

Manuál označování provozoven

Město **Plzeň**



Zpracovatel:
Útvar koncepce a rozvoje města Plzně

Ředitelka organizace:
Ing. Irena Vostracká

Vedoucí úseku veřejného prostoru:
Ing. arch. Jaroslav Holler

Vedoucí úkolu:
MSc. Arch. Vladimíra Vaníková

Autorský tým:
Ing. arch. Jaroslav Holler
Ing. arch. Edita Míková
MSc. Arch. Vladimíra Vaníková

Grafický design: Marathon Studio
Datum vydání: 3/2020

Útvar koncepce
a rozvoje 

1	Úvod	3
1.1	Důvody pro vytvoření manuálu a jeho cíle	4
1.2	Obecná doporučení	5
1.3	Legislativa	6
2	Označování provozoven	6
2.1	Firemní nápisy a cedule	9
2.2	Výkladce	13
2.3	Vývěsní štíty	15
2.4	Vitríny a tabule	17
2.5	Áčka a totemy	19
2.6	Ostatní reklamní nosiče	20

1 Úvod



1 km

- 1 Centrální oblast
- 2 Městská památková rezervace

1.1 Důvody pro vytvoření manuálu a jeho cíle

Vizuální smog je vžitý název pro přehnanou a přebujelou reklamu obklopující nás v českých městech. Podobně jako vzdušný smog, který dusí město a brání lidem volně dýchat, ten vizuální brání městu se kvalitně rozvíjet a ovlivňuje kvalitu života v něm.

Útvar koncepce a rozvoje města Plzně proto vypracoval po vzoru ostatních českých měst **Manuál označování provozoven**, který si klade za cíl nežádoucímu reklamnímu zamoření předcházet. Tento dokument je zaváděn pro Centrální oblast Plzně s ambicí rozšířit se i do ostatních městských částí.

Manuál nemá být nástrojem restrikce, ale naopak podanou rukou a návodem. Manuál **radí** majitelům firem, jak přehledně a efektivně označovat své provozovny. Zároveň **pomáhá** zorientovat se v příslušné legislativě a **slouží** úředníkům jako podklad pro rozhodování v daném území.

Reklama je fenomén, který dnes do veřejného prostoru neodmyslitelně patří. V každém případě by ale měla mít vizuálně a obsahově kultivovanou formu a měla by odpovídat prostředí, ve kterém se nachází. V našem **Manuálu označování provozoven** se dozvíte, jak na to.

Není nám jedno, v jakém městě žijeme. Pojďme to společně zlepšit!

1.2 Obecná doporučení

Dodržováním těchto obecných pravidel si usnadníte jednání s úřady povolujícími reklamy a s městskou samosprávou. Hlavně ale přispějete ke kultivovanému vzhledu našeho města.

Dle živnostenského zákona musí být všechny provozovny trvale a zvenčí viditelně označeny:

- Názvem, obchodní firmou nebo jménem a příjmením podnikatele a identifikačním číslem (IČ).
- Jménem a příjmením odpovědné osoby.
- Prodejní nebo provozní dobou.
- Kategorii a třídou, jedná-li se o ubytovací zařízení.

Všechny formy označování musí respektovat architekturu budovy a členění fasády, na kterou jsou umístovány. V rámci objektu by mělo být označení všech provozoven jednotné a mělo by odpovídat charakteru objektu. Mělo by být situováno pouze na dané provozovně nebo bezprostředně před ní.

Veškerá sdělení by měla být stručná a výstižná. Jednoduchý text je přehledný a lépe upoutá pozornost. K označení není vhodné plošně používat křiklavých a agresivních barev. Barevné řešení prezentace provozovny by se mělo vhodně doplňovat s barevností fasády.

Všeobecně se nedoporučuje celoplošné osvětlení reklamy, bodové nasvícení reflektory, blikající osvětlení a videomapping. Vhodná jsou zejména individuálně podsvícená písmena a loga.

Na grafickém návrhu se vyplatí spolupracovat s profesionálem. Ten navrhne individuální řešení dle daného kontextu, požadavků a prostředků.

