

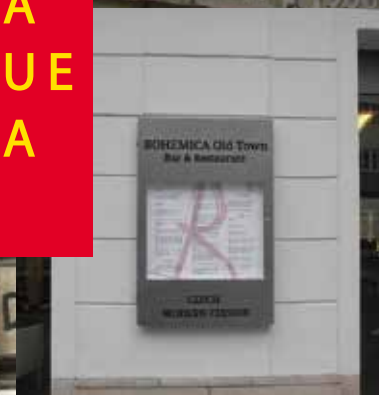
# Firemní označení, reklamní a informační zařízení v památkově chráněném území hlavního města Prahy

## PŘÍRUČKA PAMÁTKOVÉ PÉČE

MAGISTRÁT HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY  
Odbor památkové péče  
(AKTUALIZACE 2018)



MAGISTRÁT HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY  
Odbor památkové péče  
Jungmannova 35/29, 111 21 Praha 1  
tel.: 236 002 334, 236 002 987  
e-mail: opp@praha.eu  
www.praha.eu



# Firemní označení, reklamní a informační zařízení v památkově chráněném území hlavního města Prahy

Umísťování firemních označení a reklamních a informačních zařízení v památkově chráněném území hlavního města Prahy 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 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).

Z těchto důvodů byl vypracován metodický pokyn odboru památkové péče Magistrátu hlavního města Prahy (dále MHMP OPP), neboť před umístěním firemního označení, reklamního či informačního zařízení je povinností vlastníka (správce, uživatele) dotčené nemovitosti mimo jiné vyžádat si závazné stanovisko MHMP OPP. Závazná stanoviska vydaná MHMP OPP 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 MHMP OPP.

MHMP OPP 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) prostory s rostlou urbanistickou strukturou** – jedná se o území s nejstaršími trasami městské struktury, uliční čáry těchto prostor jsou nepravidelné a výška zástavby různorodá (především katastrální území Malá Strana, Hradčany a Staré Město).

**B) prostory urbanisticky jednotné** – jedná se o území vzniklé zpravidla v krátkém časovém období, je architektonicky jednotnější než prostory rostlé, nejčastěji se jedná o architekturu 19. a 20. století (katastrální území Nové Město, Smíchov, Vinohrady, Karlín atd.).

Viz mapový podklad MHMP OPP v obrazové příloze této brožury.

Dalším 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 MHMP OPP a Národního památkového ústavu územního odborného pracoviště v Praze (dále jen NPÚ ÚOP PR). Objekt je posuzován podle stupně jeho individuální ochrany ve smyslu § 2, 4, 5 a 6 zákona č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, ve znění pozdějších předpisů (dále jen památkový zákon).

U každého návrhu je také třeba odlišit účel záměru: zda jde o oprávněný nárok na označení provozovny, nebo o reklamní či informační zařízení, které nemá žádný vztah k nemovitosti, na které je navrženo jeho umístění, popřípadě činnosti, která je v nemovitosti vyvíjena.

Požadavky MHMP OPP k instalaci firemních označení a reklamních a informačních zařízení všeho druhu vycházejí především z požadavku památkové péče, aby tyto prvky svým provedením respektovaly tradiční formy upoutávky, které byly v minulosti používány, a dále aby jejich umístěním nebyl poškozen autentický vzhled dotčené nemovitosti a přilehlého okolí. Každé firemní označení nebo reklamní a informační zařízení by mělo být provedeno tak, aby se stalo pouze nerušivým doplňkem fasády, resp. veřejného interiéru města. Jejich počet je třeba omezit na nezbytně nutné množství, tj. 1 kus od každého prvku, pouze v odůvodněných případech lze připustit 2 kusy (např. u provozovny s výkladci či vstupy na obou nárožích). Při volbě materiálu je vhodné preferovat tradiční materiály (kov, dřevo, sklo...), v případě návrhů s výjimečnou designovou a řemeslnou kvalitou lze využít i soudobé materiály.

Firemní označení a reklamní a informační zařízení by neměla být v žádném případě nasvětlena přídavným zařízením osazeným na fasádě nebo na výstrči (reflektory, lampy, LED pásy...), u případného světelného zdroje je třeba, aby byl integrován uvnitř prvku a osvětlení bylo tlumené, bez rušivých světelných efektů (blikání, změna barev). Elektroinstalace nesmí být vedeny volně po fasádě.

Vzhledem k rozdílům v památkové hodnotě objektů i prostředí není možné stanovit zcela konkrétní a jednotná modelová řešení, která by byla plošně a bez rozdílu aplikovatelná v celém památkově chráněném území. Posouzení každého návrhu proto zůstává do určité míry individuální, v závislosti na podobě fasády, jejíž kompozice může zcela znemožnit osazení některého z jinak běžných prvků firemního označení či reklamního a informačního zařízení.

Firemní označení a reklamní a informační zařízení posuzovaná dle památkového zákona jsou zejména:

#### KOLMÉ FIREMNÍ OZNAČENÍ, REKLAMNÍ A INFORMAČNÍ ZAŘÍZENÍ V PARTERU – VÝSTRČE A VÝVĚSNÍ ŠTÍTY

Ve všech případech platí, že kolmé firemní označení a reklamní a informační zařízení by mělo být provedeno s ohledem na vzhled objektu i přilehlého okolí jako nerušivé doplnění fasády.

U každé provozovny je možné umístit jedno kolmé firemní označení či reklamní a informační zařízení, v případě provozoven v nárožních objektech pak jeden prvek na každé straně fasády. Kolmé firemní označení či reklamní a informační zařízení je nevhodnější osadit při vstupu do provozovny, s ohledem na architektonický rozvrh plochy fasády a mimo nároží objektu.

Vyložení kolmého firemního označení či reklamního a informačního zařízení je možné maximálně do 80 cm od líce fasády včetně nosné konstrukce. Výškový limit zařízení je také 80 cm. Hloubka kolmého firemního označení by měla být maximálně 10 cm. Umístění je třeba zvolit tak, aby horní hrana zařízení nepřesahovala římsu parteru a nevstupovala tak do úrovně 2. NP. V souvislosti s požadavky vyhlášky č. 398/2009 Sb. o obecných technických požadavcích zabezpečujících bezbariérové užívání staveb je žádoucí, aby spodní hrana výstrče zachovala minimální podchodnou výšku 2,2 m.

#### A) prostory s rostlou urbanistickou strukturou

- kolmá firemní označení či reklamní a informační zařízení je vhodné řešit jako atypické prvky,
- v případě světelného provedení prvku může svítit pouze nápis, nikoliv celá plocha.

#### B) prostory urbanisticky jednotné

- kolmá firemní označení či reklamní a informační zařízení mohou být provedena i jako prosvětlené boxy.



## KOLMÉ FIREMNÍ OZNAČENÍ, REKLAMNÍ A INFORMAČNÍ ZAŘÍZENÍ NAD PARTEREM – BANNERY

Bannery nad parterem je možné instalovat v obou typech území ve vyšších podlažích objektu pouze za předpokladu, že dotčená provozovna využívá celý objekt (např. hotely, obchodní domy), a to v maximálním počtu dvou kusů, pokud to umožňuje architektonická podoba fasády.

Tyto prvky musí být velikostí plochy přizpůsobeny konkrétnímu objektu tak, aby nezakrývaly architektonické prvky ani výzdobu fasády. Nelze je v žádném případě nasvětlovat. U reklamních bannerů vertikálně vypnutých mezi konzole kolmo k fasádě je vyložení od fasády možné max. do 80 cm od líce fasády včetně nosné konstrukce (tj. stejně jako u kolmých firemních označení či reklamních a informačních zařízení v parteru).

V prostorách s rostlou urbanistickou strukturou a na fasádách nemovitých kulturních památek bannery nemohou přesáhnout výšku jednoho podlaží.



## FIREMNÍ ŠTÍTY A NÁPISY

Firemní štíty a nápisy je ideální umísťovat do vyhrazeného nápisového pásu pod kordonovou římsou přízemí, u provozoven s výkladci v nápisovém poli výkladce.

Velikost firemního štítu je třeba přizpůsobit konkrétnímu objektu tak, aby nezakrýval architektonické prvky ani štukovou výzdobu parteru fasády.

Tradičním způsobem ztvárnění firemního označení v nápisovém poli výkladce je podmalba na skle nebo leptání či pískování nápisu. Lze akceptovat i fóliovou grafiku z vnitřní strany prosklení.

Firemní označení nad parterem je možné instalovat v obou typech území ve vyšších podlažích objektu pouze za předpokladu, že dotčená provozovna využívá celý objekt (např. hotely, obchodní domy).

### A) prostory s rostlou urbanistickou strukturou

– nevhodnějším způsobem označení provozovny bez výkladce v tomto typu území je písmomalířský nápis (nejlépe nad vstupem do provozovny), případně nápis z jednotlivých písmen. Posouzení vhodnosti podsvětlení nápisů z jednotlivých písmen závisí na individuální hodnotě fasády, jejich velikosti a celkovém množství reklamních prvků na fasádě.

### B) prostory urbanisticky jednotné

– k označení objektu je možné použít výše uvedené způsoby, případně jednotlivá prosvětlená písmena či světelný reklamní štít.





## VITRÍNY (MENUBOXY) A NABÍDKOVÉ TABULE

Vitríny (menuboxy) a nabídkové tabule na uliční fasádě je možné po individuálním posouzení připustit v omezeném počtu (maximálně 2 kusy) a velikosti, pokud nebudou zakrývat architektonické prvky ani výzdobu parteru. Musí však být provedeny jako subtilní konstrukce s maximální velikostí plochy 60 x 90 cm a hloubkou do 10 cm, případně osvětlení lze řešit pouze jako vnitřní. V případě instalace těchto poutačů na historické dveřnice nesmí být zároveň zakryta více než 1/3 plochy dveřnice.



## POLEPY OKEN, DVEŘÍ A VÝKLADCŮ

Reklamní polepy oken jsou nepřipustné (plocha okenních výplní není určena pro reklamní účely).

V případě výkladců a prosklených vstupních dveří do provozovny je polep fóliovou grafikou možný, avšak ne jako celoplošný.

Polepy výkladců a vstupních dveří lze provést v tlumeném, méně výrazném odstínu bez použití reflexních, fluorescenčních či ostře kontrastních barevných tónů. Plocha polepu může zaujímat maximálně 1/3 prosklení v horní nebo dolní části výkladců či dveří. Polep by měl být proveden jako dělená grafika (jednotlivé znaky), nalepená z vnitřní strany prosklení.

## FIREMNÍ OZNAČENÍ, REKLAMNÍ A INFORMAČNÍ ZAŘÍZENÍ NA ŠTÍTOVÝCH PLOCHÁCH

Využití hladkých, nearchitektonizovaných štítových ploch pro reklamu a firemní označení je v principu možné v obou typech území, v závislosti na konkrétní památkové hodnotě objektu a přilehlého okolí. Návrh však musí vycházet z tradičních forem upoutávky, tj. písmomalířské provedení přímo na fasádě, bez použití reflexních, fluorescenčních či ostře kontrastních barevných tónů a bez osvětlení.

Pokud je štítová zeď vhodná pro reklamní využití, musí být konkrétní reklamní motiv navržen jako sestava jednotlivých písmen či log, nikoliv jako velkoplošná reklama s podkladem odlišným od barvy omítky. Pro zachování prodyšnosti omítky je nutné provést nátěr barvou na minerální bázi.

## FIREMNÍ OZNAČENÍ, REKLAMNÍ A INFORMAČNÍ ZAŘÍZENÍ NA STŘECHÁCH

Instalace reklamních a informačních zařízení a firemního označení na střechách objektů je v obou typech území nepřipustná, s výjimkou objektů, kde má umístění na střeše historickou tradici, případně u kterých jde o součást autorského záměru architekta z doby výstavby objektu (v minulosti např. obchodní domy Bílá labuť nebo Baťa).

## RŮZNÉ PŘÍPADY MIMOŘÁDNÝCH, KRÁTKODOBÝCH INSTALACÍ

Instalace rozměrných a velkoplošných reklamních a informačních zařízení v rámci mimořádných komerčních propagačních kampaní je nepřipustná i za předpokladu jejich krátkodobého umístění na objektech nebo ve veřejném prostoru. Akceptovatelné jsou pouze časově omezené instalace zařízení propagující kulturní a veřejně společenské akce s předem stanoveným časovým rámcem.

## REKLAMNÍ PLACHTY A PŘEVĚSY

Zavěšování a umístování reklamních plachet či převěsů z jakéhokoliv materiálu na stavbách všeho druhu je v obou typech území nepřipustné.

## PLAKÁTOVACÍ SLOUPY A PLOCHY

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. Zařízení nesmí být osvětleno, jeho umístění závisí na vhodnosti konkrétní lokality.

Vhodné je tvarové řešení vycházející z tradičních vzorů (jednoduchý sloup, plakátovací deska na ohradní zdi nebo v průchodu). Prvky mohou být provedeny v současném designu s respektem k charakteru dané lokality.

V obou typech území není možné umísťování nových plakátovacích sloupů a ploch v místě, kde je již obdobné zařízení instalováno (bez ohledu na provozovatele).

## 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 nepřijatelná, neboť se nejedná o nutné firemní označení.

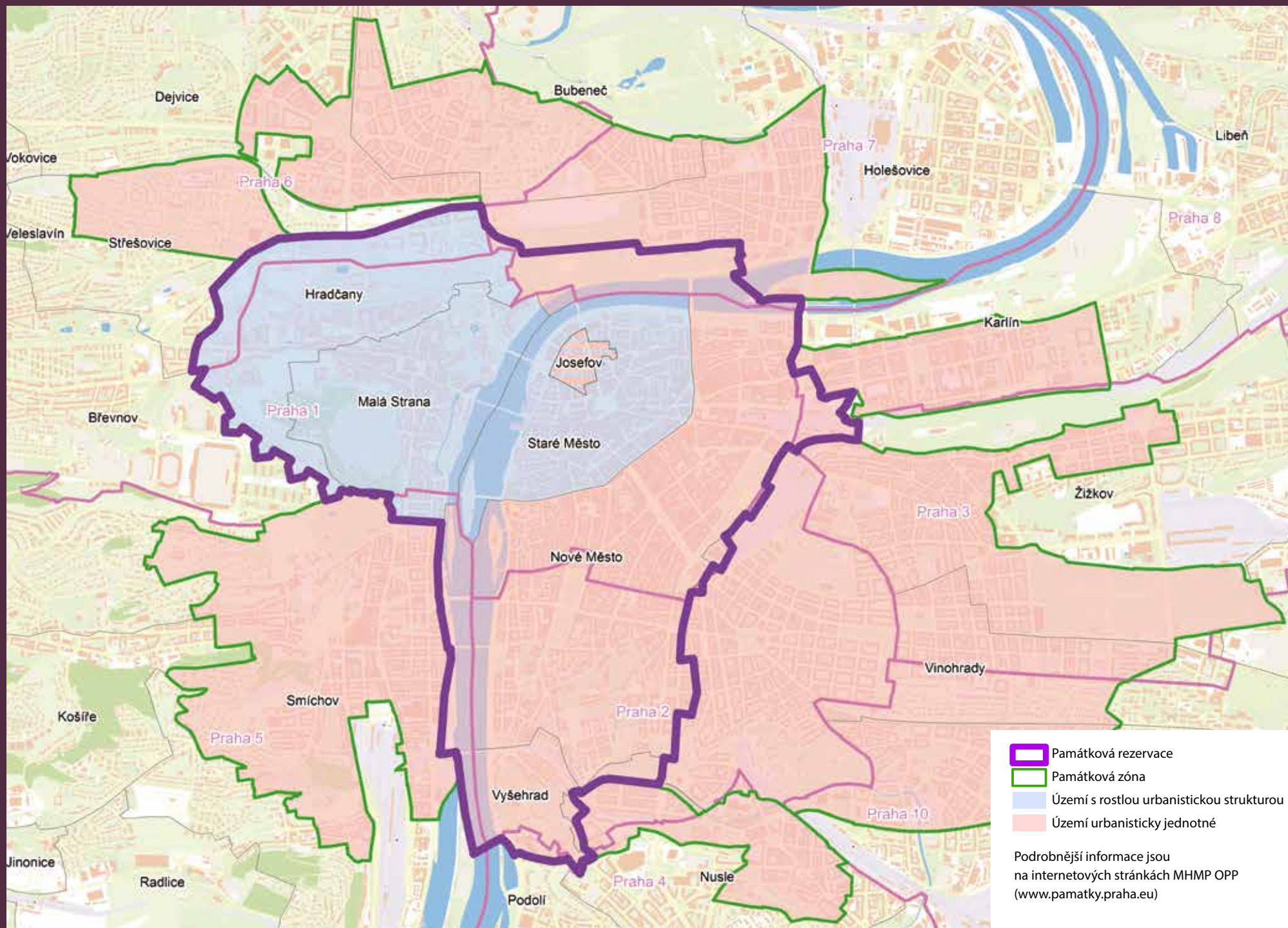
### Povinné přílohy k žádosti o vydání závazného stanoviska MHMP OPP pro umístění firemního označení nebo reklamního či informačního zařízení:

- 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,
- fotografická dokumentace stávajícího stavu,
- vizualizace.

## SOUVISEJÍCÍ PŘÁVNÍ 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, nařízení vlády č. 66/1971 Sb., o památkové rezervaci v hlavním městě Praze, nařízení vlády č. 127/1995 Sb., o prohlášení území ucelených částí vybraných měst a obcí s dochovanými soubory lidové architektury za památkové rezervace (Ruzyně, Stodůlky), vyhláška hl. m. Prahy č. 15/1991 Sb. HMP, o prohlášení části území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany (Osada Budánka; Vilová kolonie Ořechovka; Osada Rybáře; Staré Ďáblice; Královice), vyhláška hl. m. Prahy č. 10/1993 Sb. HMP, o prohlášení částí území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany (Vinohrady, Žižkov, Vršovice; Nusle; Karlín; Dejvice, Bubeneč, horní Holešovice; Smíchov; Staré Bohnice; Stará Hostivař; Barrandov; Baba), vyhláška č. 108/2003 Sb., o prohlášení území s historickým prostředím ve vybraných městech a obcích za památkové zóny a určování podmínek pro jejich ochranu (Staré Střešovice; Tejnka), vyhláška č. 413/2004 Sb., o prohlášení území s historickým prostředím ve vybraných obcích a jejich částech za památkové zóny a určení podmínek pro jejich ochranu (Střešovičky), opatření obecné povahy č. 5/2014, o prohlášení území s historickým prostředím městské části Praha – Zbraslav za památkovou zónu, rozhodnutí bývalého odboru kultury NVP č.j. Kul/5-932/81 ze dne 19. 5. 1981 o určení ochranného pásma Pražské památkové rezervace v hl. m. Praze a jeho doplněk ze dne 9. 7. 1981, kterými se určuje toto ochranné pásmo a podmínky pro činnost v něm.
2. zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu, ve znění pozdějších předpisů, nařízení č. 10/2016 Sb. HMP, kterým se stanovují obecné požadavky na využívání území a technické požadavky na stavby v hl. m. Praze (pražské stavební předpisy)

# ÚZEMÍ PRAŽSKÉ PAMÁTKOVÉ REZERVACE A PŘILEHLÝCH PAMÁTKOVÝCH ZÓN











FOTOGRAFIE POZITIVNÍCH PŘÍKLADŮ – PRAHA





FOTOGRAFIE POZITIVNÍCH PŘÍKLADŮ – PRAHA











FOTOGRAFIE POZITIVNÍCH PŘÍKLADŮ – PRAHA





FOTOGRAFIE POZITIVNÍCH PŘÍKLADŮ – ZAHRANIČÍ



