

## **POKYNY PRO UMÍSTOVÁNÍ REKLAMNÍCH A INFORMAČNÍCH ZAŘÍZENÍ NA ÚZEMÍ MĚSTSKÉ PAMÁTKOVÉ ZÓNY A JEJÍHO OCHRANNÉHO PÁSMO**

Výsledky aktuálně provedeného průzkumu (10/2015) stavu znečištění všech objektů i veřejného prostoru reklamními a informačními zařízeními v městské památkové zóně jsou tristní.

Z celkem 249 objektů v MPZ bylo 48 objektů označeno za reklamou vážně znečištěné a architektonicky znehodnocené, což je 1/5 všech domů.

Většina reklamních zařízení vůbec nebyla řádně povolena a jejich umístění je v rozporu s platnou legislativou.

Umístování firemních označení a reklamních a informačních zařízení v památkově chráněném území Uherského Hradiště významným způsobem ovlivňuje výsledné působení veřejného prostoru. Způsob jejich provedení, jejich množství a estetické kvality spoluurčují kvalitu prostředí, které je pod plošnou památkovou ochranou. V současné době z ekonomických důvodů stále vzrůstá tlak na zvyšování počtu, velikosti plochy a viditelnosti těchto prvků. Pro maximální zvýšení efektu upoutávky jsou fasády historických objektů zahlcovány nevkusnými a nadbytečnými prvky, které již nelze považovat za standardní firemní označení (např. reklamní vlaječky propagující vybrané produkty nebo dokonce akustické poutače – reproduktory). Reklamních a informačních sdělení je mnohdy tolik, že se hlavní informace v záplavě marginálních informací zcela vytrácí.

Z těchto důvodů byly vypracovány a naformulovány obecné zásady a pokyny. Byly zpracovány útvarem městského architekta Městského úřadu v Uherském Hradišti (dále jen ÚMA), ve spolupráci s orgánem státní památkové péče, neboť před umístěním firemního označení, reklamního či informačního zařízení je povinností vlastníka (správce, uživatele) dotčené nemovitosti mimo jiné vyžádat si závazné stanovisko orgánu státní památkové péče (dále jen OSPP). Závazná stanoviska vydaná OSPP jsou trvale platná, pokud se nezmění rozsah a způsob provedení navržených prací. Ke všem novým zařízením či úpravám stávajících musí být vydáno nové závazné stanovisko OSPP.

OSPP posuzuje každý návrh firemního označení nebo reklamního a informačního zařízení zejména podle následujících kritérií:

Hlavním kritériem pro umístění firemního označení nebo reklamního a informačního zařízení na konkrétním objektu je typ historického prostředí, ve kterém se nemovitost nachází.

Pro tyto účely bylo stanoveno zjednodušené rozčlenění památkově chráněného území na níže uvedené:

A) městská památková zóna – prohlášená vyhláškou JmKNV v Brně ze dne 20. 11. 1990 “O prohlášení území historických jader měst za památkové zóny”, (dále jen MPZ) viz schéma

B) ochranné pásmo městské památkové zóny – určené rozhodnutím Okresního úřadu Uherské Hradiště ze dne 08.08.1995 o určení ochranného pásma městské památkové zóny Uherské Hradiště, č. j. Kult/95/1226, (dále jen OP MPZ) viz schéma.

Dalším neopomenutelným kritériem je individuální památková hodnota nemovitosti. V případě, že jde o objekt, který je nemovitou kulturní památkou, je třeba navrhnout řešení důsledně respektující hodnotu objektu, a to bez ohledu, na jakém území se nachází. Informace o stupni ochrany konkrétní nemovitosti poskytne každý referent OSPP a ÚMA. Objekt je posuzován podle stupně jeho individuální ochrany ve smyslu § 2, 6 a 17 zákona č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, ve znění pozdějších předpisů (dále jen památkový zákon).

U každého záměru bude posuzován a rozlišován účel reklamního a informačního zařízení. Zda jde o oprávněný nárok na označení provozovny, nebo se jedná o reklamní či informační zařízení, které nemá žádný vztah k nemovitosti, na které je navrženo jeho umístění, zda se skutečně jedná o informaci k činnosti, která je v nemovitosti vyvíjena.

## **Pokyny pro umístování reklamních a informačních zařízení na území Městské památkové zóny Uherské hradiště a jejího ochranného pásma**

*Tyto pokyny nenahrazují zákonné podmínky a předpoklady pro umístění reklamních a informačních zařízení. Jsou doporučujícími zásadami, kterými se město snaží zahájit proces očištění prostředí městské památkové zóny a ochranného pásma od nepovolené reklamy a které slouží k nastavení obecných pravidel pro jejich regulaci.*

- *Umístění reklamních a informačních zařízení musí respektovat Stavební zákon, Památkový zákon, zejména u novostaveb Autorský zákon a z hlediska označení provozoven také Živnostenský zákon;*
- *Za dodržování pravidel je zodpovědný vlastník objektu, vlastník pozemku nebo vlastník mobiliáře nebo jiných prvků technického zařízení;*
- *Umístění reklamních a informačních zařízení na objektech musí být v souladu s celkovou výtvarnou a architektonickou koncepcí objektu a veřejného prostoru.*

### **článek 1**

#### **Kolmé firemní označení, reklamní a informační označení v parteru - výstrče a vývěsní štíty**

1. *na kolmém firemním označení, reklamním a informačním zařízení nesmí být použito reflexních, fluorescenčních či ostře kontrastních barevných tónů;*
2. *je možné instalovat pouze jedno kolmé firemní označení, reklamní a informační zařízení k jedné provozovně, výjimka je možná v případě nárožního objektu, kde jedna provozovna zabírá celé plochu přízemí a po jednom zařízení je možné instalovat na každou z fasád nároží;*
3. *v případě více provozoven (vice vstupů) v rámci jednoho objektu je nezbytné, aby všechny výstrče měly jednotný design, jednotné materiálové a technické provedení vč. způsobu uchycení;*
4. *design výstrče musí odpovídat architektonickému stylu a charakteru objektu, kolmé firemní označení a reklamní a informační zařízení musí být provedeno s ohledem na vzhled objektu i přilehlého okolí jako nerušivé doplnění fasády;*
5. *vyložení kolmého firemního označení či reklamního a informačního zařízení maximálně do 800 mm od líce fasády včetně nosné konstrukce;. výška max. 800 mm;*
6. *horní hrana zařízení nesmí přesáhnout římsu parteru;*
7. *V souvislosti s požadavky vyhlášky č. 398/2009 Sb. o obecných technických požadavcích zabezpečujících bezbariérové užívání staveb musí být zachována min. podchodná výška 2.200 mm.*
8. *v městské památkové zóně nelze umístit prvek celoplošně svítící, přípustné je jen prosvícení nápisu či loga; výjimkou jsou typizované prvky, např. první pomoc, lékárna, bankomat, pošta.*

9. v ochranném pásmu MPZ resp. na vzdálenějších veřejných uličních prostorech a na objektech, které neleží na hranici obou typů chráněných území lze osazovat celoplošně svítící kolmé firemní označení.

## článek 2 **Firemní štíty a nápisy**

1. na firemních štítech a nápisech nesmí být použito reflexních, fluorescenčních či ostře kontrastních barevných tónů;
2. nápisy není možné v rámci jednoho domu a jedné roviny průčelí opakovat (jeden štít či jedna provozovna = jeden nápis); nepřípustné je dublování nebo zmnožování jakéhokoliv reklamního sdělení stejného obsahu
3. přednostně je nutné firemní štíty a nápisy umísťovat do vyhrazeného nápisového pásu pod kordonovou římsou přízemí;
4. u provozoven s výkladci je další možností umístění v nápisovém poli výkladce, v tomto případě už nelze nápis opakovat nebo reklamu jakkoliv rozšiřovat nad výkladec na fasádu či pod kordonovou římsu;
5. firemní štít nesmí zakrývat architektonické prvky ani štukovou výzdobu parteru fasády;
6. firemní označení nad parterem je možné instalovat ve vyšších podlažích objektu pouze za předpokladu, že dotčená provozovna využívá celý objekt, např. hotely, obchodní domy;
7. v MPZ nelze použít celoplošně prosvětlený reklamní štít;
8. při požadavku podsvícení nápisů z jednotlivých písmen bude posuzována možnost umístění individuálně v závislosti na hodnotě fasády, jejich velikosti a celkovém množství reklamních prvků na fasádě;
9. firemní štíty a označení nesmí být v žádném případě nasvětleny přídavným zařízením osazeným na fasádě nebo na výstrči, případný světelný zdroj musí být integrován uvnitř prvku, osvětlení musí být tlumené, bez rušivých světelných efektů (blikání, změna barev); elektroinstalace nesmí být vedeny volně po fasádě.

## článek 3 **Vitríny (menuboxy) a nabídkové tabule**

1. Možnost umístění vitríny (menuboxy) a nabídkové tabule na uliční fasádě bude posuzována individuálně v závislosti na architektonické výzdobě parteru objektu;
2. nelze umístit na fasádu více než 1 kus na provozovnu;
3. vitríny a nabídkové tabule musí svým obsahem odkazovat na činnost provozovny v daném objektu;
4. maximální velikost plochy 600 x 900 mm, max. hloubka 100 mm;

5. *případné osvětlení musí být instalováno jako vnitřní, elektroinstalace nesmí být vedeny volně po fasádě.*

#### **článek 4**

#### **Polepy oken, dveří a výkladců**

1. *Není přijatelné ani částečné vyplnění okenního či dveřního otvoru reklamním panelem;*
2. *reklamní polepy prosklených výplní oken ve všech podlažích jsou nepřípustné, plocha okenních výplní není určena pro reklamní účely;*
3. *reklamní polep prosklených výkladců a prosklených vstupních dveří do provozovny je možný fóliovou grafikou do maximálně 1/3 plochy prosklení v horní či dolní části výkladce či dveří;*
4. *Pokud má výkladec ve své horní části vymezený pás – nápisové pole pro firemní označení, nelze již jakýmkoliv plošným polepem zasahovat do prosklené plochy výkladce pod ním;*
5. *na polep nesmí být použity folie agresivních, reflexních, fluorescenčních či ostře kontrastních barevných tónů.*

#### **článek 5**

#### **Firemní označení, reklamní a informační zařízení na štítových plochách budov**

1. *Štítové plochy lze pro reklamu a firemní označení je možné využít pouze v případě, že jde o plochy hladké, nearchitektonizované;*
2. *možnost umístění reklamy a firemního označení bude posuzováno v závislosti na konkrétní památkové hodnotě objektu a také jeho prostředí;*
3. *tento typ reklamy musí být proveden písmomalířsky přímo na fasádě; nesmí být použity reflexní, agresivní, fluorescenční či ostře kontrastní barevné tóny ani osvětlení;*
4. *reklamní motiv nesmí být proveden celoplošně, vždy musí být zachována barva fasády nad, pod i vedle reklamního motivu v šíři pásu min. 450 mm.*

#### **článek 6**

#### **Firemní označení, reklamní a informační zařízení na střechách**

*Instalace reklamních a informačních zařízení a firemního označení na střechách objektů je v obou typech území nepřípustná.*

#### **článek 7**

#### **Různé případy mimořádných, krátkodobých instalací**

1. *Instalace rozměrných a velkoplošných reklamních a informačních zařízení v rámci mimořádných komerčních propagačních kampaní je nepřípustná i za předpokladu jejich krátkodobého umístění na objektech nebo ve veřejném prostoru;*

2. výjimečně akceptovatelné jsou pouze časově omezené – krátkodobé a kultivované instalace zařízení propagující kulturní a veřejně společenské akce s předem stanoveným časovým rámcem.

#### článek 8

### **Reklamní plachty a převěsy přes ulice**

1. Převěsy přes ulice v centru města jsou primárně určeny pro vánoční výzdobu města;
2. pouze v mezidobí je lze využívat pro zavěšení bannerů k propagaci významných společenských, kulturních a sportovních, osvětových a vzdělávacích akcí;
3. rozměry resp. výška banneru umísťovaného na převěs bude odvozena z rozteče lan a délka dle šíře ulice v konkrétním místě;
4. banner musí být oboustranný;
5. jeho provedení a zavěšení bude takové, aby dobře vzdorovalo povětrnostním vlivům, nepoškozovalo fasády dotčených objektů a bylo trvale důstojné;
6. vlastní montáž i demontáž je ale třeba dohodnout se správcem převěsů, tj. se společností Hrates – Marius Pedersen;
7. krátkodobou výjimku může tvořit banner propagující mimořádnou jednorázovou komerční aktivitu, která je spjata s prostory v objektu, na němž je převěs uchycen. Nesmí však dojít k omezení vánoční výzdoby;
8. rovněž výjimku může tvořit banner související s volební kampaní, ale pouze za podmínky, že s jejím umístěním souhlasí vlastníci obou protilehlých objektů

#### článek 9

### **Plakátovací sloupy a plochy**

1. Plakátovací sloupy a plochy lze v omezeném počtu umístit v obou typech území jako specifický druh městského mobiliáře určeného výlučně k propagaci kulturních a veřejně společenských akcí formou maloformátových plakátů bez agresivních, reflexních, fluorescenčních či ostře kontrastních barevných tónů;
2. tvarové řešení musí vycházet z tradičních vzorů (jednoduchý sloup, plakátovací deska na ohradní zdi nebo v průchodu);
3. zařízení uvnitř MPZ nesmí být osvětleno;
4. prvky mohou být provedeny v současném designu s respektem k charakteru dané lokality;
5. v obou typech území není možné umístění nových plakátovacích sloupů a ploch v místě, kde je již obdobné zařízení instalováno (bez ohledu na provozovatele).
6. vylepování plakátů, letáků, reklamních vizitek apod. mimo oficiální výlepové plochy je přísně zakázáno.

