

PROJEKT „PŘEDRAŽENÉ MÝTO“

/krizová komunikace, corporate reputation/

SHRNUTÍ PROJEKTU

Společnost Autostrade se účastnila tendru na veřejnou zakázku vybudování a provozování systému elektronického zpoplatnění dálniční sítě v ČR (tzv. elektronické mýtné) jako jeden ze čtyř uchazečů. Společně s dalšími dvěma uchazeči byla z tendru vyloučena, a to z důvodů, které pokládala za smyšlené a účelové. Celý tendr byl zorganizován způsobem, který zakládal podezření na manipulaci ve prospěch vítězné nabídky. Autostrade se společně s dalšími uchazeči bránila postupem, který předepisuje zákon, tj. podáním námitek, následně podáním ke kontrolnímu orgánu (ÚOHS) a podáním rozkladu proti jeho rozhodnutí. Po zamítavém rozhodnutí pak podáním správní žaloby.

Cílem projektu bylo veřejně upozornit na protiprávní postup zadavatele zakázky – Ministerstva dopravy ČR – a na neudržitelnost argumentace, použité zadavatelem v oficiálních rozhodnutích o vyloučení Autostrade, o výběru vítězné nabídky a o odmítnutí námitek podaných Autostrade. Konečným cílem bylo zalarmovat pozornost veřejnosti vzhledem ke skutečnosti, že při dotčené veřejné zakázce budou vynakládány státní prostředky v mnohamiliardové výši.

Hlavní cíl PR projektu se podařilo s úspěchem naplnit – problém zmanipulovaného tendru na elektronické mýtné byl médií akceptován jako závažné téma, které nelze odbýt strohými citacemi ministerských úředníků, hájících svůj postup. Vhodně zvoleným zjednodušením a metaforami se povedlo relativně komplikované téma zpřístupnit širší veřejnosti, která se o průběh tendru začala intenzivněji zajímat. To posílilo zájem politické scény (opoziční politické strany) a mezinárodních orgánů (Evropská komise), které podrobily státní úředníky odpovědné za tendr kritice a postavily je před kontrolní mechanismus EU, jenž je vůči vlivu vládních garnitur národních států imunní.

KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOSTI X RIZIKA

Velkou příležitostí byla informační uzavřenost protistrany

Značná informační uzavřenost protistrany (především zadavatele) poskytla výhodu tomu, kdo jako první „odkryl karty“ a postavil svou komunikaci na transparentním základě. Specifické komunikační příležitosti poskytovali někteří účastníci sporu zároveň svou v čase se proměňující argumentací, jež v některých bodech dostoupila úrovně popírání dříve řečeného.

Překážkou byla zejména celková komplikovanost problému

Nejvýznamnějším komunikačním rizikem byla celková komplikovanost problému, daná již samotnou složitostí správního řízení jak ve fázi veřejného zadávání, tak ve fázi přezkumu správních rozhodnutí. K tomu přistoupila složitost problematiky elektronického zpoplatnění silnic, jež se projevila mimořádným rozsahem písemné dokumentace. Další překážkou byla relativně jemná právní argumentace v otázce důvodů pro vyloučení Autostrade z tendru, jakož i v otázce neoprávněnosti výběru vítězné nabídky.

STRATEGICKÝ POSTUP

Navázání vztahů s novináři

Autostrade nebyla před projektem tendru na elektronické mýtné na českém trhu aktivní, nebyla proto známa ani neměla vybudovány vztahy s novináři. Podmínkou úspěchu projektu bylo proto takové vztahy navázat, rozvinout a postavit do roviny pravidelného kontaktu.

Ofenzivní komunikační taktika

Samotným smyslem projektu krizové komunikace bylo převrácení mediální defenzivy, jíž Autostrade do té doby čelila, a nastolení ofenzivní komunikační taktiky. Konečným cílem bylo postavit státní orgány aktivní v případě před veřejnou kontrolu. Základními parametry komunikace Autostrade se stala úplná transparentnost, pohotovost a názornost.

Speciální webové stránky

Projekt využil ve své stěžejní fázi podpory internetové reklamy a inzerce, jež měly nasměrovat veřejnost ke speciálně zřízené webové stránce, na níž byla koncentrována veškerá dokumentace k případu (průběžně aktualizovaná).

FÁZE A AKTIVITY PROJEKTU

Agentura převzala krizovou komunikaci ke kauze v momentě, kdy Autostrade obdržela negativní rozhodnutí zadavatele o námitkách podaných proti vyloučení z tendru.