K navrženému označení se v různých případech mohou vyjadřovat různé úřady, a to zejména:

- ÚMO Plzeň 3, Odbor stavebně správní a investic.
- ÚMO Plzeň 3, Odbor dopravy a životního prostředí.
- Odbor památkové péče MMP.
- Odbor bytový MMP.
- Správa veřejného statku města Plzně.
- Útvar koncepce a rozvoje města Plzně.
- Živnostenský úřad MMP.

Označování provozoven na kulturních památkách a v Městské památkové rezervaci podléhá schvalovacímu řízení Odboru památkové péče Magistrátu města Plzně. Pro provozovny v městských objektech jsou podmínky označování popsány v manuálu závazné.

Pro ostatní provozovny je Manuál označování provozoven doporučující, nicméně je to důležitý dokument v procesech povolování a rozhodování.

Pokud je tedy označení provozovny v souladu s tímto manuálem, mělo by být jednání s výše zmíněnými úřady bezproblémové.

Město má zájem poskytovat **finanční příspěvek** na grafické zpracování označení provozovny, které je v souladu s manuálem. Byl by poskytován jak na úpravu stávajících nevhodně označených provozoven, tak pro označování provozoven nových. Pravidla pro poskytnutí a výše příspěvku budou zveřejněna na webu ÚKRMP a města Plzně.

1.3 Terminologie a legislativa

Plán regulace vizuálního smogu

Plán opatření a kroků k postupnému naplňování Manuálu reklamy ve veřejném prostoru.

MPR

Městská památková rezervace. V zájmu ochrany nejhodnotnější části našeho města, jsou pro toto území u některých reklamních kategorií stanoveny specifické požadavky.

Parter

Spodní část fasády s portály a výkladci obchodů, obecně může být brán i jako prostranství před budovou.

Kordonová římsa

Horizontální architektonický prvek, průběžná římsa, nejčastěji v úrovni stropu prvního podlaží.

Výkladec

Konstrukce se skleněnou výplní, která je buď předsazená před otvory parteru (předsazený výkladec), nebo do nich vložená (okenní výkladec). Prostor za sklem výkladce určený k prezentaci provozovny se nazývá výloha.

Řezaná grafika

Nápis z jednotlivých vzájemně oddělených písmen nebo logo.

S tématem reklamy ve veřejném prostoru souvisejí tyto právní předpisy:

Zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon)

Vyhláška č. 501/2006 Sb., o obecných požadavcích na využívání území

Vyhláška č. 503/2006 Sb., o podrobnější úpravě územního rozhodování, územního opatření a stavebního řádu

