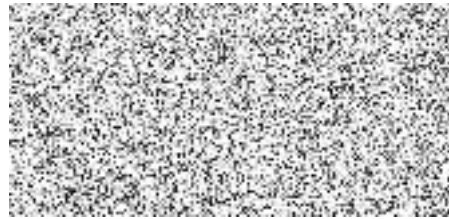




Úřad městské části Praha 10  
Odbor kanceláře starosty

Náš spis:  
Naše č.j.: P10-026099/2025  
Vyřizuje: Mgr. Kamila Bílá  
Kontakt: linka 327  
V Praze dne 14. 1. 2025



**Poskytnutí informace na žádost podle § 14 odst. 5 písm. d) zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů**

Městská část Praha 10, Úřad městské části Praha 10, odbor kanceláře starosty obdržel dne 31.12.2024 Vaši žádost podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „InfZ“), o poskytnutí informací ve znění:

„Vážení,

obracím v souladu s § 51, písm. c) zák. 131/2000 Sb. o hl. m. Praze v kombinaci se zněním zákona č. 106/1999 Sb. o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.

Jelikož na program prosincového jednání zastupitelstva MČ Praha 10 dne 16.12. 2024 nebyl schválen můj návrh bodu s názvem "kampaň Budoucnost radnice realizovaná na základě objednávky se společností Ewing s r.o. ze dne 4.11.2024 ve výši 302 500 Kčs DPH, která má za cíl plnohodnotně informovat občany Prahy 10 o dalším postupu týkající se bývalé radnice Prahy 10 ve Vršovické ulici a nového sídla radnice", žádám o poskytnutí:

1. veškerého plnění objednávky č. 01/63/2024/0275 na služby mediální podpory komunikační kampaně Budoucnost radnice, zveřejněnou 15.11.2024, vystavenou 31.10.2024, uzavřenou dne 4.11. 2024 se společností Ewing s.r. o. ve výši 302 500 Kč s termínem plnění 6.11.2024. (V průběhu prosince měla agentura připravit koncepční podobu, fázování a harmonogram, jak povinný subjekt uvedl ve své odpovědi ze dne 11. 12. 2024).
2. veškeré oficiální korespondence s dodavatelem, vč. zhodnocení kvality dosavadního plnění objednávky ze strany MČ Praha 10.
3. podkladů poskytnutých ze strany MČ Praha 10 dodavateli za účelem řádného plnění objednávky (zejména těch vztahujících se k informačnímu obsahu, vizuální podobě, dispozic k harmonogramu kampaně, schválení dodavatelem předložených variantních mediálních návrhů či lokací pro outdoor, atp.).
4. dosavadní fakturace s předmětnou objednávkou související.

Informace žádám poskytnout ve strojově čitelném formátu.

V úctě...“.

V souladu s ustanovením § 14 InfZ Vám požadované informace poskytujeme v následující formě: **elektronicky do Vaší datové schránky a souběžně na Váš email ve formě textu tohoto přípisu a jeho přílohy č. 1.**

**„1. veškerého plnění objednávky č. 01/63/2024/0275 na služby mediální podpory komunikační kampaně Budoucnost radnice, zveřejněnou 15.11.2024, vystavenou 31.10.2024, uzavřenou dne 4.11. 2024 se společností Ewing s.r. o. ve výši 302 500 Kč s termínem plnění 6.11.2024. (V průběhu prosince měla agentura připravit koncepční podobu, fázování a harmonogram, jak povinný subjekt uvedl ve své odpovědi ze dne 11. 12. 2024).“**

Plnění objednávky, tj. strategii, koncepci a harmonogram kampaně, uvádíme níže.

Tato základní strategie definuje klíčové principy a kroky, které jsou v tuto chvíli potřebné k efektivní komunikaci ohledně rozhodnutí městské části Praha 10 o budoucím umístění radnice. Cílem je veřejnosti srozumitelně a v dostatečné míře vysvětlit důvody, na nichž bude rozhodnutí založeno, zmírnit obavy a ukázat, že městská část Praha 10 od počátku postupuje transparentně.

Kampaň navazuje na komunikaci ke stěhování radnice. Hlavní platformou pro sdílení faktů a informací jsou weby a specializovaná microsite podobně jako v případě předchozí kampaně. Důležité je využívat všechny dostupné kanály: Měsíčník Desítka, lokální a pražská média, sociální sítě (FB, IG), regionální tiskoviny a formální nástroje.

Klíčová poselství:

- Zodpovědnost k veřejným financím
- Bezpečnost a rozvoj
- Zajištění rozvoje okolí
- Transparentní postup

Poznámka: Fázování, harmonogram ovlivní to, kdy poradenská agentura PwC zpracuje podklady z nabídkového a poptávkového řízení a jaké rozhodnutí učiní Komise pro nové sídlo radnice (KSR).

Cílové skupiny:

- Různí stakeholdeři mohou přímo či nepřímo ovlivnit nebo být ovlivněni procesem výběru radnice. Přikládáme typologický přehled klíčových stakeholderů a obecné doporučení, jak je oslovit či zapojit.
- Občané Prahy 10

Prioritní skupina: Občané jsou hlavními příjemci služeb městské části Praha 10 a budou také ovlivněni změnami spojenými s radnicí. Je klíčové občany aktivně informovat a zapojovat do procesu.