- První fází bylo **navázat chybějící kontakt** mezi médii a novináři referujícími o kauze a provést první vlnu „zásobení“ argumenty. V této fázi byly zároveň zjištěny hlavní postoje, výhrady a pochybnosti novinářů směřující k argumentaci Autostrade, takže mohla být přizpůsobena potřebám a požadavkům médií.
- Druhou fází byla příprava **speciální webové stránky** (www.predrazene-myto.cz), na níž byly shromážděny veškeré dokumenty k případu.

Širší veřejnost byla na zpřístupnění dokumentů na webových stránkách informována **cílenými**

inzeráty v hlavních denících a zpravodajských týdenících (viz příloha). Současně byly na zpravodajských a ekonomických internetových serverech umístěny **upoutávky** na webovou stránku. Veškeré kroky byly systematicky podporovány průběžným vydáváním informací pro tisk (ve frekvenci cca 1-2 **tiskové zprávy** týdně) tak, aby téma neustoupilo z popředí zájmu médií.

- Ve třetí fázi bylo cílem využít očekávání rozhodnutí předsedy ÚOH o rozkladu k širší prezentaci dalšího právního postupu (stížnost k Evropské komisi, správní žaloba ad.). K tomuto účelu byly uspořádány **akce pro novináře** - pracovní snídaně a následně mimořádná tisková konference.



