

# Manuál pro kultivovanou Prahu

Pravidla reklamního označování provozoven (nejen) v památkově chráněných územích a v kulturních památkách v Praze

Manuál pro kultivovanou Prahu

Obsah

## Obsah

5	Úvod	54	07	Označení obchodních domů
6	Pojmy	58	08	Bannery
8	Platnost manuálu	62	09	Stánky, trafiky, kiosky
10	Povinné označení provozovny	68	10	Bankomaty
11	Jak postupovat?	72		Další reklamní zařízení
12	Devatero dobré praxe	74		Jak si vyřídit potřebné povolení?
14	01 Výstrže a vývěsní štíty	76		Adresář
22	02 Firemní nápisy	77		Zdroje
30	03 Vitríny a nabídkové tabule			
36	04 Výkladek a polepy			
42	05 Dveřnice a okénice			
48	06 Markýzy			



PŘÍLOHA č. 6

# Úvod

Stojíte-li v centru Prahy a rozhlížíte se kolem sebe, ulice hlavního města vám mohou připadat k nerozeznání od ulic v Brně, Ostravě či v jiném českém velkoměstě. Obchody v přízemí jsou vybaveny stejnými unifikačními nosiči reklam; použité hospod v designu dodavatele piva, sváteční boxy s názvy bank, operátorů či kešů; občerstvení, stále stejně výlohy realitních či cestovních kanceláří.

Praha je přitom jedinečná. Málokteré město se může pyšnit takovou mnohovrstevností architektonických vrstev a stylů. Jen to občas nepoznáte v úrovni očí: původní bohatství pražské architektury je překryto záplavou tuctových reklamních prvků z laciných materiálů. Abyste křísu Prahu dozemili, musíte vyšplhat na některou z vyhlídek anebo zvednout oči a hledat jí ve vyšších patrech. Pražské domy přitom mají vysokou kvalitu i v detailu – duší se však pod opravem vizuálního smogu.

<b>MAGISTRÁT</b>	Magistrát hlavního města Prahy, také MHMP
<b>ODBOR PAMÁTKOVÉ PÉČE</b>	Odbor památkové péče Magistrátu hlavního města Prahy, také OPP MHMP
<b>ZIVNOSTENSKÝ ÚŘAD</b>	Odbor živnostenský a občanskosprávní Magistrátu hlavního města Prahy
<b>PAMÁTKOVÝ ZÁKON</b>	Zákon č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, ve znění pozdějších předpisů
<b>ZIVNOSTENSKÝ ZÁKON</b>	Zákon č. 452/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů
<b>STAVEBNÍ ZÁKON</b>	Zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu, ve znění pozdějších předpisů
<b>NARIŽENÍ O REGULACI REKLAMY</b>	Narižení č. 267/2005 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu
<b>PRAŽSKÉ STAVEBNÍ PŘEDPISY</b>	Narižení č. 10/2016 Sb. hl. m. Prahy, kterým se stanovují obecné požadavky na využívání území a technické požadavky na stavby v hlavním městě Praze (Pražské stavební předpisy); jinak též PSP
<b>KULTURNÍ PAMÁTKA</b>	Pro účely tohoto manuálu jde o nemovitost, zapsanou na Ústřední seznam kulturních památek ČR
<b>STAVEBNÍ ÚŘAD</b>	Stavební úřad na úřadu příslušné městské části, jinak též SU
<b>PRAŽSKÁ PAMÁTKOVÁ REZERVACE</b>	Památková rezervace v hl. m. Praze, též PPR

Změnit to mohou zejména majitelé objektů a také ti, kdo v historických částech města nabízejí své zboží či služby a prezentují se proto ve veřejném prostoru. Právě jim je určen Manuál pro kultivovanou Prahu: reklama se totiž dá dělat vkusně – dokonce tak, že úroveň pražských ulic posvedne, nikoli sníží. Manuál obsahuje soubor pravidel, která by měl dodržet každý, kdo chce svou provozovnu označit s respektem k hodnotám historického města. Zároveň nabízí přehledný návod, jak se vyznat v nejčastějších předpisech a úspěšně získat potřebná povolení od příslušných úřadů.

Věříme, že se nám společně podaří Prahu kultivovat!

# Pojmy

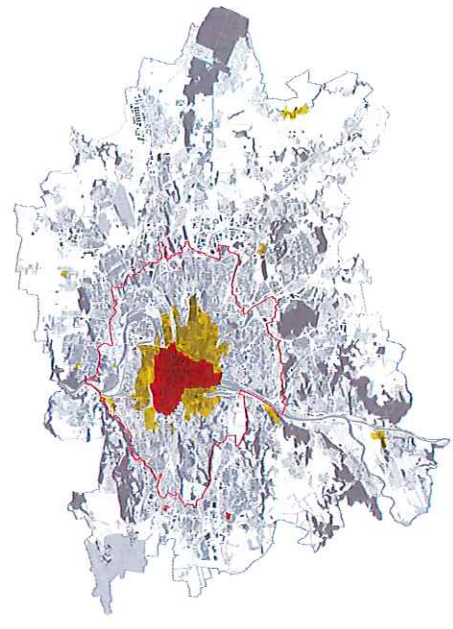
- I PARTER**  
Přízemní část fasády domu s dveřními otvory a výkládky či výlohami
- II VÝKLADEC**  
Konstrukce se skleněnou výplní, která je buď předložena před otvory patřernu (předložec) výkladem, nebo do něj vsazena (okenní výkladec)
- III VÝLOHA**  
Prostor za sklem výklade, obvykle určený k obchodní prezentaci
- IV VÝSTRČ**  
Reklamní panel instalovaný kolmo k fasádě, jinak také vyvěšení štít
- V KORDONOVÁ ŘÍMSA**  
Horizontální architektonický prvek, oddělující jednotlivé podlaží
- VI REZANÁ GRAFIKA**  
Grafika, skládající se z jednotlivých vzjemně oddělených částí (obvykle jde o písmena či logo)

# Platnost manuálu

## CO V MANUÁLU NAJDETE?

V Praze – a zejména v jejích historických částech – platí řada pravidel, kterým je třeba označení provozovny přizpůsobit. Tento manuál shrnuje požadavky jednotlivých úřadů, které se k podobě označení provozovny vyjadřují. Jedná se v první řadě o odbor památkové péče MHMP, který vydává závazná stanoviska na základě památkového zákona. Dále pak jde o živnostenský úřad (odbor živnostenský a občanskosprávní MHMP), který dohlíží na povinné označení provozovny a také na dodržování narižení o regulaci reklamy. Najdete v něm i požadavky z Pražských stavebních předpisů, podle nichž v Praze rozhodují stavební úřady. A nakonec jde o pravidla, která u nemovitosti ve svém vlastnictví, jež se nacházejí v památkově chráněných územích, vyžaduje Magistrát hl. m. Prahy a některé městské části.

- Hlavní město Praha
- Památkové rezervace
- Památkové zóny
- Ochranné pásmo Pražské památkové rezervace





- Pražské památkové rezervace
- Městské památkové zóny (kromě Zbraslavi)

### JE MANUÁL ZÁVAZNÝ?

Manuál sám o sobě není závazným dokumentem, pouze s ním je třeba postupovat. Proto také nenahrazuje rozhodnutí úřadů – vždy je nutné požádat si o závazné stanovisko památkářů, u větších projektů věc řešit se stavebním úřadem. Pokud se však manuálem řídíte, neměly by vás při projednávání vašeho projektu potkat žádné problémy.

### NA JAKÉ LOKALITY SE MANUÁL VZTAHUJE?

Jde o všechna památkově chráněná území v Praze. V první řadě se jedná o Pražskou památkovou rezervaci, které zahrnuje historické jádro města, městských památkových zón, 7 vesnických památkových zón a 2 vesnické památkové rezervace. V hlavním městě je také řada jednotlivých objektů, které jsou kulturní památkou – a i u nich platí tato pravidla. Máme ovšem za to, že neuděláte chybu, budete-li se manuálem řídit i v objektech, na které se žádná památková ochrana nevztahuje – kulturované provozovny si zaslouží celá Praha!

10

Manuál pro kulturovanou Prahu

Jak postupovat?

## Jak postupovat?



### A LOKALITA

Důležité je zjistit, jakému stupni památkové ochrany podléhá dům, kde se bude vaše provozovna nacházet. Jde o kulturní památku? Pak musíte dodržovat nej přísnější standardy. Požadavkům památkové péče se však můžete přizpůsobit i tehdy, pokud dům stojí v památkové rezervaci, v některé z památkových zón či ochranném pásmu Pražské památkové rezervace. S nižší mírou památkové ochrany se skládá i přísnost regulací. Jinak jsou také posuzovány domy v okolních středových uličkách („rostlá struktura“) a v blokové struktuře 19. a 20. století („urbanisticky jednotné prostory“).



### B OBJEKT

Kvalitu reklamní prvky na provozovně vždy respektujte. Charakter daného domu, z jakého je dům období? Jak je členěna jeho fasáda? Z jakých materiálů a v jakém stylu jsou zhotoveny jeho umělecko-řemeslné prvky? Zjistěte, jaké jsou historické, kulturní a architektonické hodnoty domu – a pak nechte vytvořit takový návrh, který s ním bude s respektem pracovat.

Nelze jen říci, že je méně vhodný dům jednotný koncept pro označování všech subjektů. Zkusíte se s majitelem domluvit na jeho vytvoření? Dům získá osobitost, nájemci spravedlivý prostor k prezentaci a kolemdoucí přehledný a jasný návod k orientaci.



### C NÁVRH

Pro vznik kvalitního designu označení provozovny je třeba dát grafickému designérovi správné zadání. Koho chcete oslovit? Kdo u vás bude nakupovat? Čím je váš produkt či služba nová či jedinečná? Dopředu byste také měli vědět, jak budete komunikovat slevy, mimořádné nabídky či menu – řešení by mělo být integrováno s označením návrhu. Ale pozor – označení provozovny má mít zejména orientační funkci, nikdy nemůže obsahovat celou nabídku a všechny informace o vašem podniku.



### D KONZULTACE A POVOLENÍ

Jakmile budete mít první náčrty, kontaktujte odbor památkové péče MHP a cepta u věz konzultuje. Pokud si stěží jsou úřady úny, kdy jsou pracovníci odboru pravidelně k dispozici. Telefonicky lze domluvit jiný termín, leccos se dá vyřídit i e-mailem. Výsledný návrh předložíte ke schválení (podrobný návod na str. 72).

**Nelze instalovat neschválené nosiče!** Hrozí vám nejen to, že je budete muset deinstalovat, ale i další postihy ve správním řízení.

Manuál pro kulturovanou Prahu

Devatero dobrá praxe

## Devatero dobré praxe

01

### Méně je více

Pamatujte, že zákazník musí zaujmout během několika vteřin. Text sdělení by proto měl obsahovat minimum informací – lépe tak vyniknou a upoutají pozornost. Je také zbytečné opakovat informace na více místech.

02

### Zkuste to bez plastu

Neutrátejte za věci, které budou vypadat levně a rychle se opotřebují! Prvky označení provozovny by měly být zhotoveny z trvanlivých materiálů (kov, dřevo, sklo...). Lze využít i soudobé materiály, ale jen v případě osvědčených s výjimečnou designovou a tematickou kvalitou.

03

### Nechte kolemdoucí nahlédnout

Velkoplošné polepy jsou sice nejlevnější forma reklamy, rozhodně však ne ta nejlhodnější. Provozovna, která nemá zasklenou výlohu, může zákazníkovi zaujmout i mimo otvírací dobu a posadit k pozdější návštěvě.

04

## Bez křiklavých barev

Nepoužívejte reflexní, fluorescenční a jinak křiklavě barevné tóny. Největší byste nejspíš nedostali povolení – křiklavým designem možná někoho nalákáte, leč toho však i odradíte.

07

## Obrazovky do obýváku, ne na fasádu

Na fasádu do vitřin a meziposuvů nemají být umístěny obrazovky s pohyblivými úpravami – do památkově hodnotných lokalit nic podobného nepáří.

05

## Svitte s mírou

Myslete na to, že někomu možná svítíte do oken a intenzitu osvětlení volte ohleduplně. A pozor – prvky označení nesmí být nasvětleny přidáváním světelným zdrojům osazeným na fasáde nebo na výstřech (reflektory, lampy, LED pásy a podobně). U případného světelného zdroje je třeba, aby byl integrován uvnitř prvku a osvětlení bylo stůmné.

08

## Pozor na bezpečnost

Všechny prvky musí být provedeny tak, aby neohrožovaly chodce a nespůsobovaly kolizi. Elektroinstalace nesmí být vedena volně po fasádě.

06

## Blikání zakázáno

Vyhýbejte se sériové výřebným nápisům (OPEN apod.), lampy nesmí blikat, rotovat či obsahovat pohyblivé informace. Výjimku tvoří vypisovací prvky jako pohotovost, lekárna nebo pošta.

09

## Čistota – půl úspěchu

Nezapomínejte na pravidelné mytí skleněných ploch i všech dalších prvků. Provozovna bude v očích zákazníků působit důvěryhodně a šikovně, a osvědčivě.

13

# 01

## Výstře a vývěsní štíty

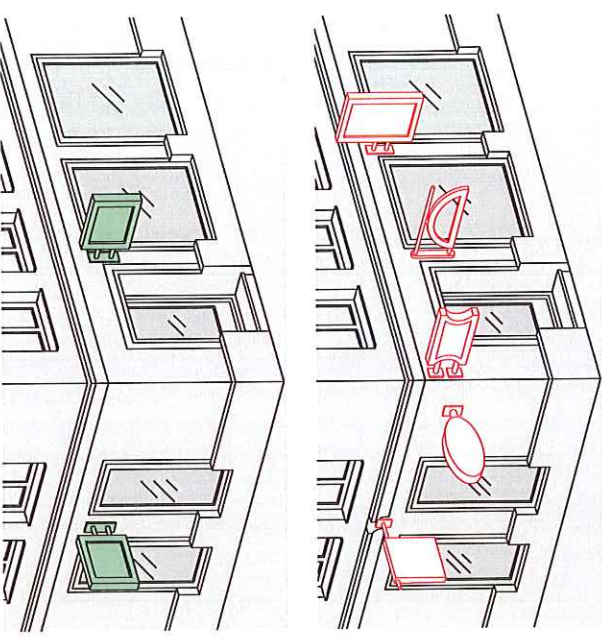
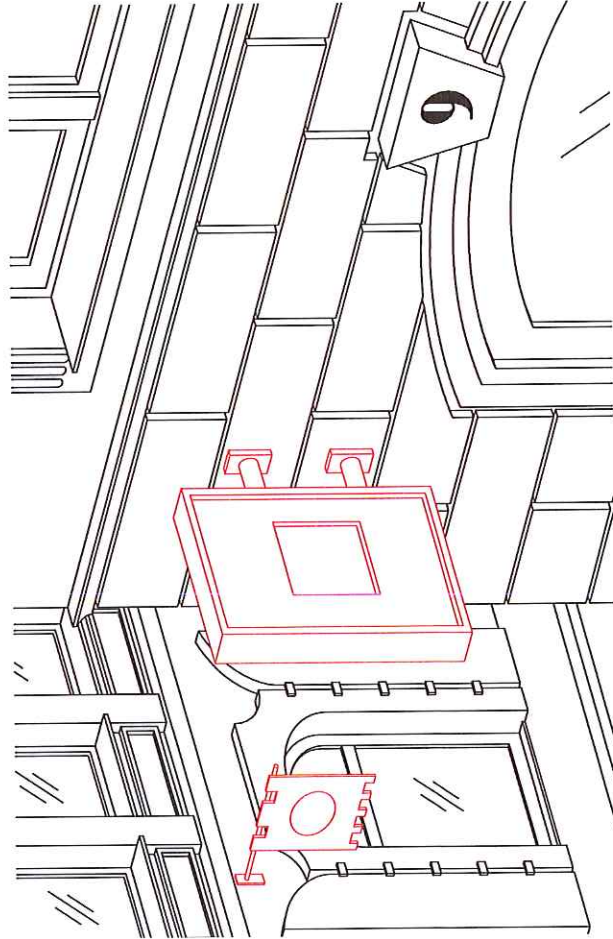
Polidit si jako výstřel světelný blesk je snadné a možná také nečlověčí. Pravidlo podobné tím však přicházejí o přitažlivost. Reklamní prvky totiž nemusí architekturu budovy přebíjet – mohou být výrazné, a přesto na architekturu budovy navazovat a rozvíjet její hodnoty. Mohou se stát symbolem, který dokonce přejímá své původní reklamní sdělení. Ostatně řada pražských domů dodnes nese název podle toho, co nechali místní obchodník či řemeslník vyobrazit na vývěsním štítu – jako třeba U Tří konví či U Zlatých hůžek.

Nutné navštívit:

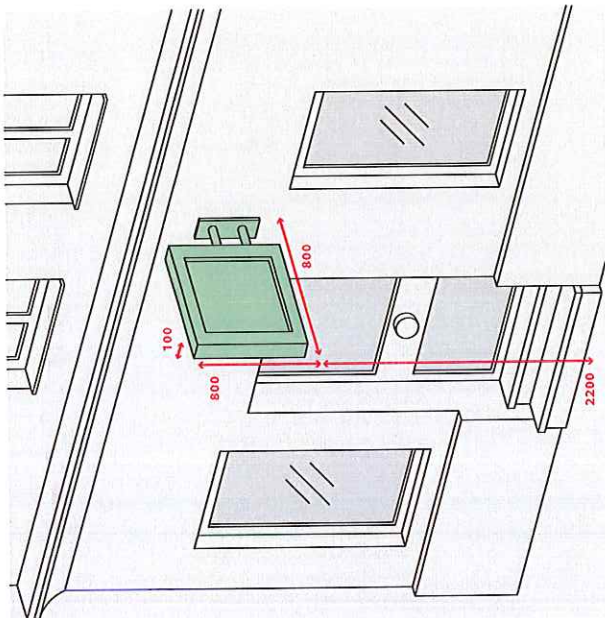
- SU
- OPP MHMP

Manuál pro kultivovanou Prahu

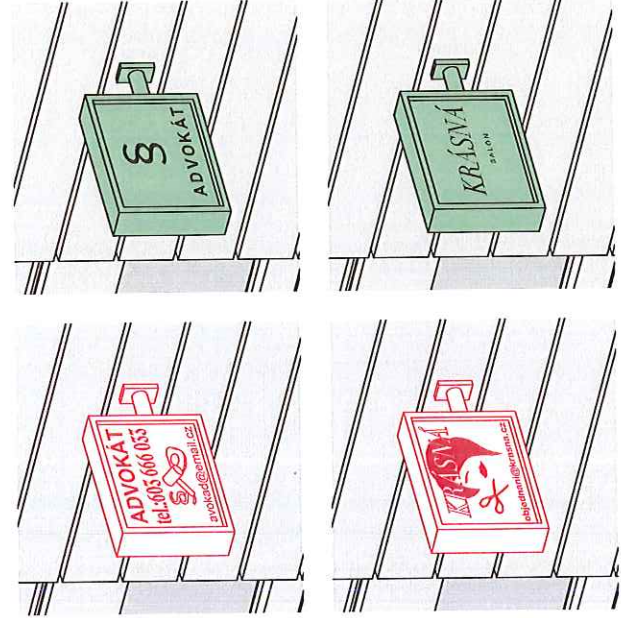
01 Výstře a vývěsní štíty Počet



- I Přípustný je nalyže jeden prvek na provozovnu, v případě provozoven v nárožních objektech pak jeden prvek na každé straně fasády.
- II V případě více provozoven (více vstupů) v rámci jednoho domu je nezbytné, aby všechny výstře měly jednotný rozměr, princip umístění a jednotné materiálové a technické provedení.

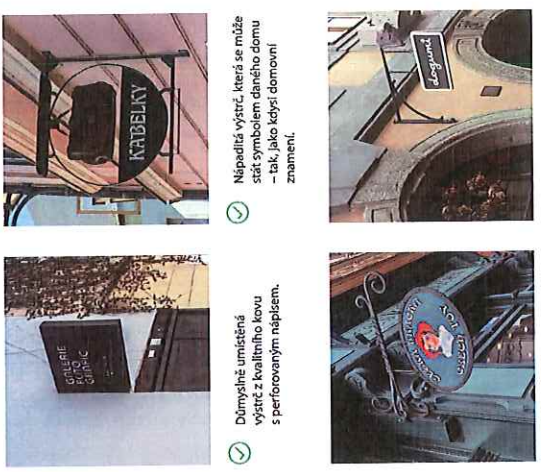
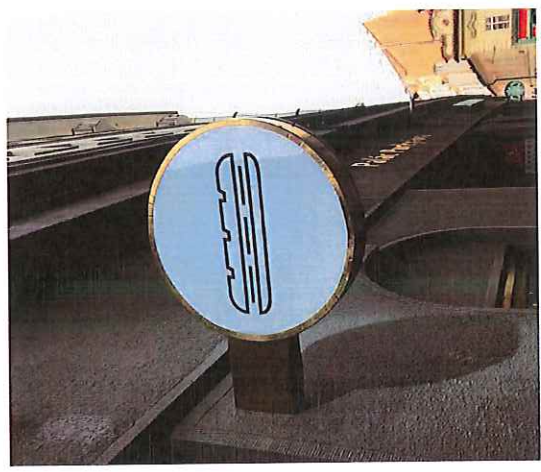
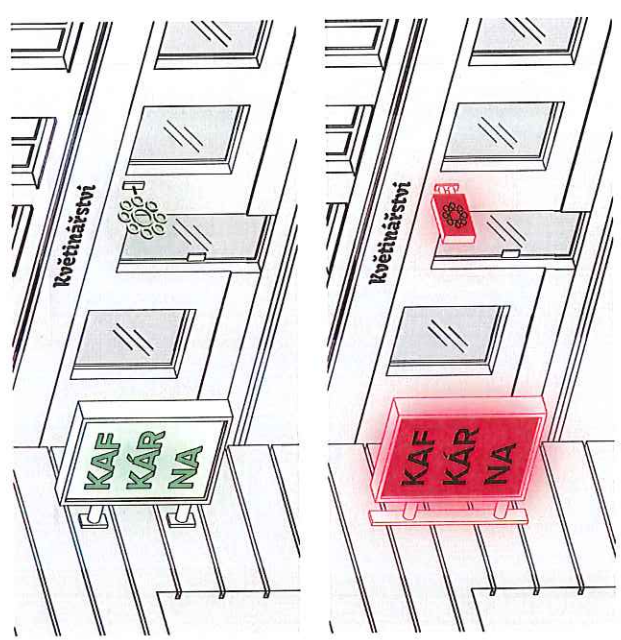


- III Výšezí je možné do 800 mm od lce fasády včetně nosné konstrukce. Píerovanou variantou je zachovat odsazení nejmíne 100 mm od lce fasády.
- IV Rozměr smí čínit nejvíce 800 x 800 mm. hloubka nejvíce 100 mm.
- V Horní hrana výstřezce nesmí překrývat římsu zaklenčílceí parteru a vstupovat do úrovně dnčího podlaží.
- VI Je nutné zachovat minimální podčhodnou výšku 2200 mm.
- VII Nejvhodnější je umístění při vstupu do provozovny, nevhodné je naopak v blízkosti nároží.
- VIII Nepřípustné je í řešení, kdy jsou výstřezce různých provozoven umístěny nad sebe. Skutečně je možné využít pouze jeden prvek.



- XI Na výstřezek nepatří podrobnosti, jako jsou telefonní číslo, webová adresa, e-mail apod.
- XII Není povoleno zobrazovat na výstřezce prodávány sortiment.
- XIII Není vhodné na výstřezce aplikovat celoplošné fotografie, barevné grafické motivy a další ilustrace.

- IX V případě světelného provedení prvku může svítit pouze nápis, nikoliv celý plocha. Použít lze bílé nebo žluté světlo, případně jednobarevné neony.
- X Výstřezek musí respektovat architektonický rozřeh fasády, í musí být umístěna souměrně vůči obřastčným prvčům fasády. Nesmí je tč, jakkoliv zakrývat í narušovat.



- ✓ Důmyslně umístěná výstřezek z kvalitního kovu s perforovaným nápisem.
- ✓ Nápadná výstřezek, které se může stát symbolem daného domu – tak, jako káží domovní znamení.
- ✓ Jednoduchá výstřezek, která místo nápisu nese jen logo provozovny. Pozornost poutá zejména promyšleným designem a ušlechtilými materiály.
- ✓ Výstřezek na historických budovách mohou mít í soudobý design.
- ✓ Výstřezek provedené historizující výstřezek, která koresponduje s charakterem výšezce.



**X** Všechno špatně výstřežně jsou umístěny nad sebou a překrývají plastické prvky fasády. Navíc jde o unifikované plastové prvky.



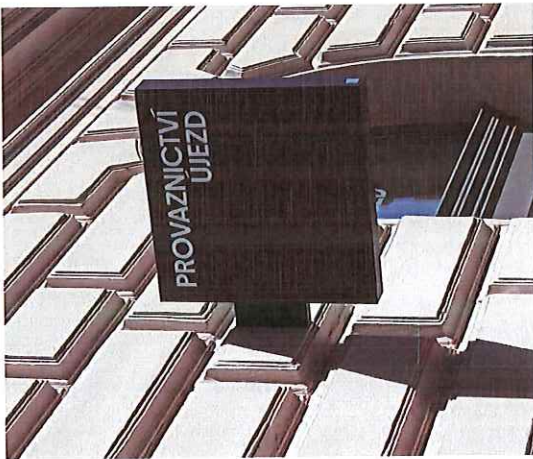
**X** Trafika je zabitena lachými reklamními prvky – plastovou výstřežní doplněnou o svítící nápis, na protější straně pak lachou cedulíkou.



**X** Zbytečně rozměrná výstřežní zakrývají plastické prvky fasády.



**X** Křiklavě barevné a intenzivně svítící reklamní prvky vyvážejí i obtěžující světelný smog.



**✓** Minimalistická, precizně provedená výstřežní pozvedá úroveň celé provozovny. Jednobarevná plocha s nápisem je navíc nejlépe čitelná.

# 02

## Firemní nápisy

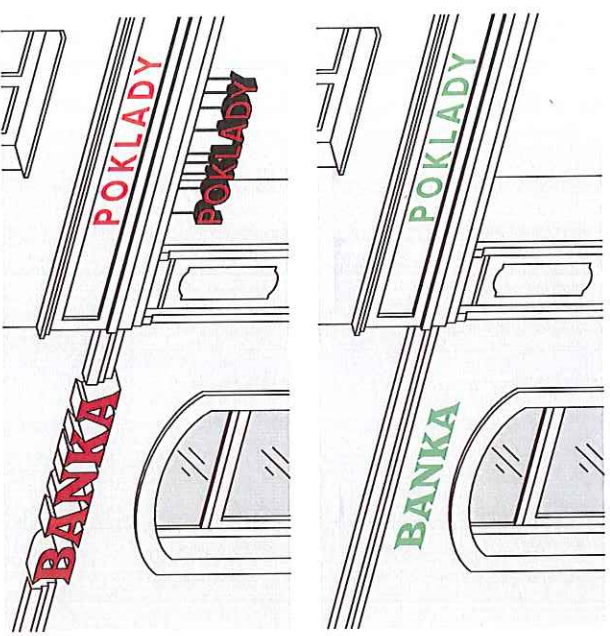
Domy v historických částech Prahy jsou bohatě nejen architektonicky, ale i materiálově. Najdeme tu rozmanité stukované fasády i fasády obložené nejdražšími druhy kamene, vykládky z různých typů dřeva, kovu i skla. Je škoda je schovávat pod plast. Myslete na to při volbě materiálu (nejen) pro váš firemní nápis! Možností je mnoho: mosaz, ocel, měď, bronz, leštěný hliník, opaxit, lakované sklo... Obzvláště ve spojení s promyšlenou světelnou řeší se může jednat o skutečné efektní soudržně veš prozrazující. A navíc – kvalitní materiály půvabně stárnou.

**Nutně navštívit:**

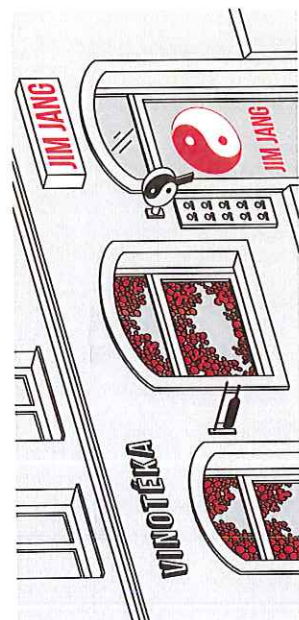
- 50
- OPP MHMP

### Manuál pro kultivovanou Prahu

### 02. Firemní nápisy. Umístění



- I** Připustný je pouze jeden prvek na provozovnu.
- II** Firemní štít a nápisy je ideální umístit do vyhrazeného nápisového pásu pod korunnou římsou přízemí, u provozoven s vykládky v nápisovém poli vykládky.
- III** Firemní označení nad parterem je možné instalovat ve vyšších podlažích objektu pouze za předpokladu, že dotčená provozovna využívá celý objekt (např. hotely, obchodní domy).
- IV** Firemní štít nesmí být umístěn bez ohledu na plastické členění fasády: nápis nebo cedule nesmí zakrývat architektonické prvky ani stukovou výzdobu parteru fasády. Nápis musí být instalován v přiměřené velikosti.



**V** Tradičním způsobem ztímaření firmního označení v nápisovém poli výkladce je podmalba na sklo nebo lepění či přilepování nápisu. Lze akceptovat i řezanou fólovou grafiku z vnitřní strany prosklení.

**VI** V případě, že firmní označení bude tvořeno formou polepu, nemá by tento polep tvořit více než 20 % skleněné plochy.

**VII** Nejvhodnějším způsobem označení provozovny bez výkladce je písmomalířský nápis (nejlépe nad vstupem do provozovny), případně nápis z jednotlivých písmen. Posouzení vhodnosti podsvícení nápisů z jednotlivých písmen závisí na jejich velikosti, individuální hodnotě fasády a celkovém množství reklamních prvků na fasádě.

**VIII** V případě více provozoven (více vstupů) v rámci jednoho domu je nezbytné, aby všechny nápisy měly jednotný rozměr a princip umístění i technické provedení (tj. je-li jeden nápis řešen písmomalířsky, další by neměl být z jednotlivých písmen nebo řešen jako cedule a podobně).



Název je umístěn ve vyžádaném nápisovém poli výkladce, navíc v provedení, které barevně koresponduje s limeshými prvky fasády.



Reklamní prvky v argantní barevnosti a nepřiměřeném rozměru i počtu degradují hodnotu celého objektu.



Dvě provozovny v jednom číselním domě zvolily stejný princip firmního označení. Výsledek působí přehledným a kulturovaným dojmem.



Písmomalířský nápis ve vyznačeném nápisovém poli pod kordonovou římsou.

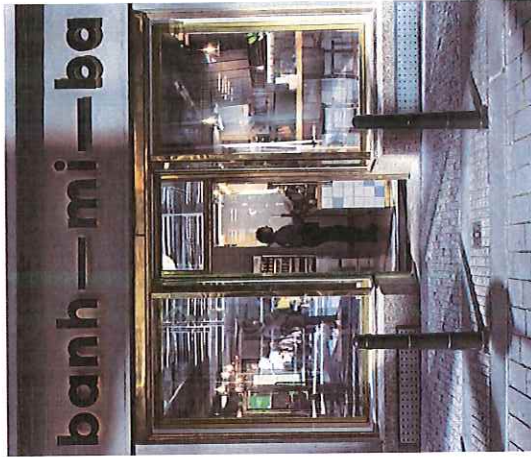
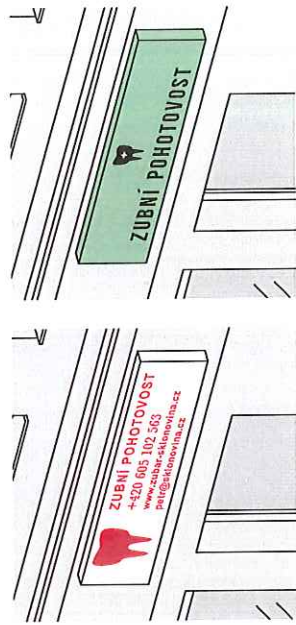
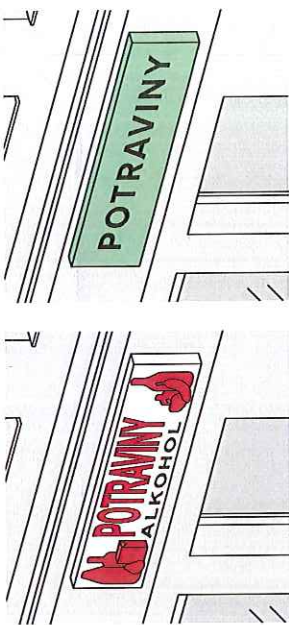


Firmní nápis není vhodně doplněn fotografiami prodrážděného sortimentu.

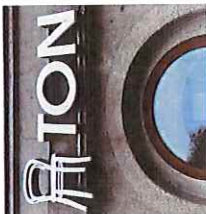


Všeho moc škodí: zbytečně se opakuje název obchodu, cedule jsou zahlceny množstvím sdělení, které chodce nepostřebne.

- IX** Na firmní štít nepatří podrobnosti, jako jsou telefonní číslo, webová adresa, e-mail apod.
- X** Nezobrazuje se na firmním štítu prodávaný sortiment.
- XI** Není vhodné na firmní štít aplikovat celoplošné fotografie, barevné grafické motivy a další ilustrace.
- XII** Font písma není vhodné deformovat, ani do tvaru cedule nebo podkladu. Nevhodné je i použití více než dvou typů písma.



Nápis z jednotlivých podsvícených písmen. Odstín světa barevně ladí s materiálem výkladce.



Nápis je tvořen jednotlivými svítícími písmeny a jednoduchým logem ikonické šídle.



Provozovna vsadila na usleté materiály a respekt k původnímu pojetí výkladce.



Správné využití nápisového pole historického výkladce. Písmomalířský nápis je proveden přímo na dřevěném podkladu.



Nápis na skleněném podkladu správně umístěný v nápisovém poli výkladce.



**X** Toto provedení freemního nápisu je ukázkou vizuálního znečištění. Příspěvků k němu zejména logo značek, které jsou k dostání uvnitř provozovny.



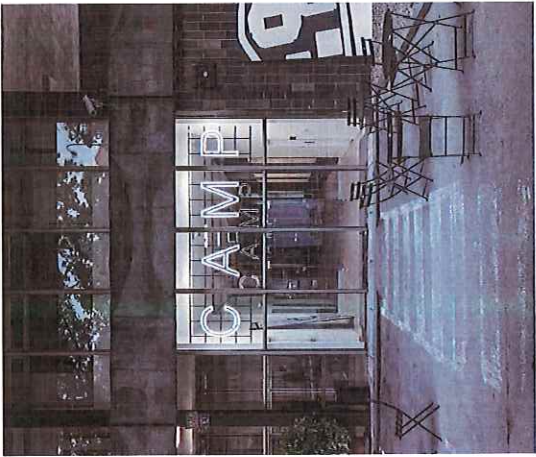
**X** Prosvětlená písmová redule a obří nabídkové tabule zakrývají celé nároží objektu.



**X** Freemní nápis umístěný na delec z laciného materiálu, který zakrývá mnohem hodnotnější historickou tepanou mříž.



**X** Do pole pro umístění freemního nápisu rozhodně nepatří obrazy a fotografie proslávaného sortimentu.



**✓** Název galerie z jednotlivých neonových písmen na vnitřní straně skleněné fasády.

# 03

## Vitriny a nabídkové tabule

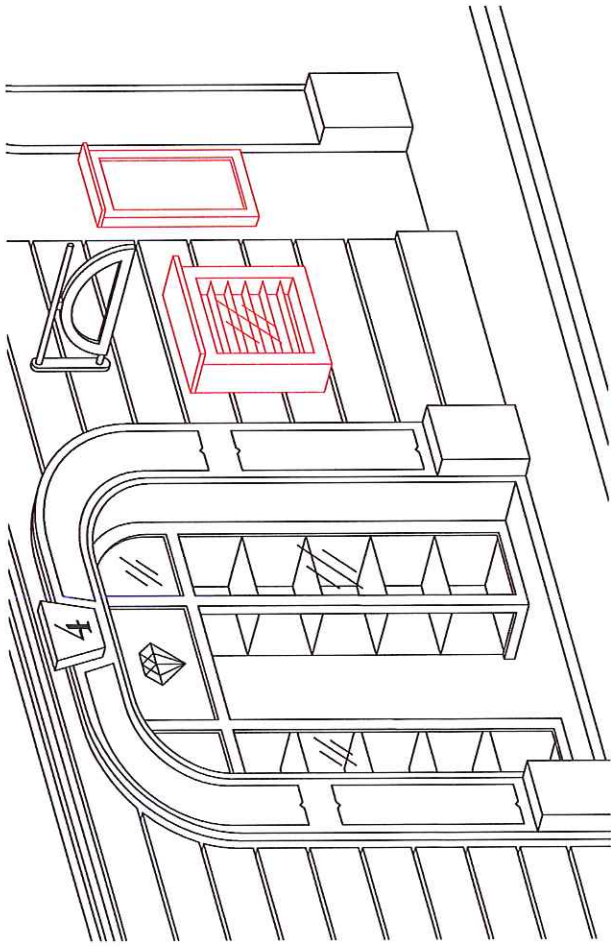
Sdílet potenciálním etávkákům, jaký typ kuchyně poskytuje daná restaurace, to samozřejmě dává smysl. Musí ale outdoorový obchod říkat, že uvnitř mají spáčky, burdy i karimasky? Když plánujete umístění na fasádu domu vitriny či tabuli s nabídkou, zvažte prosím její funkci a efektivitu. Pamatujte také, že vitrina nebo nabídková tabule není prostor pro obrazovou reklamu – může obsahovat pouze nápisy a textová sdělení, nikoliv vyobrazení proslávaného sortimentu.

Nutně navštívit:

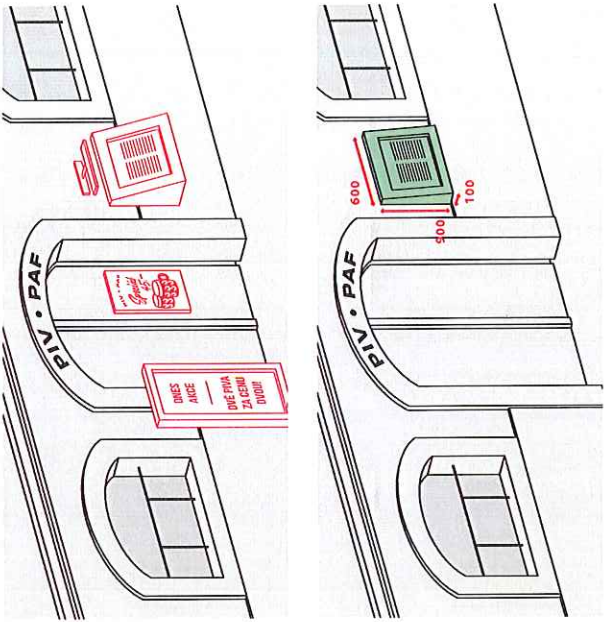
- 5U
- OPP MHMP

Manuál pro kultivovanou Prahu

03 Vitriny a nabídkové tabule. Umístění



- I** Příпустné jsou nejvýše dva kusy na provozovnu. Nesmí ovšem jít o kombinaci nabídkových tabulí a vitrin, je třeba využít pouze jeden typ prvku.
- II** Žádáná zařízení nesmí zakrývat architektonické prvky ani výzdobu patery.
- III** Nejvhodnější je umístění vedle vstupu do provozovny.
- IV** Příпустný je pouze stabilní konstrukce s maximální velikostí plochy 600 x 900 mm, v případě vitrin s hloubkou do 100 mm.



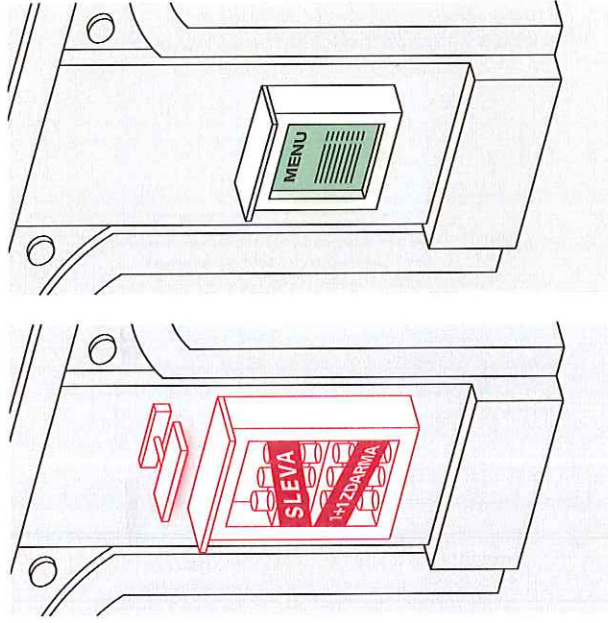


**V** Případně osvětlení lze řešit pouze jako vnitřní.

**VI** Design vitriny by měl technologicky a materiálově korespondovat s existujícím rámcovým oknem, dveřmi a výřah domu a respektovat architektonické řešení patneru.

**VII** Vhodným materiálem je dřevo či kov, nevhodným například plast.

**VIII** Vitrina nebo nabídková tabule není prostor pro reklamu. Vitrina musí svým obsahem odkazovat na činnost provozovny v daném objektu. Může obsahovat pouze nápisy a textová sdělení, nikoliv vyobrazení prodávaného sortimentu nebo loga.



**X** Příliš mnoho reklamních tabulí, navíc na plátně podlouhlé, kam rozhodně nepatří.



**X** Menu v několika jazycích s fotografiemi pokrmů na fasádě reprezentativně – rozhodně ne tímto způsobem.



**X** Zde jsou k vidění dvojice nabídkových tabulí odlišných formátů – a dřevěné vitríny k tomu. Kromě toho, že přípatrné jsou pouze dva prvky, by mělo jít o dva prvky shodného typu a provedení.



**X** Vyanjuje se použití unifikačních prvků, obzvláště jsou-li z plastu.



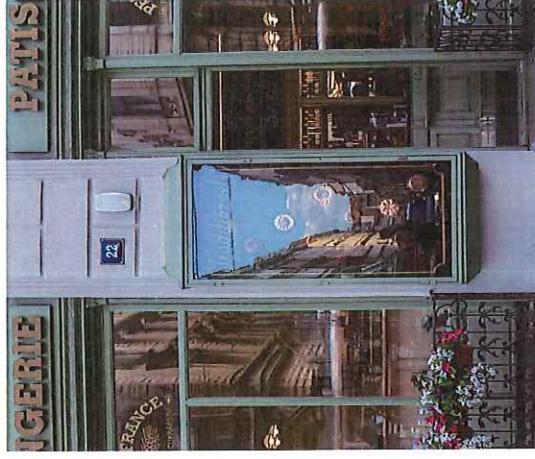
**X** Reklamní cedule zakrývající barokní portál.



**X** Provizorně připravené plastové cedule nejsou nikdy vhodným řešením.



**X** Příliš rozměrná prosvětlená nabídková tabule – ukázkový příklad vizuálního smogu.



**✓** Cítilivě využitá historická vitrina, jejíž provedení koresponduje s řešením celého portálu.



**✓** Tabule, správně umístěné souměrně vedle vstupu do provozovny.



**✓** Elegantní vitrina z kvalitního kovu.



**✓** Hravě provedení nabídkové tabule, která koresponduje s řešením výkládky.



**✓** Kvalitně zpracovaná vitrina s inzercí.

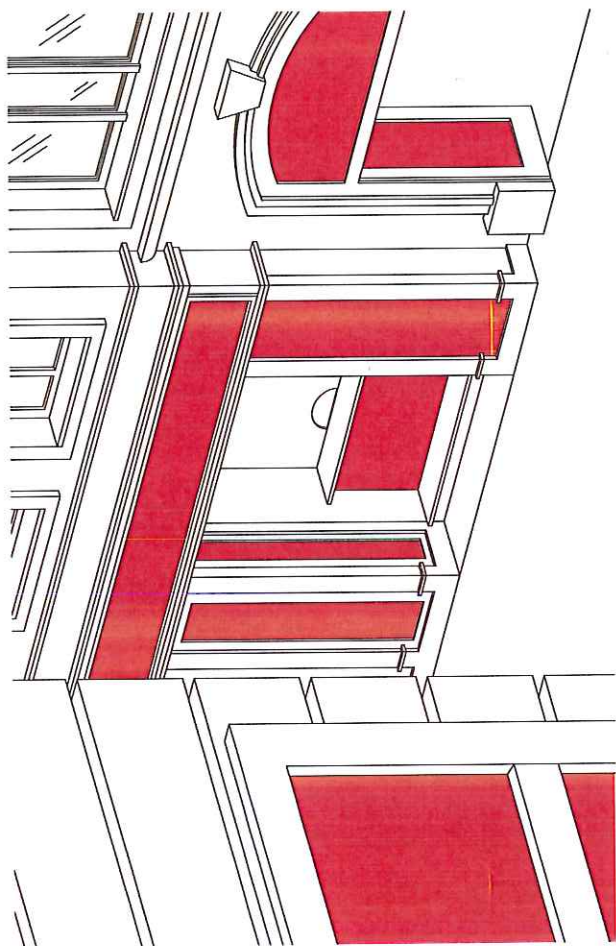
Pokud nechtete vyvíjet vizuální smog, začázejte s polepy jako se soli. Vzáně. Polepy jsou vhodné jen ve formě řezané grafiky – jednoduchý nápis ze samostatných písmen, případně logo či grafický symbol produktu. Zřeďné velkoplošné fotografie, nadrozměrné obrázky produktů nebo shodilouhé slevové nabídky. Hlavní funkci výlohy je propojení interiéru a exteriéru obchodu. Měla by říkat k nahlednutí. Pokud jí zasleptíte, učinite i pobyt uvnitř méně příjemným.

Nurně navštívte:

OPP MHMP

# 04

## Výkladce a polepy

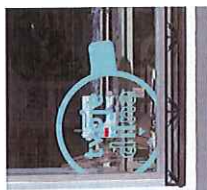
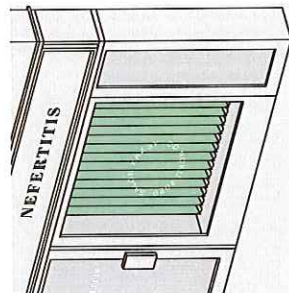
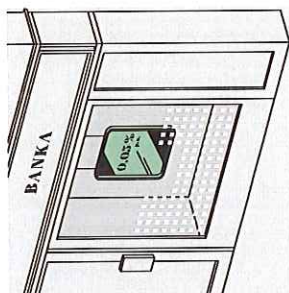
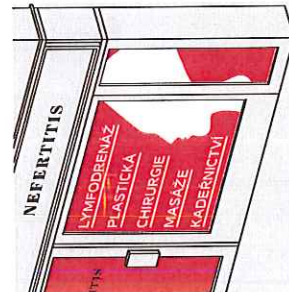
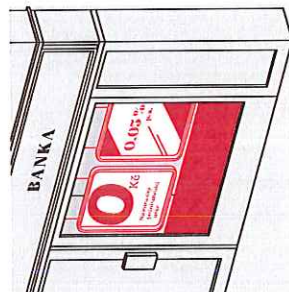


- I Reklamní polepy oken jsou nepřipustné, plocha okenních výplní není určena pro reklamní účely.
- II V případě výkladů a prosklených vstupních dveří do provozovny je polep fóliovou grafikou možný, avšak ne jako celoplošný.
- III Plocha polepu smí zaujímat nejvýše 20 % plochy prosklení v horní nebo dolní části výkladce či dveří.
- IV Na polepy nepatří vyobrazení prodávaného sortimentu, celoplošné fotografie, barevné grafické motivy a další ilustrace.

**V** Případný polep má být proveden formou řezané grafiky (tj. jednotlivých znaků), ideálně tak, aby evokovala přikování skla. Jiná barevnost by měla být decentní, tluměná a odpovídat charakteru objektu. Je možné jej umístit pouze na vnitřní stranu skla.

**VI** Pokud jsou ve výkladě umístěny prezentční panely, musí být dostatečně odzazně od stěnic plochy výkladce (ideálně do poloviny tloušťky ostění, nejméně však 150 mm od skla). Velikost panelů může dosahovat maximálně 1/3 plochy stavebního otvoru.

**VII** Je-li z provozních důvodů nutné výlohu zakonit, není vhodné tak učinit formou celopolepu. Nejlepším řešením je zakončení z vnitřní strany, a to buď dekoracemi výlohy, anebo jednobarevnou textilní žaluzií či závěsem, umístěným alespoň 150 mm od skla.



Subtilní polep, který výkladec odvíjí, aniž by jej degradoval.



Je-li z provozních důvodů nutné výlohu zakonit, jednobarevné textilní žaluzie jsou vhodné řešení.



Další příklad elegantně provedeného polepu z řezané grafiky.



Polep zhotovený tak, aby evokoval přikování skla.



- ✗ Zajímavá cestovní a realitní kancelář mnohdy přistupují k nevhodnému zacinění formou polepu s zaplnění výlohy barevnými lizenatry.



- ✗ Zobrazovat prodávány sortiment na celoplošných fotografických ve skleněných polích výklade je nepřipustné.



- ✗ Všeho moc škodí, zejména pokud jde o polepy.



- ✗ Zastěpení výklade je vždy nevhodné, obzvláště pak formou celoplošného reklamního polepu.



- ✗ Polepit okna barevnými fotografiami je neuctivé k architektuře domu i k veřejnému prostoru.

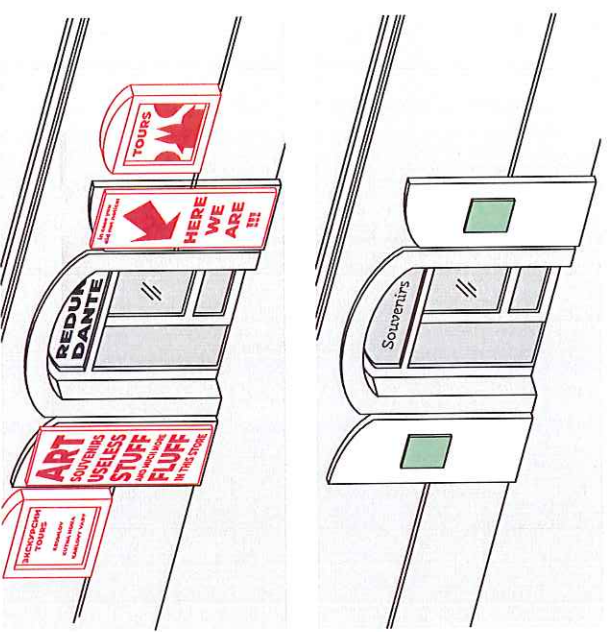
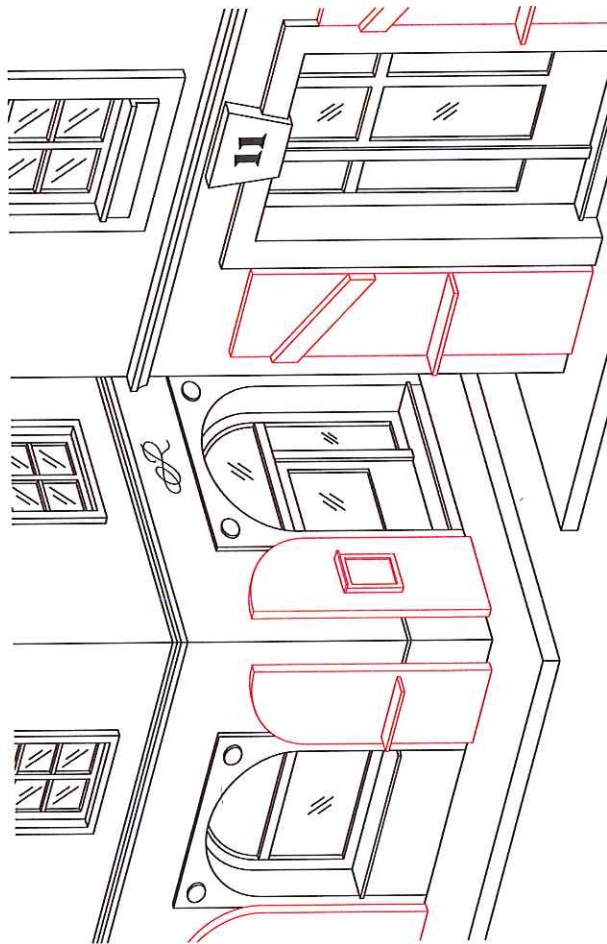
# 05

## Dveřnice a okénice

Pokud má dům, v němž vše provozna stál, dveřnice a okénice, tak gratuluje! Právepodobně jde totiž o velmi starý a historický cenný objekt, v němž kdosi provozoval živnost už po staletí. Zkusťte na historii budovy navázat a reklamní prezentaci na dveřnicích či okénicích jí přizpůsobit. Snuť jim budou zejména písemnalíšké nápisy. Určitě se však vyhnete potříštěným kapa doskám nebo plastovým rámečkům.

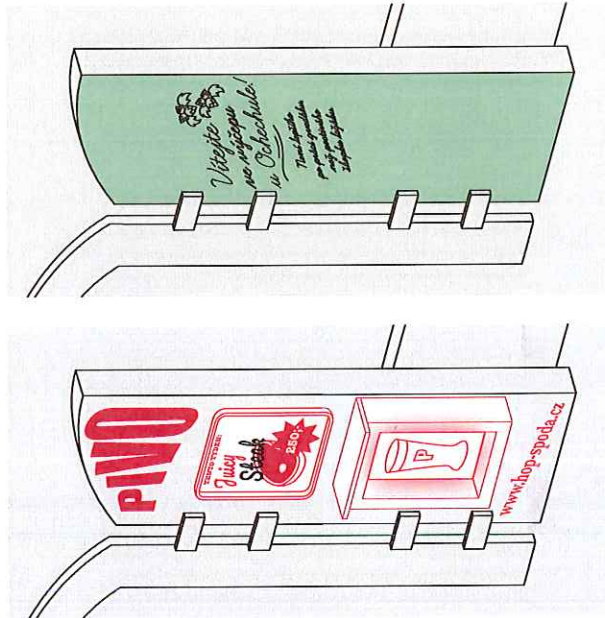
**Nutně navštívit:**

- ☐ OPP MHMP



- I Přídavným zařízením (cedule, vitřina, políčka...) nesmí být zakryta více než 1/3 plochy dveřnice.
- II Pokud jsou vitřiny či nabídkové tabule umístěny na fasádě, není možné je umístit i na dveřnice a okénice.

- III Podkladová barva přidávaného zařízení musí respektovat barvu okenice či dveří.
- IV Font písma není vhodné deformovat, a to ani do tvaru cedule nebo podkladu. Nevhodné je i použít více než dvou typů písma.
- V Přidávané zařízení nesmí mít podobu světelného boxu.
- VI Nevhodné jsou jakékoli plastové či typizované prvky (klip rámečky apod.).
- VII Na dveřnice a okenice nesmí vyobrazení prodávajícího sortimentu, celoplošné fotografie, barevné grafické motivy a detailní ilustrace.
- VIII K prezentaci sdělení může být využita celá plocha dveřnice, ovšem pouze tehdy, jde-li o písmomalířský nápis či rezanou grafiku aplikovanou přímo na dveřnici. Barevné provedení musí ladit s podkladovou barvou dveřnice.



✓ Dveřnice, doplněné pouze jednoduchým krátkým nápisem a ukázkami sortimentu.



✓ Na okenicích je zachován původní historický nápis, vyhotovený písmomalířsky přímo na plochu okenice.



✓ Na dveřnice lze umístit i nabídkové tabule v přiměřeném rozměru.



✓ Okenice s jednoduchým, vizuálně provedeným písmomalířským nápisem.

Manuál pro kampaně v Praze

05 Dveřnice a okenice PRÁŠKY



✓ Přípustné je řešení, kdy je celá plocha dveřnice využita k prezentaci sdělení, podmínkou je provedení písmomalířským nápisem nebo rezanou grafikou.



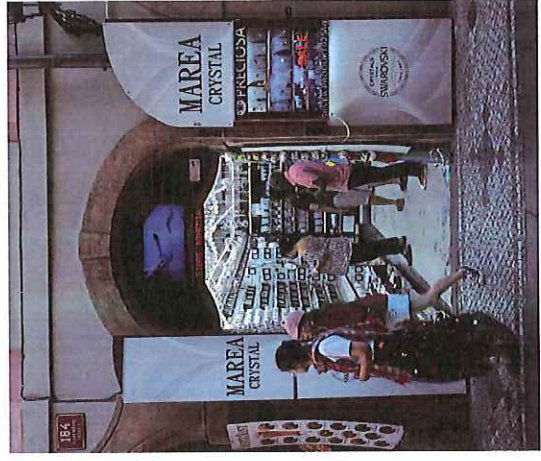
✗ Na dveřnice rozhodně nepatří pátové klip rámečky s reklamními plakáty.



✗ Malba je síce na dveřnicích přípustná, ovšem pouze v umělejších barvách.



✗ Příliš rozměrné vitriny. Přidávaná zařízení mají dosahovat maximálně 1/3 plochy dveřnice.



✗ Historické dveřnice, znehodnocené kapa deskami s reklamou. Desky jsou navíc osazené nativně.

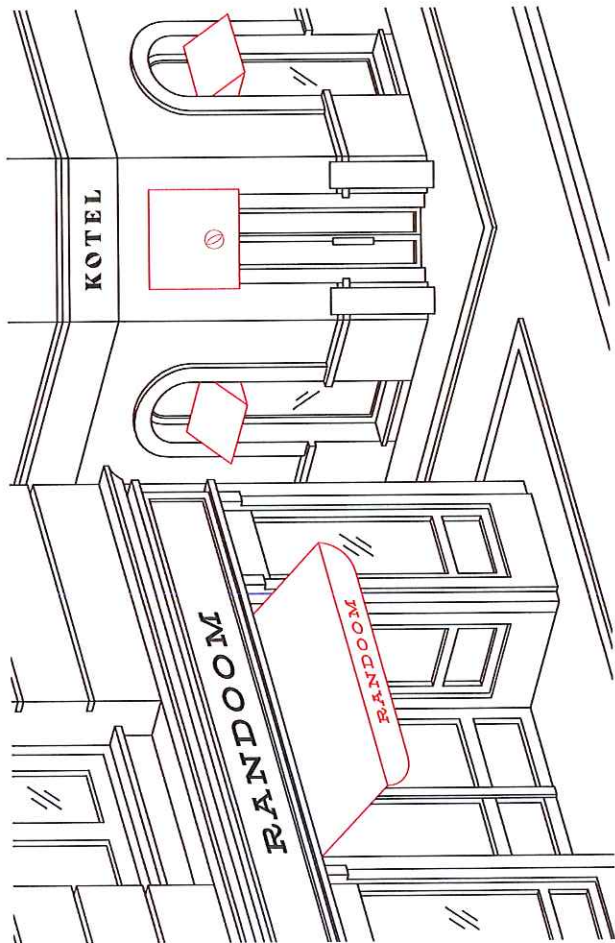
# 06

# Markýzy

V horkém létě zastíní markýzy interiéry před příliš ostrými slunečními paprsky. Neměly by ale zastínit i cenné průhledy a zakrýt plastické prvky fasády. Proto by měly být řešeny jako integrovaní součást na každý objekt – na středověkých či barokních fasádách rozhodně nevyjadají dobře.

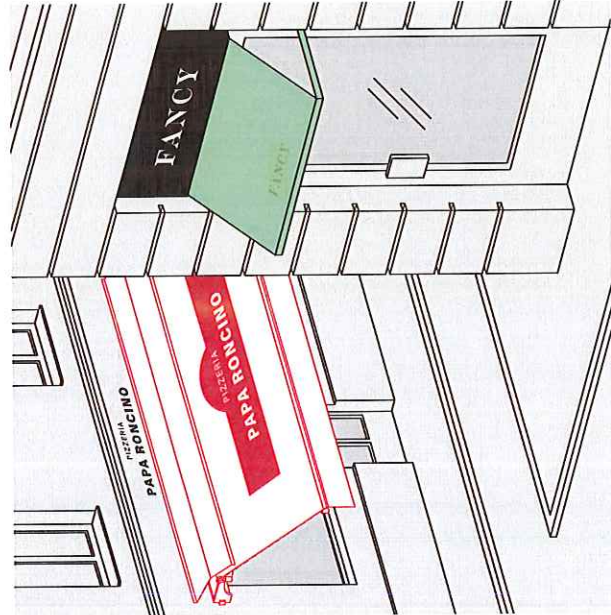
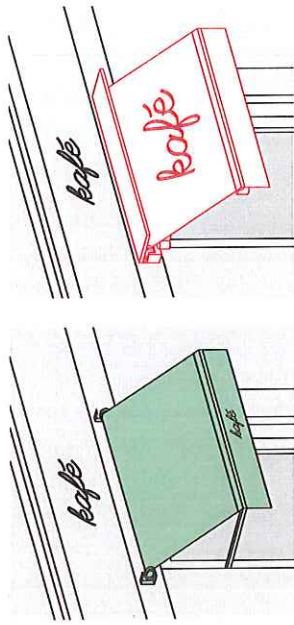
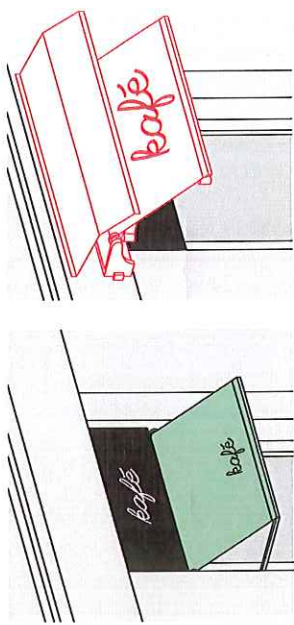
Nužné naušitvit:

- SO
- OPP
- MHMP



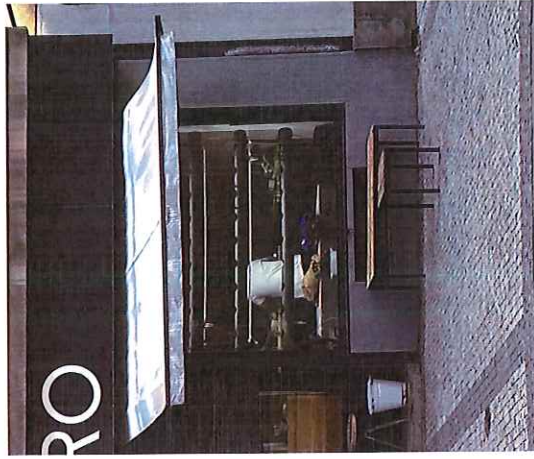
**I** Markýza by měla být integrovaná součástí výkladu, zejména předzastřešených (v roletové schránce v žele výkladce), případně by měla být provedena jako roleta bez krycího boxu, umístěná jednotlivě na šířku výkladce.

**II** Nepřípustné jsou masivní velkoformátové markýzy s elektromotorem poháněnými výhledovými rameny, dále sestavy markýz a markýzy umístěné v krycích boxech na fasádě.



**III** Markýzy musí mít jednobarevné provedení, barva by se měla blížit odstínu přírodní tkaniny (běžové, světlé hnědé, šedé).

**IV** Nápis a reklamní logo lze umístit pouze na vošán. V případě markýz bez vošánu musí být nápis či logo při dohledu okraj potahu a nemí přesahout cca 1/3 velikosti hrany markýzy. Reklamní logo má být provedeno v určité barvě, nejlépe o odstín tmavší či světlejší než barva tkaniny.



✓ Markýzy by vždy měly být řešeny jako integrovaní součást výkladce – tak jako v tomto případě.

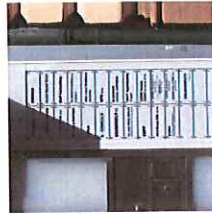


✓ Elegantně provedená markýza, která vhodně koresponduje s architekturou budovy.



✓ Vůstně řešené markýzy, stínící okna restaurace.

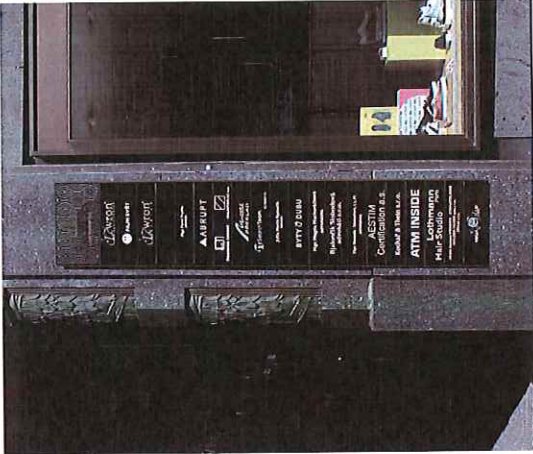




✓ Subtilní způsob jednotného značení.



✗ Snaha o sjednocení zde skončila na půl cesty.



✓ Koncepčně řešené označení jednotlivých provozoven, které koresponduje s dalšími prvky architektury budovy.



✓ Příklad značení obchodního domu, citlivého k historické budově.



✗ Pokud je to možné, vyvarujte se levných materiálů.

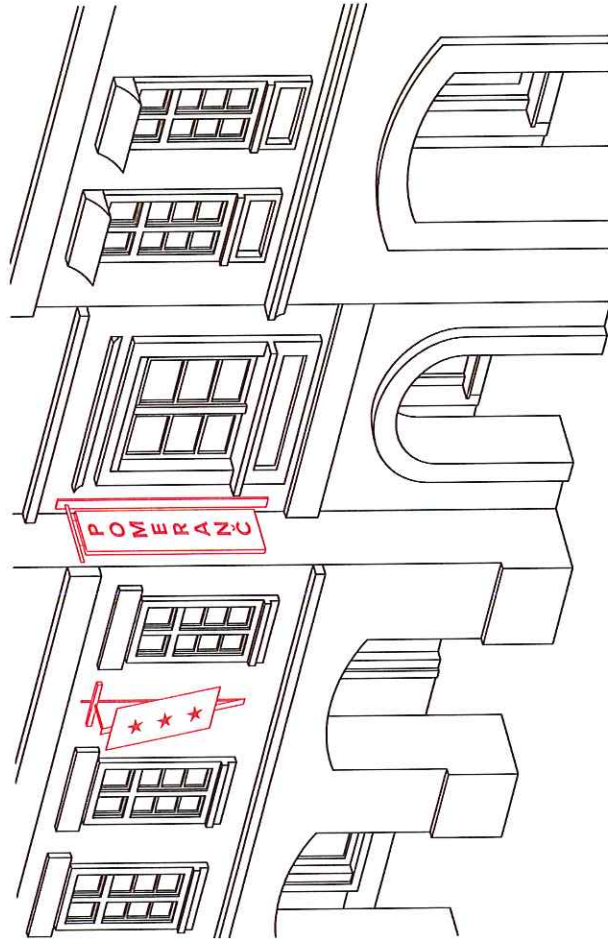
# 08

## Bannery

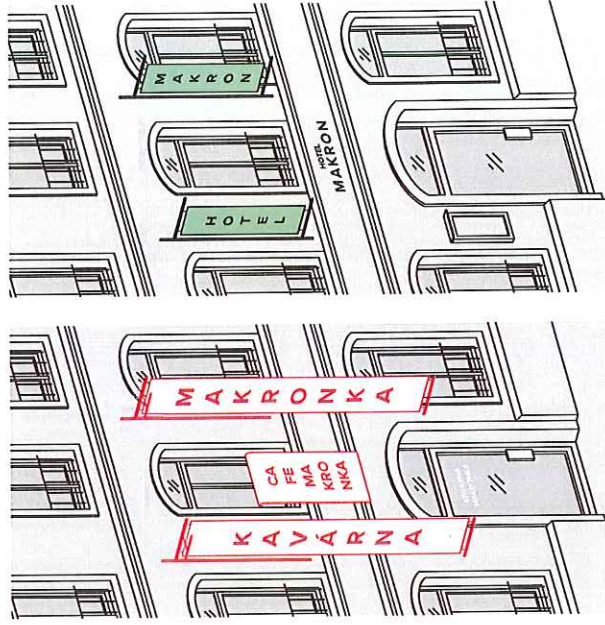
Pokud neprovazujete hotel, obchodní dům či kulturní instituci, patří se vás tato kapitola nebudé týkat. A pokud ano, doporučujeme zejména využít historické konzole a držáky, jsou-li k dispozici. A nejsou-li, dbejte na to, aby nové byly elegantní a subtilní.

Nutně navštívit:

- SÚ
- OPP MHMP

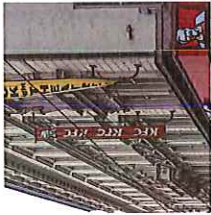


- I Bannery nad parterem je možné instalovat ve vyšších podlažích objektu pouze za předpokladu, že dočasná provozovna vyzdvihá celý objekt (např. hotely, obchodní domy), a to v maximálním počtu dvou kusů, pokud to umožňuje architektonická podoba fasády.
- II Bannery nemohou přesáhnout výšku jednoho podlaží. Výjimku tvoří části území, tvořené převážně blokovou zástavbou (nejčastěji se jedná o architekturu 19. a 20. století), kde lze uvážovat i jiné řešení.
- III Bannery nesmí zakrývat architektonické prvky ani vyzdobené fasády. Nelze je v žádném případě navěšovat.
- IV U reklamních bannerů vertikálně vypnutých mezi konzole kolmo k fasádě je vyloučení od fasády možné max. do 800 mm od líce fasády včetně nosné konstrukce.





✓ Jednoduchý banner ve výkusem provedení.



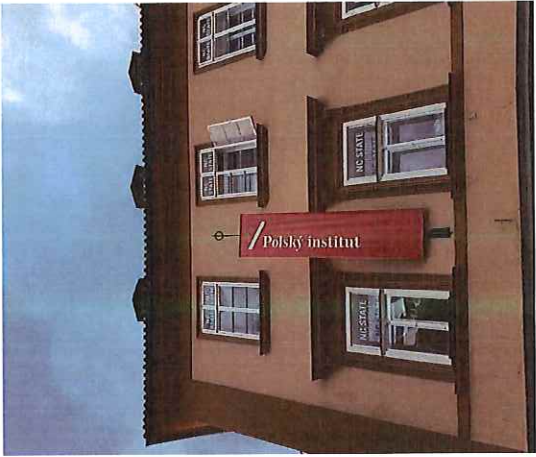
✗ Bannery by neměly přesahovat více podlaží. Instalovány by navíc měly být pouze tehdy, užívá-li provozovna celý objekt, což není tento případ.



✓ Bannery vhodné umístěné s respektem k plastickému členění fasády.



✗ Příliš rozměrný banner.



✓ Příklad využití historického nosiče i výkusem grafického ztvárnění banneru.

# 09

## Stánky, trafiky, kiosky

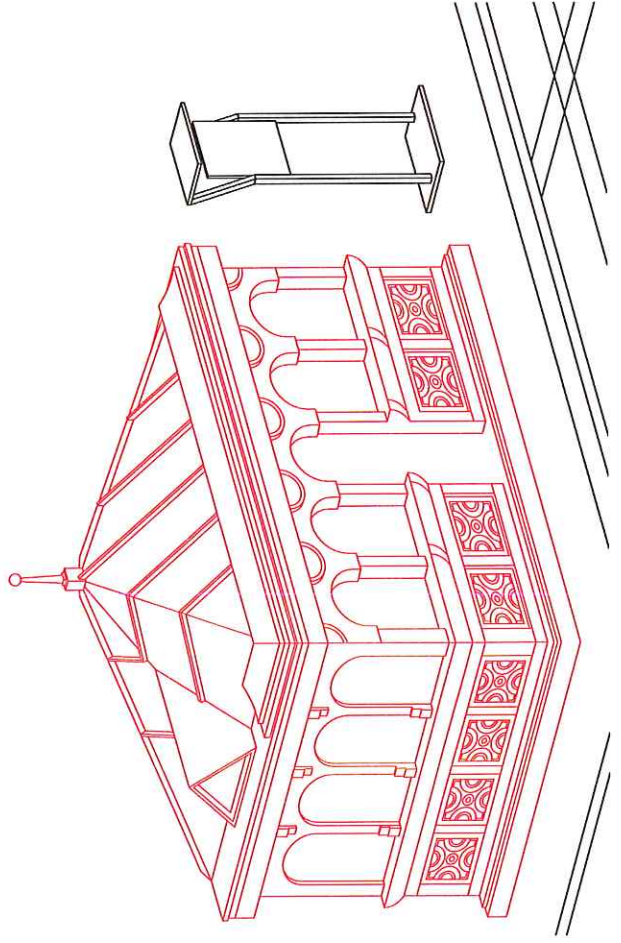
Trafiky a kiosky jsou architekturní samy o sobě. Některé z těch pražských se díky svým kvalitám již staly respektovanou součástí veřejného prostoru. Proto je třeba dbát na to, aby se jejich unikátní tvorbou nezapadlo pod vlivem reklam. Na rozdíl od výloh v kamenných obchodech není u oken kiosků hodnotou jejich propojení s exteriérem, a proto je možné přitě je využít k výstavbě zboží. Zruše však odolat pokušení využít volné plochy k polepům, k veřejnému prostoru není takové řešení citlivé.

Nutně navštívit:

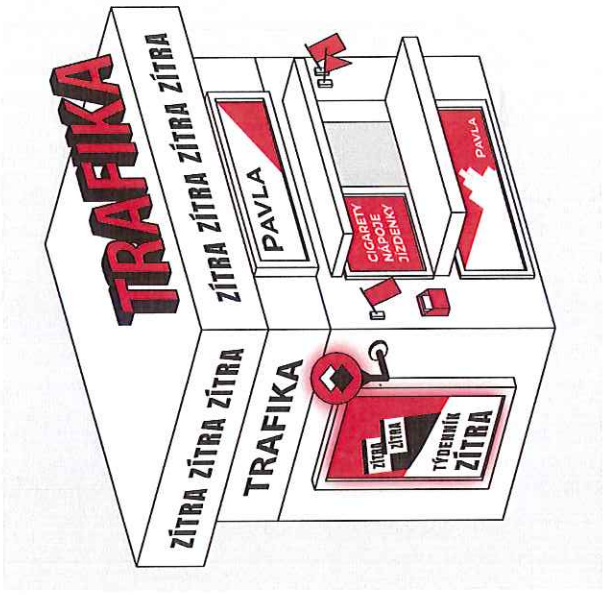
- SU
- OPP MHMP

Manuál pro kultivovanou Prahu

09 Stánky, trafiky, kiosky



- I Není žádoucí umísťovat na kiosky cedule a další prvky (vlajčky, stojany na letáky atp.), které nejsou součástí jeho architektonického řešení.
- II V případě že kiosky disponuje zabudovanou cedulí, je žádoucí, aby nebyla nově polepena fotografiemi a plohobarevnou grafikou. Jednoduše přijatelnou formou polepu je jednobarevné řešení z tezané grafiky.



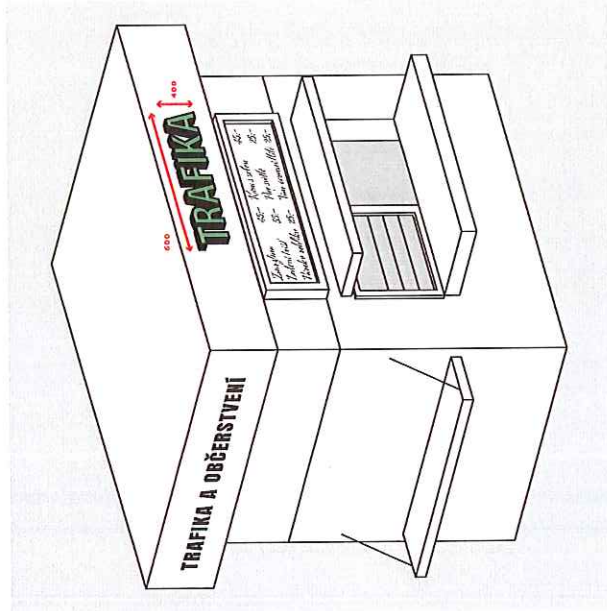


**III** V případě, že cedule není součástí architektonického řešení kiosku, je žádoucí instalace nápisů z jednotlivých písmen, která nepřesahují výšku 600 mm od horní okrajové linie kiosku. Šifra nápisu by neměla přesáhnout 600 mm.

**IV** Není přípustné instalovat na kiosky ceteropolep ani polep zčásti. Maximální plocha, kterou je vhodné využít k vlastní propagaci kiosku formou polepu na jedné z jeho skleněných ploch, je 20 %.

**V** Osvětlení musí být tlumené, bez reživých světelných efektů (rychlé blikání apod.).

**VI** Na kiosky nelze umísťovat reklamní zařízení výjima reklamních zařízení dle stavebních předpisů.



**✗** Využití pro reklamu každé volné místo nikdy není vhodné řešení.



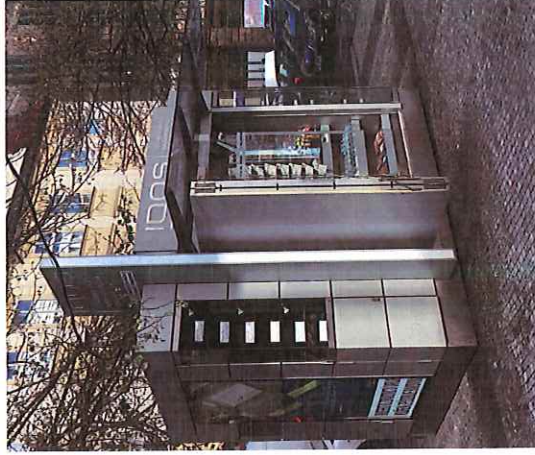
**✗** Trafika zablžená různorodými typy reklamních nosičů.



**✗** Původní architektura kiosku, utopená v záplavě pestrobarevných polepů.



**✓** Květinářství v kiosku na kraji památkové zóny zvolilo uměnou barevnost a květinovou výzdobu.



**✓** Příklad kultivované pojaté trafiky. Na kiosky není vhodné přidávat žádné cedule, které nejsou původní součástí jeho architektury.



**✓** Vkusný kiosk bez přidáváných reklamních zařízení.



**✓** Architektonicky kvalitní štánek s občasem z modulového kontejneru.

Umístění bankomatu v památkově cenných objektech je vždy ošemetné. Kvůli bankomatům v Praze v posledních letech zanikla řada historických dveří, okenních mříží a dalších umělecko-fašenných prvků. Pokud však má umístění bankomatu své opodstatnění, vyhněte se samolepkám, blížákům LED páskům a dalším rušivým prvkům.

Nužné navštívit:

- SÚ
- OPP MHP

# 10

## Bankomaty



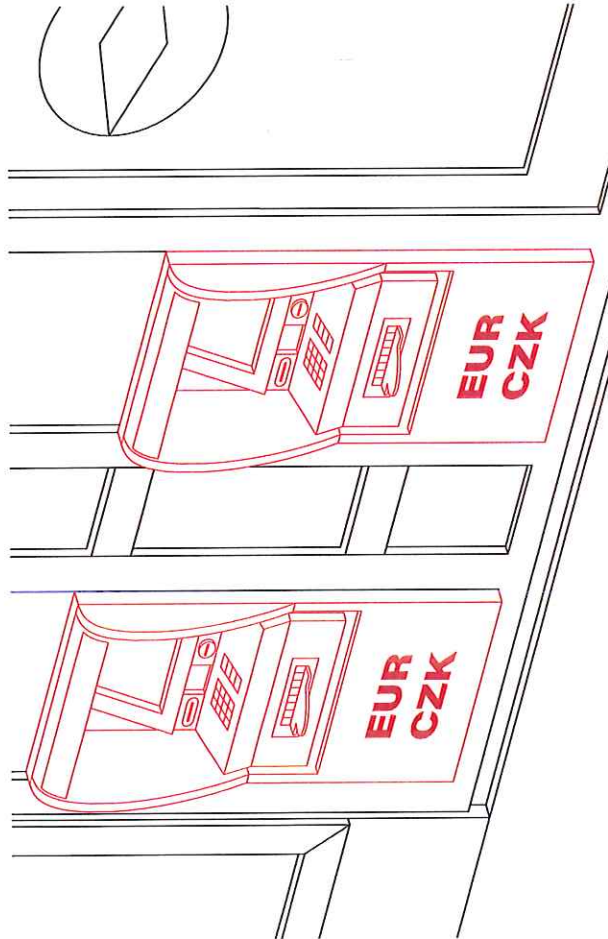
- I** V jednom objektu lze umístit pouze jeden bankomat s výjimkou objektů, kde sídlí banka či její pobočka.
- II** Bankomaty jsou akceptovatelné, pouze pokud objekt není nemovitá kulturní památka, nemá dochované historické výklade a v bezprostřední blízkosti dotčeného objektu není už v provozu jiný bankomat.
- III** Bankomat nesmí být předsmutný před fasádou, obecně je preferováno umístění uvnitř objektu.
- IV** Zařízení nesmí narušovat či deformovat jakékoliv architektonické či umělecko-fumésní prvky objektu.
- V** Bankomat nemá být osvětlen za pomoci LED pásků či přidavného bodového osvětlení.
- VI** Není vhodné polepovat bankomat barevnými fóliemi či nátěry.

## Další reklamní zařízení

Rádi byste upozornili na své podnikání takovým neobvyklým reklamou, který jste v manuálu nenašli? O některých z dalších typů reklamních nosičů se dočtete na další stránce. Pokud ani tam nezískáte informace, které hledáte, obraťte se na odbor památkové péče MHMP ([pp@praaha.eu](mailto:pp@praaha.eu))

V tomto území se tedy nesmí šířit:

- A** letáky, navštívenky, vizitky, brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály šířené vůči nezájemnému adresáti.
- B** plakáty z jakéhokoliv materiálu, fólie s potiskem, kromě fólií na dopravních prostředcích, díle tabule, tyče, pulty, či jiné konstrukce a zařízení, ať pohyblivá či ne, nepotépná či zavěšená, včetně jejich osvětlení, upoutané balóny nebo jiné tvary a plovoucí předměty.
- C** dodatečně konstruované na dopravních prostředcích prezentující reklamou jakýmkoli způsobem.
- D** zařízení šířící reklamou zvukem či obrazem, s výjimkou rozhlasového a televizního vysílání.



Bankomat si rozhodně nezaslouží vlastní firmní nápis a už vůbec polep celého výkladce.



Bankomat bez zbytečných reklamních prvků.



Bankomat, který na sebe upozorňuje agresivní barevností a množstvím log.



Bankomat poškození historický výkladec.



Bankomat, který nenaruší výkladec ani fasádu – je umístěný uvnitř vstupu do banky. To je také ta nejvhodnější varianta.



Než tak ovšem učiníte, možná se vám bude hodit mít přehled o tom, jaká komunikační média zakazuje Nařízení č. 26/2006 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu. To je předpis, který reguluje reklamní zařízení, které nejsou zřízena podle jiného právního předpisu (tj. nepočítá kolaudaci podle stavebního zákona). V tuto chvíli nařízení platí na území Pražské památkové rezervace a území ohraničeném východní frontou domu Legierovy ulice po křížovatu s ulicí Rumunskou, dále jižní frontou domu Rumunské ulice, náměstím Mlta, severozápadní frontou domu Anglické ulice po křížovatu s ulicí Legierovou, a dále východní frontou domu Legierovy ulice.

**H** reklamní přelisky, do nichž jsou obcečeny osoby, které se pohybují nebo postávají.

**Nařízení se nevztahuje na propagační charitativních akcí či prezentací politických stran a hnutí ani na chromozáření, použití přístroje a manifestace svabné podle zvláštního právního předpisu.**

**Na dodržování nařízení o regulaci reklamy dohlíží odbor životnostní a občanskoprávní MHMP. Jeho pracovníci vám také zodpoví případné otázky a podají dodatečné informace, pokud si nebudete jisti, zda není dané komunikační médium v místě vaší provozovny zakázáno. Do budoucna (patrně od roku 2021) se uvažuje o rozšíření území, kde nařízení o regulaci reklamy platí – pro aktuální informace sledujte web [kultivovana.praaha.eu](http://kultivovana.praaha.eu)**

**E** dopravní prostředky, umístěné na veřejně přístupném místě za účelem šíření reklamy nebo dopravní prospektky, u nichž je hlavním účelem jízdy šíření reklamy.

**F** reklamní periodický tisk.

**G** přelisky a plakáty z jakéhokoliv materiálu, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na příslušající pozemní komunikaci po dobu provádění stavebních prací na objektu, který kryjí, pokud tyto přelisky a plakáty zároveň zobrazují tento objekt a plocha vlastní reklamy nečiní více než 20 % celkové plochy přelisku nebo plakátu.



### REKLAMNÍ STÓJKY („ČACKA“)

K umiestneniu reklamných stojiek na chodník či námestí je třeba získat povolenie k zvláštnemu užívaniu komunikácie. Zvláštné užívanie komunikácie zároveň podliehá miestnemu poplatku za užívanie verejného priestranstva. Vyžaduje sa jej návrh súhlasného správneho úradu (obvykle odbor dopravy na príslušnom úrade miestnej časti). Obecné je umiestňovanie „čiek“ spíše nezávadnou, jelikož na chodníkoch vyrábajú príkážky pro chodcov, občas také pohľadovú bariéru. Své opodstatnenie má zejména v provozovnen ve dvoje či v průchodu, které se nemohou do ulice jinak prezentovat. V každém případě by však reklamní stojky měly mít subtilní konstrukci z kvalitního materiálu, určitě vynechte pestré barvy či potisky a fotografie.



### VIDEO MAPPING

Video mapping patří mezi oblíbené současnější způsoby reklamní prezentace. V památkově chráněných územích není příliš vhodný, každý návrh je posuzován individuálně, v žádném případě není možná realizace, která znamená zásah do fasády či instalaci nějaké působícího zařízení.

### FIREMNÍ OZNAČENÍ NA ŠTITOVÝCH PLOCHÁCH

Využití hladkých štítových ploch pro reklamu a firemní označení je v principu možné, ovšem pouze v závislosti na konkrétní památkové hodnotě objektu a příslušném okolí. Návrh musí vycházet z tradičních forem upouštění, tj. písma malifické provedení přímo na fasádě, bez použití reflexních, fluorescenčních či ostře kontrastních barevných tónů a bez ozvláštnění. Pokud je štítová zástava jednovrstevná, musí být konkrétní reklamní motiv navržen jako sestava jednotlivých písmen či log, nikoliv jako velkoplošná reklama s podkladem odlišným od barvy omítky. Pro zachování průhlednosti omítky je nutné provést náter barvou na minerální bázi.



### KRÁTKODOBÁ REKLAMNÍ ZAŘÍZENÍ

V památkově chráněných územích obecně nejsou žádány krátkodobá reklamní zařízení (flypercube, reklamní stánky či jiné konstrukce) vitána. Ovšem pokud o ně přesto stojíte, budete potřebovat několik dokumentů. V první řadě povolení ke zvláštnímu užívání komunikace, které vydává místní sílničně-správní úřad (případně povolení od místního odboru životního prostředí, pokud chcete zařízení umístit v parku). Dále budete potřebovat nějakou smlouvu se správcem pozemků (obvykle magistrát, městská část či Technická správa komunikací, a. s.). Zapomenout byste neměli ani na stanovisko OPP MHMP. V případě větších konstrukcí byste měli konzultovat také se stavebním úřadem.

# Jak si vyřídit potřebná povolení?

## 01

### ROZHODNUTÍ STAVEBNÍHO ÚŘADU

Územní souhlas, územní rozhodnutí, ohlášení či stavební povolení je v podobnosti stavebního úřadu příslušné městské části a k tomuto stavebnímu úřadu musíte žít podřídní. Než sepsat univerzální návod, jak ohlašovací a povolovací proces projít – práce u každého ze stavebních úřadů se může mírně lišit. Proto doporučujeme se vždy předem informovat u příslušného stavebního úřadu o správném postupu a náležitostech podání dle stavebního zákona. Potřebné formuláře a postupy, jak žadost podat, obvykle naleznete na webových stránkách daného úřadu.

Pokud se chystáte realizovat označení provozovny (zejména výstřez, firemní nápis či umístění vitriny či nabídkové tabule), budete muset dodržet postup dle zákona č. 183/2006 Sb. o územním plánování a stavebním řádu, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 20/1987 Sb. o státní památkové péči, ve znění pozdějších předpisů. Zpravidla tedy budete potřebovat dva dokumenty.

Předtím je závazné stanovisko odboru památkové péče, MHMP. Budete ho potřebovat, plánujete-li umístit firemní označení na kulturní památku nebo na budovu, která záce není kulturní památkou, ale nachází se na území památkové rezervace nebo ochranného pásma památkové rezervace, případně v památkové zóně. Závazné stanovisko OPP MHMP může v celém procesu hrát dvojnólu. V prvním případě je závazným podkladem pro příslušný správní orgán, který rozhoduje ve věci samé – stavební úřad. V tom případě je budete spolu s další dokumentací dokládat příslušnému stavebnímu úřadu. V druhém případě může být závazné stanovisko samostatným správním rozhodnutím, a to tehdy, není-li následně dána pravomoc stavebního úřadu ve věci rozhodnout.

Vedle závazného stanoviska OPP MHMP budete tedy v některých případech potřebovat i rozhodnutí stavebního úřadu (územní rozhodnutí, stavební povolení), anebo se na daný projekt bude vzťahovat ohlašovací povinnost (územní souhlas či ohlášení). Forma dokumentu záleží na rozsahu prací. Může se také stát, že stavební úřad posoudí, že na práce se na základě jejich rozsahu nevztahuje působnost stavebního zákona, a jeho rozhodnutí tak není třeba – v tom případě budete potřebovat pouze zmíněné závazné stanovisko OPP MHMP.

## 02

### ZÁVAZNÉ STANOVISKO ODBORU PAMÁTKOVÉ PEČE MHMP

U kulturní památky může podat žadost o vydání závazného stanoviska pouze její vlastník. U budovy, která kulturní památkou není, je oprávněn žadost podat také správce nebo uživatel. Každý, kdo podává žadost, je povinen prokázat, jaký vzhah k nemovitosti má a na základě jakého právního titulu (výpis z katastru nemovitostí, smlouva apod.). Žadatel se může nechat ve správním řízení zastupovat na základě právní moci.

Vzor žadosti o vydání závazného stanoviska OPP MHMP naleznete na [pamatky@zaha.cz](mailto:pamatky@zaha.cz).

- Žadost nemusí být podána na připraveném formuláři, musí však obsahovat:
  - identifikaci nemovitosti
  - identifikaci žadatele
  - platný právní titul k užívání objektu
  - kvalifikovanou přílohu meč s uvedením rozsahu zmocnění pro zástupce žadatele (v případě jeho zastupování) (podpisy na plně moci nemusí být úředně ověřeny)
  - doklady o projektu, a to zejména:
    - popisek a výkresovou dokumentaci jednotlivých prvků s uvedením rozměrů, materiálu, způsobu ukotvení do fasády, barevného ztvarování, konkrétního umístění prvku v rámci fasády a případné trasy přívodního kabelu elektronizace
    - fotografickou dokumentaci stávajícího stavu
    - vizualizaci

## Adresář



[kulturovanna.praha@zaha.cz](mailto:kulturovanna.praha@zaha.cz)  
[@kulturovanna.praha](https://www.facebook.com/kulturovanna.praha)

### ODBOR PAMÁTKOVÉ PEČE MHMP

Adresa  
E-mail  
ID datové schránky  
Web  
Osobní konzultace

Jungmannova 35/29, 110 00 Praha 1 – Nové Město  
posta@praaha.eu  
48197h  
pamatky@zaha.cz  
každé pondělí (10.00–17.00) a středa (8.00–18.00)

### NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV, ÚZEMNÍ ODBORNÉ PRACOVNÍSTVĚ V PRAZE

Adresa  
E-mail  
Telefon  
ID datové schránky  
Web  
Osobní konzultace

Na Peškově 356/12, 110 00 Praha 1 – Staré Město  
seccan@cupraha.eu  
+420 234 653 111  
2c9j86t  
mdu.zcs@cupraha.eu  
každé pondělí a středa (14.00–17.30), po dohodě i mimo tyto hodiny

### ODBOR ŽIVNOSTENSKÝ A OBČANSKOPRÁVNÍ MHMP

Adresa  
E-mail  
Telefon  
ID datové schránky

Jungmannova 35/29, 110 00 Praha 1 – Nové Město  
posta@zaha.cz  
+420 236 00 2230  
48197h

### STAVEBNÍ ÚŘADY

Kontakty naleznete na webu příslušné městské části.

### CHCETE NAHLÁSIT NELEGÁLNÍ UMÍSTĚNÍ REKLAMY?

Použijte aplikaci **znanáto**, nebo napište na e-mailovou adresu [znanatolm@praaha.eu](mailto:znanatolm@praaha.eu).

### ZAJÍMÁ VÁS PROBLEMATIKA VIZUÁLNÍHO SMOGU?

Podívejte se na web [vzduchismod.info](http://vzduchismod.info), který provozuje Veronika Růž Nevěková, autorka brněnského Manuálu dobré praxe reklamy a označování provozoven.

### Adresa

Jungmannova 35/29, 110 00 Praha 1 – Nové Město  
posta@praaha.eu  
48197h  
pamatky@zaha.cz  
každé pondělí (10.00–17.00) a středa (8.00–18.00)

### Adresa

Na Peškově 356/12, 110 00 Praha 1 – Staré Město  
seccan@cupraha.eu  
+420 234 653 111  
2c9j86t  
mdu.zcs@cupraha.eu  
každé pondělí a středa (14.00–17.30), po dohodě i mimo tyto hodiny

### Adresa

Jungmannova 35/29, 110 00 Praha 1 – Nové Město  
posta@zaha.cz  
+420 236 00 2230  
48197h

### Kontakty naleznete na webu příslušné městské části.

# Zdroje

**Nařízení č. 10/2016 Sb. hl. m. Prahy**, kterým se stanovují obecné požadavky na využívání území a technické požadavky na stavby v hl. m. Praze (Pražské stavební předpisy)

**Zákon č. 183/2006 Sb.**, o územním plánování a stavebním řádu, ve znění pozdějších předpisů

**Zákon č. 207/1987 Sb.**, o státní památkové péči, ve znění pozdějších předpisů

**Vyhlaška MK ČR č. 66/1988 Sb.**, kterou se provádí zákon České národní rady č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči

**Nařízení vlády ČR č. 66/1971 Sb.**, o památkové rezervaci v hlavním městě Praze

**Zákon č. 455/1991 Sb.**, o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů

**Zákon č. 40/1995 Sb.**, o regulaci reklamy a o změnění a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů

**Nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy**, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejné přístupných místech mimo provozovnu, ve znění pozdějších předpisů

**Nařízení č. 9/2011 Sb. hl. m. Prahy**, kterým se vydává třídní řád, ve znění pozdějších předpisů

**Manuál tvorby veřejných prostranství hl. m. Prahy**, 2014

**Firmní označení, reklamní a informační zařízení v památkově chráněném území hlavního města Prahy**, příručka odboru památkové péče MHMP (aktualizace 2018)

**Řešení městského Interiéru památkové chráněných území hl. m. Prahy**, příručka odboru památkové péče MHMP (aktualizace 2016)

**Design manuál pro označování provozoven** Pražské třítnice, 2019

**Manuál dobré praxe reklamy a označování provozoven v městské části Brno-střed**, Veronika Nováková a kol., Brno 2017

**Manuál umísťování reklamy města Ostravy**, Ostrava 2019

# Manuál pro kultivovanou Prahu

## Texty

Kristýna Drápalová

## Ilustrace a grafický design

Anastasia Vrublevská, noBrother, s.r.o.

## Fotografie

Kristýna Drápalová, Anastasia Vrublevská, Jan Malý/Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, Prague City Tourism – Pražská informační služba, bah—mi—ba, Michael Tomeš/KOMA

## Pracovní skupina ke vzniku Manuálu pro kultivovanou Prahu

Kristýna Drápalová, Eva Nováková, Karel Svítavský, Martin Králík, Jiří Štálichy, Alena Nováková, Zdeňka Nejedlá, Luděk Buran, Martin Špišák

## Tým odboru památkové péče MHMP

Ivana Sibrťová, Martina Soukupová, Simona Nešázalová Vladíková, Radka Zíbková

## Konzultace

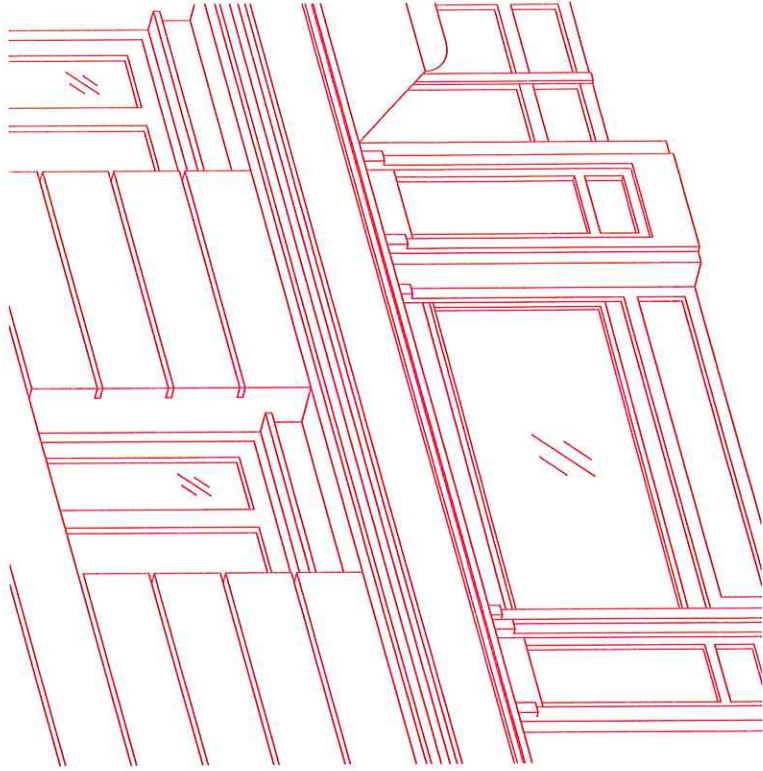
Kristýna Lhotáková, Vratibav Freund, Klára Adámková, Jaroslav Podliska, Jan Holeček (Národní památkový ústav, územní odborné pracoviště v Praze)

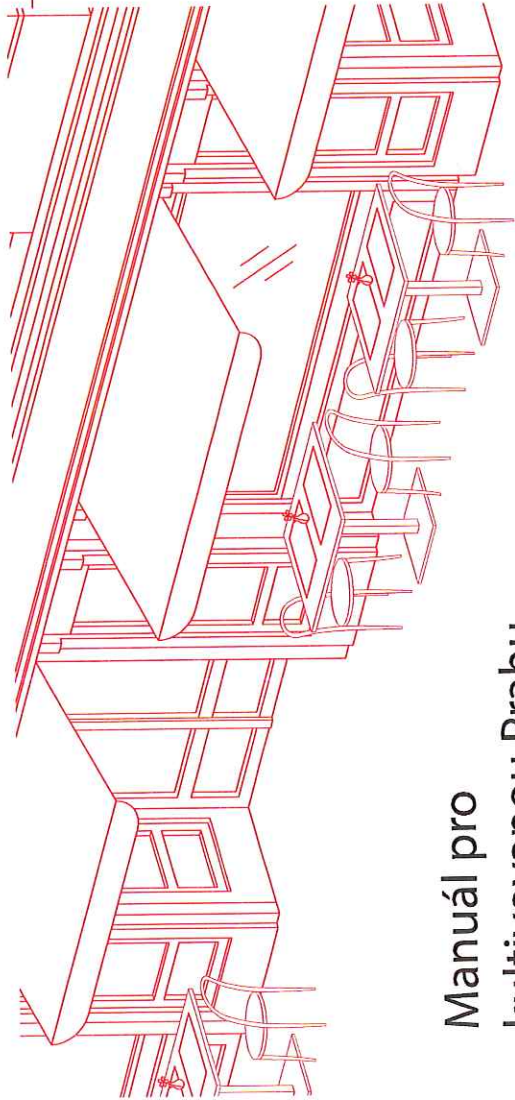
## Poděkování

Petr Zeman, Hana Třebitřková, Veronika Růt Nováková, Pavel Zelenka, