město mělo přímou kontrolu nad dodržováním pravidel regulace venkovní reklamy.
- Město by mělo přímou kontrolu nad přiměřeností výše placeného nájemného díky sledování rentability jednotlivých reklamních konstrukcí. To by znamenalo maximalizaci finančního výnosu pro město.
- Podíl na zisku z venkovní reklamy znamenající dodatečný finanční přínos městu.
- Možnost využití technických a lidských zdrojů společného podniku k likvidaci nepovolené „černé“ reklamy. Možnost budování finančního fondu pro tyto účely.
- Zisk podílu v hodnotné společnosti bez jakékoliv finanční investice ze strany města.

Zároveň se nabízí využít tento společný podnik pro budoucí provozování nového městského mobiliáře. Nevýhodnost stávajícího kontraktu se společností JCDecaux je již zřejmá všem a je jen otázkou času, kdy bude vypovězena a nahrazena novým, výhodnějším partnerstvím. Společný podnik by využil

finančních zdrojů a know-how BigBoardu a zároveň umožnil hlavnímu městu kontrolu nad kvalitou a výhodností provozování městského mobiliáře pro město. Máme s jeho provozování zkušenosti ze zahraničí a jsme si jisti, že městský mobiliář je možné provozovat kvalitněji a s větším přínosem pro město. Současné finanční plnění městu by bylo možné navýšit trojnásobně bez snížení kvality služeb poskytovaných Pražanům.

Bohužel první negativní a zcela nekonstruktivní reakce ze strany radního pro územní rozvoj a náměstka primátorky pana Matěje Stropnického, kterou zveřejnil na svém veřejném facebookovém profilu, ukazuje, že si naši nabídku vůbec nepřečetl. Znovu opakujeme, že město Praha by do společného podniku nemuselo vkládat žádné pozemky, ani jiný majetek. Možných variant partnerství a je mnoho a je možné o nich konstruktivně jednat. Jednání p. Stropnického však naznačuje, že jeho postoj není možné ovlivnit diskuzí a argumenty a o zajištění dodatečného příjmu do městského rozpočtu nemá zájem. Domníváme se, že lidem volený zástupce by se měl setkávat nejen se svými sympatizanty, ale i s názorovými oponenty. Několikrát jsme p. Stropnickému nabízeli možnost schůzky, ale byli jsme bohužel vždy odmítnuti.

Dopis je ke stažení na adrese http://bigboard.cz/files/dopis_BigBoard_magistrat.pdf

O společnosti BigBoard Praha, a.s. (BigBoard)

BigBoard působí na českém trhu od roku 1994 a v současnosti je nejvýznamnějším operátorem venkovní reklamy v České Republice s nejvyšším podílem na trhu. Provozuje širokou síť reklamních nosičů prémiové kvality po celé ČR s dominantním postavením v Praze. Pod skupinu BigBoard patří rovněž značky Czech Outdoor, BigMedia a Outdoor Akzent.

Více informací najdete na www.bigboard.cz.