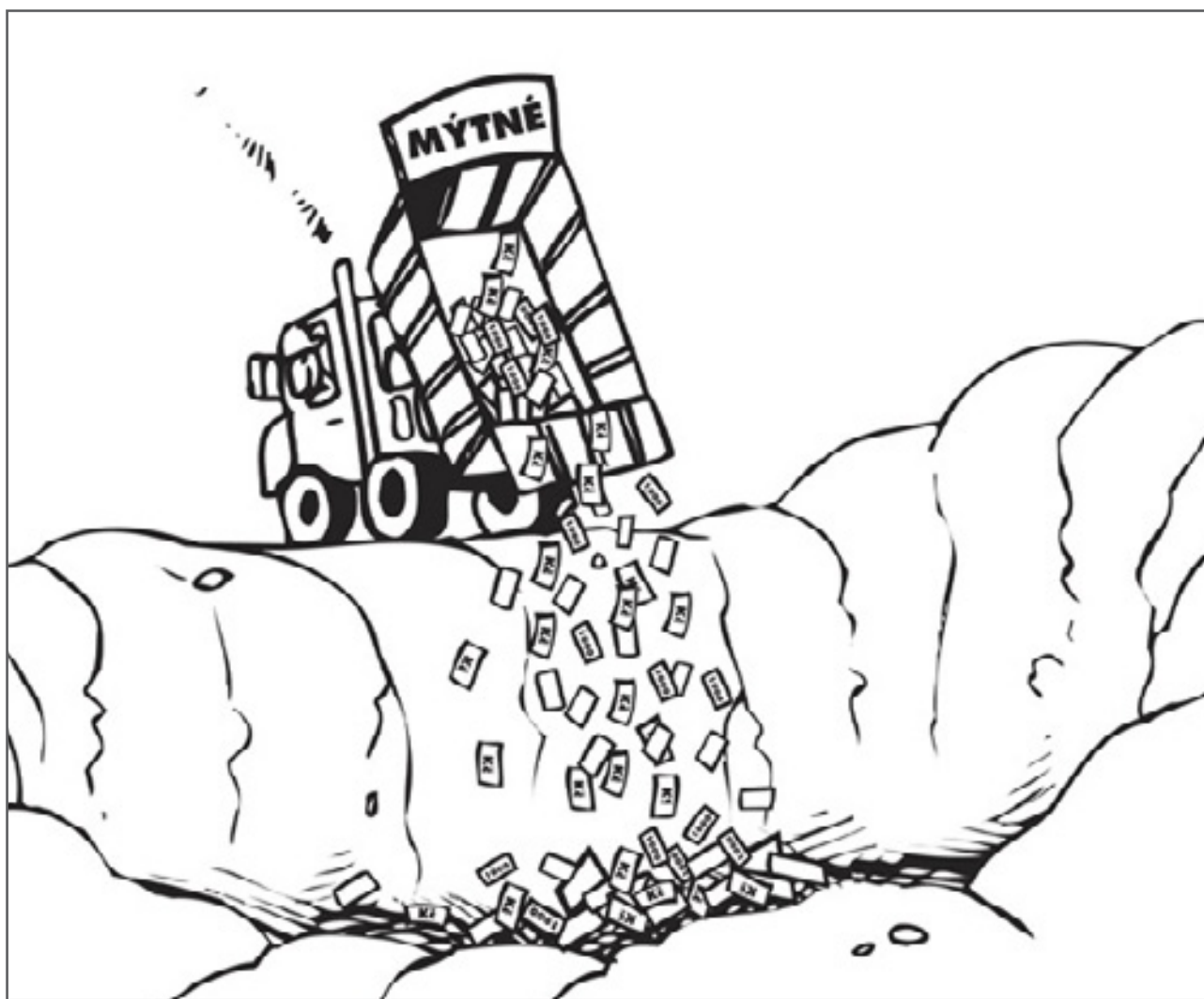
DOSAŽENÉ VÝSLEDKY

Podařilo se významně zvýšit přítomnost Autostrade v médiích, představit společnost jako leadra v oboru na evropském trhu a úspěšně prosadit směrem k veřejnosti hlavní výhrady vůči rozhodování zadavatele veřejné zakázky i přezkumného orgánu.

Zároveň se podařilo vzbudit pozornost zákonodárců, senátorů a úředníků Evropské komise, kteří vystavili české vládní orgány soustředěné vlně dotazů, žádostí o vysvětlení a podání.

Webovou stránku s dokumentací k případu navštívilo za dva měsíce přes **3000** unikátních IP, kteří si stáhli dokumenty v rozsahu **970 MB**.

Autostrade, která se hodlá zapojit do připravovaných tendrů na systémy elektronického mýtného v dalších evropských zemích (např. Slovensko), jako vedlejší účinek aktivní komunikace může prokázat viditelný track record, neboť pro veřejnost v ČR a sousedních zemích není nadále neznámým subjektem.



ČESKÁ REPUBLIKA VYHODÍ ZBYTEČNĚ 4 500 000 000 Kč

...Z PENĚZ DAŇOVÝCH POPLATNÍKŮ. PŘESNĚ TAKOVÁ JE ČÁSTKA, O KTEROU JE VÍTĚZNÁ NABÍDKA Z TENDRU NA ELEKTRONICKÉ MÝTNĚ VYŠŠÍ NEŽ NABÍDKA DALŠÍ, TECHNICKY IDENTICKÁ, PŘEDLOŽENÁ AUTOSTRADĚ.

UDELA S TÍM VLADA NECO?

Více informací žádejte od ministra dopravy,
anebo navštivte webovou stránku
www.predrazene-myto.cz

gruppoo
autostrade //

Předražené myto.cz



Aktuality

10. 2. 2006

Autostrade podala rozklad proti rozhodnutí ÚOHS, jež pokládá za nekvalitní a alibistické

Společnost Autostrade podala k předsedovi Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže rozklad proti prvoinstančnímu rozhodnutí tohoto Úřadu ve věci tendru na elektronické mýtné. Rozhodnutí, které vypracovali pracovníci Úřadu, je nekvalitní, značně odbyté a v konečném důsledku jen posiluje protiprávní jednání zadavatele zakázky. [Více...](#)

27. 1. 2006

Autostrade nesouhlasí s rozhodnutím ÚOHS, bude se bránit všemi právními prostředky

Společnost Autostrade nesouhlasí s prvoinstančním rozhodnutím Úřadu pro hospodářskou soutěž, který nevyhověl jejím námitkám a potvrdil výsledek výběrového řízení na dodavatele systému elektronického mýtného. Autostrade je znepokojena přehlížením zákona, k jakému v případě tohoto výběrového řízení dochází, a je nucena využít řádných opravných prostředků ke změně prvoinstančního rozhodnutí. [Více...](#)

Doporučujeme

Notářský záznam jednání komise

Dlouho utajovaný dokument doslovně zachycující, jak zadavatel a jím pověřené osoby manipulativně vedly jednání hodnotící komise, představuje mimořádně zajímavou četbu. Ministerstvo dopravy dokument nikdy nevydalo ani médiím, ani účastníkům řízení. Právním zástupcům Autostrade se jej podařilo získat až při nahližení do správního spisu vedeného u ÚOHS. [Více...](#)

[Home](#) | [Zpět](#) | [Další](#)

- > | [Argumenty](#)
- > | [Dokumenty](#)
- > | [Pro novináře](#)
- > | [Věřte, nevěřte...](#)
- > | [Diskuse](#)

4,5 mld. Kč

Co všechno bychom mohli mít za 4,5 miliardy Kč. [více zde](#)

info@predrazene-myto.cz

Zeptejte se svého ministra: ybv0001@mddcr.cz

Stáhněte si naši kampaň a pošlete ji svým známým.