Jak je zapojit:

- Komunikace prostřednictvím sociálních sítí a webových portálů
- Místní podnikatelé a komerční subjekty

Důležitý stakeholder:

- Místní podniky mohou být přímo ovlivněny změnou umístění radnice, ať už z hlediska nových příležitostí, zvýšení či snížení návštěvnosti konkrétních lokalit.

Jak je zapojit: Konzultace: Umožnit podnikatelům zapojit se do diskuse, hledat u nich podporu a oporu.

- Policie a městská policie hrají důležitou roli při zajišťování bezpečnosti v okolí staré budovy radnice, aby nedocházelo k jejímu zneužití.

Jak je zapojit: Koordinace bezpečnostních opatření: Spolupracovat s policií na zajištění bezpečnosti v opuštěných prostorách a komunikovat směrem k veřejnosti kroky a opatření, které se přijímají ke zvýšení bezpečnosti.

Komunikační kanály:

Ve veřejném prostoru využijeme forexy, lavičky, měsíčník, inzerce v regionálních pražských médiích a sociální sítě a případně další komunikační platformy.

## Navržený harmonogram

### **FÁZE 1: ZÁVĚR LEDNA (příprava a start kampaně)**

Cíle fáze:

Zahájit „otevřenou“ komunikaci směrem k občanům i dalším stakeholderům, představit základní argumenty kampaně

Období: 25. 1. – 31. 1. (cca poslední týden v lednu)

Klíčové aktivity

1. Interní koordinace a finalizace sdělení
2. Start kampaně na sociálních sítích + microsite
  - o *Termín:* 31. 1. (případně 1. 2. jako ostrý start)

### **FÁZE 2: ÚNOR (intenzivní informování a aktivní zapojení veřejnosti)**

Cíle fáze:

Široce komunikovat důvody a záměry MČ ohledně budoucího sídla radnice

Období: 1. 2. – 28. 2.

Klíčové aktivity

1. Vizuální podpora na území Prahy 10
  - o *Termín:* instalace během února
  - o *Popis:* Umístění forexových desek, plakátů, informací na lavičky, informativní roll-upy v budovách úřadu a v infocentrech
  - o *Výstup:* Zviditelnění kampaně v ulicích, zvýšení povědomí o probíhajícím procesu

### **FÁZE 3: BŘEZEN (vzdělávání, debata a hlavní komunikace)**

Cíle fáze:

Intenzivní vysvětlování ekonomických a sociálních benefitů navrhovaného řešení

Období: 1. 3. – 31. 3.

Klíčové aktivity

1. Komunikace na sítích
2. Pravidelné aktualizace na microsite
3. Prezentace v Měsíčníku Desítka a lokálních médiích
  - o *Termín:* vyjde v březnovém vydání Desítky (nutná příprava textů cca 1–2 týdny před uzávěrkou)

### **FÁZE 4: DUBEN (shrnutí, vyhodnocení a příprava na další kroky)**

Cíle fáze:

1. Zrekapitulovat proběhlé aktivity a prezentovat klíčové závěry a data
2. Nadále ujišťovat o trvajícím závazku MČ transparentně a participativně řešit budoucnost budovy Vlasta

Období: 1. 4. – 30. 4.

Klíčové aktivity

1. Závěrečná fáze podpůrné mediální kampaně
  - o *Termín:* průběh dubna
  - o *Popis:* Dokončení a distribuce inzerátů (1/1 celostrany) v regionálních titulech (Naše Praha, Vaše Praha apod.). Vyhodnocení dopadů a příprava na další kroky po 30. 4.
  - o *Termín:* konec dubna – začátek května

### **„2. veškeré oficiální korespondence s dodavatelem, vč. zhodnocení kvality dosavadního plnění objednávky ze strany MČ Praha 10.“**

Dosavadní plnění objednávky bylo ze strany dodavatele kvalitně odvedeno.

K části otázky ve znění „**veškeré oficiální korespondence s dodavatelem...**“ bylo ze strany povinného subjektu vydáno rozhodnutí o odmítnutí části žádosti podle § 15 odst. 1 InfZ ve spojení s ustanovením § 11b (požadovanou informací povinný subjekt nedisponuje), které Vám zasíláme do datové schránky.

**„3. podkladů poskytnutých ze strany MČ Praha 10 dodavateli za účelem řádného plnění objednávky (zejména těch vztahujících se k informačnímu obsahu, vizuální podobě, dispozic k harmonogramu kampaně, schválení dodavatelem předložených variantních mediálních návrhů či lokací pro outdoor, atp.).“**

K této otázce bylo ze strany povinného subjektu vydáno rozhodnutí o odmítnutí části žádosti podle § 15 odst. 1 InfZ ve spojení s ustanovením § 11b (požadovanou informací povinný subjekt nedisponuje), které Vám zasíláme do datové schránky.

**„4. dosavadní fakturace s předmětnou objednávkou související.“**

Dosavadní fakturaci Vám poskytujeme v příloze č. 1 tohoto přípisu.

Podle ustanovení § 5 odst. 3 InfZ bude poskytnutá informace zveřejněna způsobem umožňujícím dálkový přístup na internetové stránce městské části Praha 10 po vyloučení chráněných informací (podpis v příloze č. 1 tohoto přípisu).

Mgr. Kamila Bílá  
vedoucí odboru kanceláře starosty

Příloha:  
č. 1 fakturace