Zákon č. 13/1997 Sb., o pozemních komunikacích

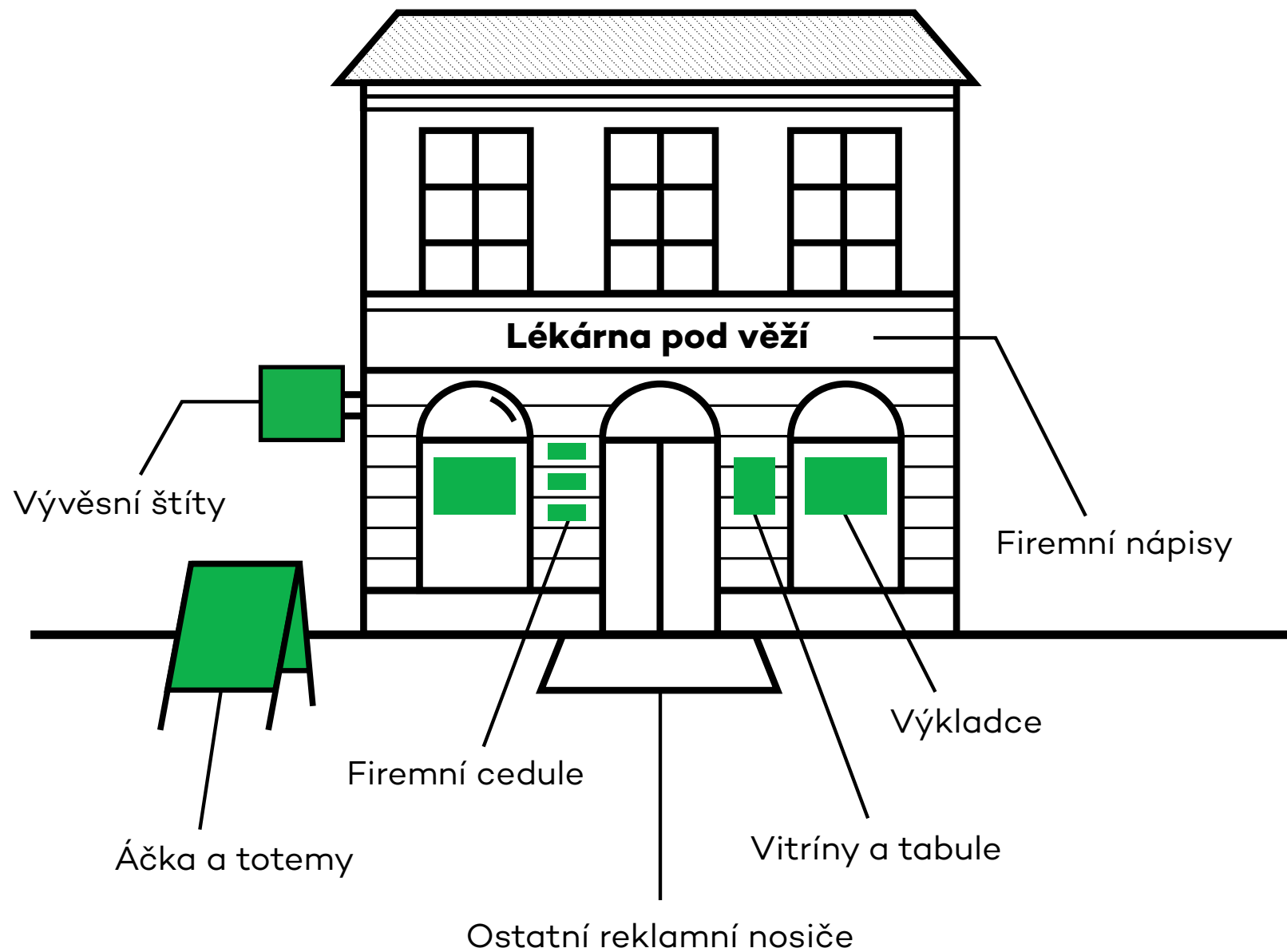
Zákon č. 361/2000 Sb., o provozu na pozemních komunikacích

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy

Zákon č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči

Zákon č. 121/200 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů

2 Označení provozoven



2.1 Firemní nápisy a cedule



✓ Ano

- Respekt k architektuře budovy a členění fasády.
- Jednota v rámci celého objektu (velikost, umístění, materiál).
- Jeden nápis na jednu provozovnu (v případě nároží z obou stran).
- Nápis přednostně umísťovat v přízemí do nápisového pásu výkladce nebo pod kordonovou římsu.
- Nápis nad parterem¹ jen v případě jedné provozovny v celém objektu (hotel, banka).
- Stručnost, výstižnost a čitelnost.
- Samostatné znaky, řezaná grafika nebo písmomalířský nápis.
- Prosvětlená jednotlivá písmena, decentně podsvětlené nápisy a tradiční trubicové neony.
- Cedule v jednotném provedení přehledně umísťovat u vstupu do objektu.

Tato pravidla platí i pro označení kiosků a prodejních stánků.



✗ Ne

- Překrytí architektonických prvků.
- Nejednotnost.
- Přemíra informací.
- Duplikovaná sdělení.
- Více jak dva druhy písma, deformované písmo.
- Křiklavé a agresivní barvy použité plošně, sériově vyráběné nápisy.
- Celoplošně prosvětlené nápisy, reflektory.
- Blikající a oslňující prvky.
- Nesourodé cedule, nejednotně umístěné na fasádě.

