



Česká pošta, s.p.
Politických vězňů 909/4
Praha 1

Korespondenční adresa:
Poštovní příhrádka 99
225 99 Praha 025

Vážený pán
Jan Šinágl
Nejedlých 335
267 53 Žebrák

V Praze, dne 20. 9. 2010

Vážený pane Šinágle,

v návaznosti na Váš dopis ze dne 5. září 2010 si Vám dovolujeme oznámit následující. Vámi zmiňovanou smlouvu Česká pošta uzavřela na konci roku 2004 se společností DIMARXX, přičemž společnost Media Master se kterou jsme aktuálně ve smluvním vztahu je „nástupnickou“ společností firmy DIMARXX.

Dovolte mi taktéž, abych v této věci doplnil fakta z této smlouvy, konkrétně články 6.2 a 6.3, které jsou, jak jsem pochopil z Vašeho dopisu, předmětem Vašeho zájmu:

6.2. DIMARXX jakožto šířitel reklamy odpovídá vůči České poště za obsahovou stránku reklamy, tak aby byla v souladu se zák.č.40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění. DIMARXX není oprávněn umístit reklamu na reklamní plochy, které tvoří předmět obchodního využití, na následující vyjmenované služby, které by přímo konkurovaly poštovním službám České pošty nebo službám poskytovaným Českou poštou, nebo které by poškozovaly jméno Česká pošta. Za tyto služby se považují :

- a) tuzemská a mezinárodní přeprava poštovních zásilek do 30kg,
- b) bankovní a pojišťovací služby zaměřené na občanskou klientelu, a to v rozsahu: běžné účty, vkladní knížky, úvěry, spotřebitelské úvěry, stavební spoření, důchodové připojištění, životní pojištění, pojištění odpovědnosti z provozu motorového vozidla, pojištění majetku občana, prodej poštovních listů,
- c) -předvolební kampaně jednotlivých politických stran a koalicí,
- d) reklama na tabákové výrobky a alkoholické napoje.

Toto se však nevztahuje na reklamu kulturních, společenských a sportovních akcí, jejíž součástí jsou loga sponzorů apod., neobsahují-li reklamu konkrétního produktu sponzorující firmy. V případě, že na základě budoucích smluv České pošty se svými partnery bude Česká pošta požadovat ve vztahu k DIMARXXu rozšíření omezení nad rámec písm. a) až d) shora, bude DIMARXX toto rozšíření akceptovat, jestliže nebude mít pro DIMARXX negativní finanční dopad ve vztahu k stávajícím příjmům DIMARXXu z obchodního využití předmětu obchodního využití dle této smlouvy; v opačném případě se smluvní strany dohodnou na přiměřené kompenzaci negativního finančního dopadu pro DIMARXX.

6.3. V případě, že DIMARXX bude mít pochybnosti stran odstavce 6.2. v konkrétním případě, bude DIMARXX konzultovat věc s Českou poštou, která předá DIMARXXu písemně vyjádření nejpozději do 10 dnů od doručení písemného dotazu DIMARXXu. Pokud se Česká pošta v této lhůtě nevyjádří, má se za to, že Česká pošta souhlasí s umístěním předmětné reklamy na předmětu obchodního využití.

Z těchto dvou článků je patrné, že Media Master porušil smlouvu, protože o umístění politické reklamy nebyla Česká pošta nijak informována. Nicméně již dne 29.4.2010 byla společností Media Master odeslána výzva k odstranění této reklamy, přičemž její reakcí bylo, že se nejedná o politickou reklamu, ale pouze o propagaci knihy Petra Nečase – Naděje pro odpovědnou politiku (která následně opravdu vyšla).

Na závěr dodávám, že jednání v této věci nejsou ukončena a Česká pošta pokutovala Media Master za porušení smlouvy podle výše uvedených článků. Dále se také jedná o nových smluvních „pojistkách“ proti obcházení smlouvy jako tomu bylo v dotčeném případě.

S přátelským pozdravem,

Ing. Martin Elkán
vrchní ředitel Divize obchod a marketing

Česká pošta, s.p., se sídlem
Politických vězňů 909/4
225 99 Praha 1

Tel: +420 221 131 111
Fax: +420 221 132 215

info@ceskaposta.cz
www.ceskaposta.cz

č. ú.: 133406370/0300
IČ: 47114983