#### článek 10

### **Obrazovky, projektory, billboardy a jiné nosiče reklamy druhotně instalované na objektech, komunikacích nebo na městském mobiliáři**

*Tato zařízení jsou z hlediska památkové péče v obou typech území nepřipustná, neboť se nejedná o nutné firemní označení.*

#### článek 11

### **Místa se zákazem instalace reklamních zařízení**

1. oplocení letních venkovních – občerstvovacích zahrádek;
2. sloupy veřejného osvětlení, dopravní značky, rozvodné skříňky;
3. městský mobiliář – koše, lavičky, stojany na kola apod.;
4. zastávky městské dopravy, pokud k tomu nejsou konstrukčně a designově uzpůsobeny

#### článek 12

### **Výjimky**

Výjimku z těchto pokynů může udělit rada města za těchto předpokladů, že k záměru existuje:

1. kladné závazné stanovisko nebo rozhodnutí orgánu státní památkové péče;
2. písemný souhlas autorizovaného architekta nebo autorizovaného inženýra nebo technika v oboru pozemní stavby v případě objektu, jenž je novostavbou nebo po komplexní rekonstrukci, která zahrnovala komplexní obnovu dotčené fasády.

#### článek 13

### **Povinné přílohy k žádosti o vydání závazného stanoviska orgánu státní památkové péče pro umístění firemního označení nebo reklamního či informačního zařízení**

1. popis a výkresová dokumentace jednotlivých prvků s uvedením rozměrů, materiálu, způsobu ukotvení do fasády, barevného ztvárnění, konkrétního umístění prvků v rámci fasády a případně trasy přívodního kabelu elektroinstalace,
2. fotografická dokumentace stávajícího stavu,
3. vizualizace.

## článek 14 Závěrečná ustanovení

1. Pokyny vycházejí z platných právních předpisů a jsou návodem zejména pro vlastníky, nájemce či provozovatele nemovitostí v městské památkové zóně. Budou využitelné pro propagaci činností jednotlivých provozoven.
2. Zásady obsahují výčet zařízení, která lze na území památkové rezervace pro reklamu a propagaci používat, včetně přípustných materiálů a rozměrů, i povinnosti, které musí být splněny před instalací takových zařízení. Dále obsahují pravidla pro firemní označení budov.
3. Všechna již instalovaná reklamní a informační zařízení budou posuzovány dle platných zákonů, ze kterých také vyplývají případné sankce. Majitelé reklamních a informačních zařízení, kterým chybí příslušná povolení či ti, kteří bez potřebných povolení prováděli tyto zásahy, mohou toto napravit bez sankcí do 30.6.2017.
4. V případě, že nepovolené zařízení na objektech historicky hodnotných odstraní a nahradí novým, které bude odpovídat platným předpisům i těmto obecným pokynům, mohou požádat o dotaci z Fondu obnovy historické architektury.

### Související právní předpisy

1. zákon č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, ve znění pozdějších předpisů, vyhláška č. 66/1988 Sb., kterou se provádí zákon č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, ve znění pozdějších předpisů,
2. zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu, ve znění pozdějších předpisů,
  1. vyhláška JmKNV v Brně ze dne 20. 11. 1990 "O prohlášení území historických jader měst za památkové zóny",
  2. rozhodnutí Okresního úřadu Uherské Hradiště ze dne 08.08.1995 o určení ochranného pásma městské památkové zóny Uherské Hradiště, č. j. Kult/95/1226,
  3. vyhláška č. 501/2006 Sb., o obecných požadavcích na využívání území, ve znění pozdějších předpisů,
  4. nařízení města č. 3/2015 Tržní řád,
  5. obecně závazná vyhláška města 3/2009 o udržování čistoty na ulicích a jiných veřejných prostranstvích,
  6. obecně závazná vyhláška města č. 6/2015 o místním poplatku za užívání veřejného prostranství,
  7. obecně závazná vyhláška města č. 8/2015 o zákazu konzumace alkoholických nápojů na vymezeném veřejném prostranství,
  8. obecně závazná vyhláška města č. 7/2015 o stanovení podmínek pro pořádání, průběh a ukončení veřejnosti přístupných sportovních a kulturních podniků, včetně tanečních zábav, diskoték a jiných kulturních podniků v rozsahu nezbytném k zajištění veřejného pořádku.

schváleno usnesením Zastupitelstva města Uherské Hradiště číslo 105/8/ZM/2015  
v Uherském Hradišti 07.12.2015