¹ Parter je spodní část fasády s portály a výkladci obchodů, obecně může být brán i jako prostranství před budovou.



✓ Vhodné řešení nápisu jednotlivými písmeny – znaky.



✓ Správné umístění nápisu pod kordonovou římsu.



✓ Příkladné označení prodejního stánku.



✗ Plošné označení překrývající architektonické prvky.



✗ Nápis nerespektuje členění výkladce, přemíra informací.



✗ Velké množství reklam a nápisů, duplikovaná sdělení, agresivní barvy.



✓ Decentní označení provozovny v pásu výkladce řezanou grafikou.

✓ Jednotnost označení v rámci celého objektu.

✓ Kvalitní osvětlení jednotlivých písmen firemního označení.



✗ Křiklavé barvy, plošné nápisy, různá písma.

✗ Nejednotné a nepřehledné označení v parteru domu.

✗ Sériově vyráběné displeje, plošné nápisy nasvětlené reflektory.



✓ Materiálově sjednocené cedule, přehledně umístěné.



✓ Jednotně řešené firemní cedule u vstupu.



✗ Nepřehledná kombinace různých firemních cedulí.



✗ Různé materiálové a barevné řešení narušuje upravený vzhled vstupu.

2.2 Výkladce



✓ Ano

- Propojení interiéru provozovny s exteriérem.
- Polep na vnitřní straně skla, max. 20 % plochy řezanou grafikou.
- Obrazovky a prezentační panely v interiéru s odsazením min. 15 cm od skla, max. 1/3 plochy stavebního otvoru.



✗ Ne

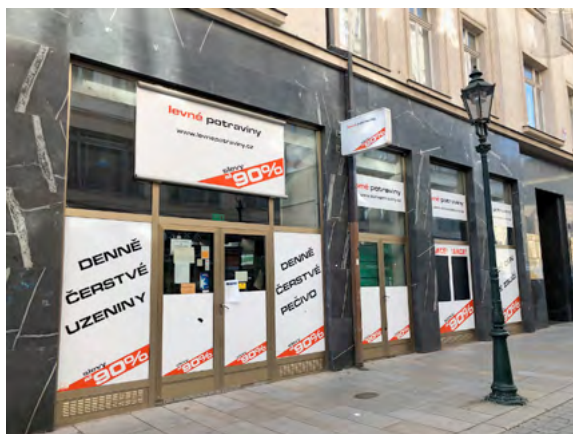
- Celoplošné polepy jsou nepřipustné.
- Polepy na prosklení, která nejsou výkladcem (např. okna budov).
- Křiklavé a agresivní barvy použité plošně, fotografie, ilustrace.
- Amatérsky provedené cedulky.
- Popisy prosklení křídovými popisovači.

Výjimka u provozoven nebo objektů v rekonstrukci.



✓ Příkladné řešení polepů řezanou grafikou na vnitřní straně skla, přijatelný poměr mezi polepenou a průhlednou plochou.

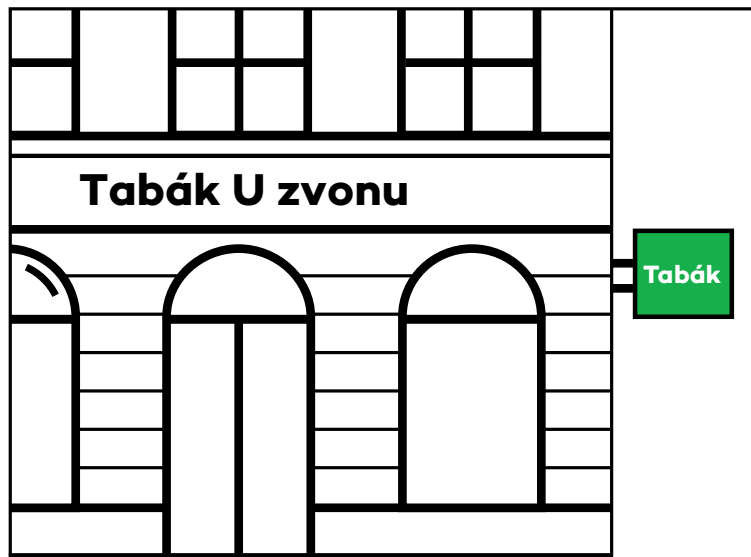
✓ Příkladné umístění obrazovky ve výkladci.



✗ Celoplošné polepy znemožňující vizuální kontakt s exteriérem, duplikovaná sdělení. Značení nerespektuje architekturu parteru.

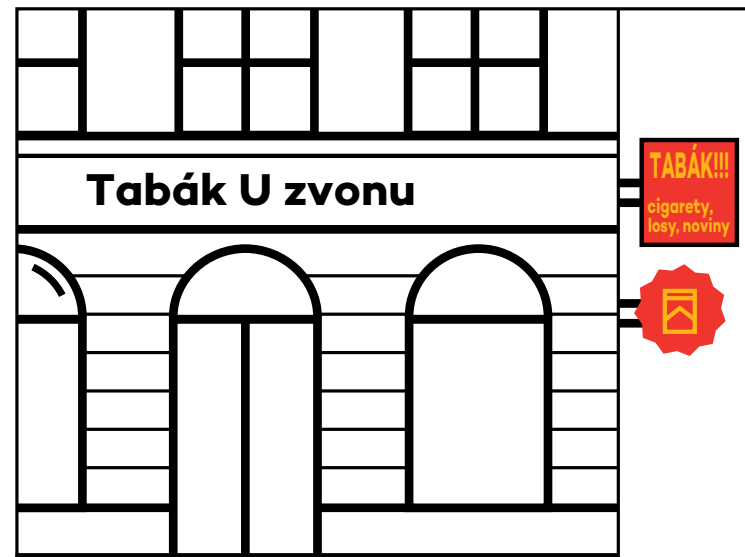
✗ Obrazovka nevhodně vyplňující celou plochu výkladce.

2.3 Vývěsní štíty



✓ Ano

- Jednota v rámci celého objektu (velikost, umístění, materiál).
- Jeden vývěsní štít na jednu provozovnu.
- V případě více provozoven v objektu nesmí být vývěsní štíty umístěny nad sebe.
- V případě nárožních provozoven jeden štít na každé straně.
- Rozměry vč. konzole max. 800 x 800 x 40 mm (Š x V x T), max. 0,6 m².
- Odsazení od fasády 100–150 mm, podchodná výška min. 2200 mm.
- Stručné a výstižné (nápis, logo).
- Osvětlený pouze nápis nebo logo.



✗ Ne

- Rozdílné typy vývěsních štítů.
- Zasahování do úrovně římsy.
- Křiklavé a agresivní barvy použité plošně, fotografie, ilustrace.
- Reklamní vývěsní štíty od dodavatelů.
- Celoplošně prosvětlené vývěsní štíty.



✓ Vývěsní štít přiměřené velikosti, osvětlené logo provozovny, kvalitní provedení.

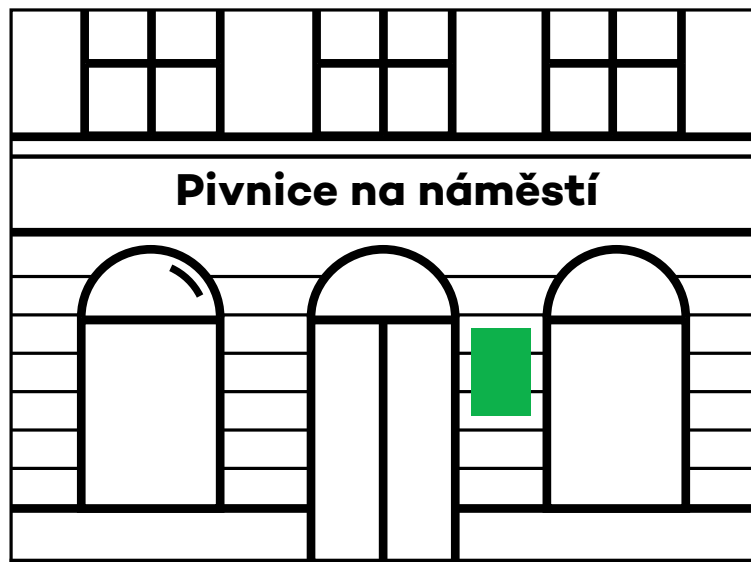
✓ Jednotné vývěsní štíty v rámci budovy, stručná sdělení, decentní barevnost, kvalitní materiál.



✗ Vývěsní štít nevhodně umístěn do vrcholu klenby. Nevhodné osvětlení, nepřiměřená velikost, nekvalitní provedení.

✗ Různé typy vývěsních štítů, křiklavé barvy, přemíra informací, nepřehlednost.

2.4 Vitríny a tabule



✓ Ano

- Respekt k architektuře domu, k členění fasády a použitým materiálům.
- Jednota v rámci celého objektu (velikost, umístění, materiál).
- Pouze nabídka vztahující se k provozovně v daném objektu.
- Jedna vitrina nebo tabule na provozovnu, vzájemně nekombinovat.
- Plocha max. 0,6 m².
- Subtilní konstrukce.
- Případné osvětlení uvnitř vitríny, podomítkové vedení.



✗ Ne

- Křiklavé a agresivní barvy použité plošně, fotografie, ilustrace.
- Reklamní vitríny dodavatelů.
- Kliprámy.
- Celoplošné umístování na okenice a dveřnice.
- Kombinace různých nabídkových tabulí a vitrín.



✓ Tabule respektuje členění fasády, decentní barevnost, kvalitní provedení.

✓ Jedna tabule na provozovnu, adekvátní velikost.

✓ Jedna vitrina na provozovnu, podomítkové řešení osvětlení.



✗ Nabídkové tabule nevhodně umístěné na dveřnice vstupu, celoplošná barevná nabídka s fotografiemi.

✗ Reklamní tabule pohlcující celý parter, agresivní barevnost, přemíra informací.

✗ Kliprámy.

2.5 Áčka a totemy

Je zapotřebí povolení ke zvláštnímu užívání místní komunikace.
Žádost se podává na ÚMO Plzeň 3, Odboru dopravy a životního prostředí.

✓ Ano

- Označení kulturních institucí, památek apod.
- Pouze pro provozovny, které nejsou v parteru¹.
- Pouze nabídka vztahující se k provozovně v daném objektu.
- Jedno áčko na provozovnu.
- Jednota v rámci celého objektu (velikost, umístění, materiál).
- Rozměr pohledové plochy 600 x 900 mm.
- Mimo pěší trasy a prvky pro osoby s omezenou schopností orientace.
- Minimální průchodná šířka 2 m.
- Umístění bezprostředně u fasády, kolmo nebo paralelně.
- Kvalitní konstrukce, udržovaný vzhled, zajištění proti převrácení.



✓ Označení kulturní instituce.

✗ Ne

- Áčka provozoven situovaných v parteru.
- Totemy.
- Umísťování v zeleni.
- Vytváření bariér.
- Křiklavé a agresivní barvy použité plošně.



✗ Áčko jako bariéra ve veřejném prostoru, situované mimo provozovnu.



✗ Totem jako bariéra ve veřejném prostoru, umístěný v zeleni.

¹ Parter je spodní část fasády s portály a výkladci obchodů, obecně může být brán i jako prostranství před budovou.

2.6 Ostatní reklamní nosiče

Jakákoli jiná reklama kromě předchozích kategorií zmíněných v tomto manuálu není označením provozovny a je ve veřejném prostoru nepřipustná. Jedná se zejména o následující prvky:

- Reklamní vlajky a prapory
- Sochy a předměty na fasádách a před provozovnami
- Venkovní koberce
- Reklama na předzahrádkách (denní nabídka není reklamou).



✗ Vlajky.



✗ Předměty na fasádách.



✗ Koberce.



✗ Reklamní sochy na fasádách.

