

Zejdová MF Reklama zejdova@mfreklama.cz

Dobrý den,

podle §10 Tiskového zákona Žádám vydavatele o zveřejnění odpovědi v adekvátním rozsahu min. 65 řádků věnovaných MF reklama v článku ze dne 31.8.2023 v iDnes.cz. Tento zveřejněný diskreditující a dehonestující článek, jenž značně poškozují dobré jméno nejstaršího subjektu v oblasti reklamy v Praze - MF reklama - šíří dezinformace.

Subject: Reakce MF reklama Praha s.r.o.

"Jím navrhovaný scénář nicméně splňuje pouze jedna firma na trhu – MF reklama Praha, kterou vlastní bývalý spolupracovník StB i ruské KGB Boris Monoszon."

Reakce k první části věty:

Tato informace se nezakládá na pravdě , jedná se o dezinformace.

V r. 2017 na ÚMČ P.2 proběhlo výběrové řízení na design plakátovacího Pylonu. Na základě společného kladného stanoviska OPP MHMP a IPR viz příloha, MČ P.2 tyto Pylony vyrobila a vysoutěžila jejich provozovatele - MF reklama Praha.

Tak že napadnuté pylony jsou ve vlastnictví P.2 nikoli MF reklama.

V r. 2018 ÚMČ P.1 z důvodů sjednocení designu plakátovacích pylonů v PPR a PPZ se dohodla s MF reklama na výměně zastaralých nosičů za výše uvedené fungující nové Pylony jenž zrovna byli schválené na P.2. Na rozdíl od vedení P.2 vedení P.1 se rozhodlo neinvestovat do výroby nových Pylonů a podmínilo pokračovat ve smlouvě za podmínek, že MF reklama sama zainvestuje do jejich výroby. Což se stalo.

Logickým vyústěním záměru sjednocení plakátovacích ploch v PPR a PPZ (pražské památkové zóně a rezervaci) a koncentrace řízení IPR se souhlasem OPP MHMP pokračují v koncepci a doporučují Radě HMP použít stejný osvědčený a již vysoutěžený design pro Taxativní seznam.

Shrnutí. MF reklama není vlastníkem povolených Pylonů a v případě získání částí lokalit z Taxativního seznamu bude muset za stejných podmínek jako ostatní účastníci soutěží investovat do nových zařízení nebo za stejných podmínek jako ostatní vysoutěžit jejich nájem v případě, že MHMP se rozhodne jako P.2 je vyrobit na vlastní náklady.

Co se týče Pylonů, dojde k redukci jen velkoformátových svítících nosičů velkých obchodních společností BigBoard a JCDecaux, jenž nikdy plakátování neprovozovali. Ostatních firem se to dotkne minimálně.

Reakce ke druhé části věty:

Konkurenční boj nelze využívat k vyvolávání národnostní nesnášenlivosti a ke kompromitování politiků, kteří nejsou zkorumpovaní.

Konkurence již jednou tento scénář přes diskreditaci a dehonestaci mé osoby (Mgr. Monoszon) úspěšně použila proti plakátování v r.2005 a doufáme, že současně nezkorumpované vedení vytrvá ve svém důsledném postoji a zaslouží se o historický precedens nekalých praktik "politické vděčnosti" na MHMP.

Nechceme další Matesy naložené ve Volvo i ve Vltavě!!!

iDnes: Firma MF reklama Praha minimálně od roku 2018 hospodaří se ztrátou. V poslední výroční zprávě za rok 2022 zveřejněné ve sbírce listin uvádí ztrátu ve výši 109 tisíc korun.

Reakce.

Dle daňových přiznání jenž jsou uložené na FÚ.

C 169974/SL22/MSPH VH. rok 2018 společnost v **plusu - 323.909 Kč.**

C 169974/SL24/MSPH rok 2019 společnost v **plusu - 56. 000Kč.**

C 169974/SL26/MSPH VH. rok 2020 společnost v **minusu - 561.710 Kč.** (doba COVID-19)

C 169974/SL29/MSPH VH.- rok 2021 společnost v **minusu - 58.198 Kč.** (doba COVID-19)

C 169974/SL30/MSPH VH.- rok 2022 společnost v **plusu - 44.036 Kč.**

Jak může renomované medium zveřejnit neověřené kompromitující informace?

iDnes: „Pravidla v rozporu se stavebními předpisy“

Reakce:

- a) Hlavním záměrem projektu je zavést tradiční maloformátovou reklamu místo velkých komerčních formátů a svítících nosičů.
- b) PSP (pražské stavební předpisy) rozměry Rondelu či Pylonu neřeší a je to součástí připravované Novelizace PSP. Aby se plakátovací Pylony nevymykaly již zavedeným vzorům kulatých plakátovacích ploch historických měst EU jako např. Vídeň, Mnichov, Drážďany, Berlín, Paříž, Basilej a další.

iDnes: Odstavec o zastávkách MHD je matoucí.

Reakce: Zastávky nejsou součástí plakátování a jsou to zastávky nejen pro autobusy

Jak může renomované medium zveřejnit neověřené kompromitující informace?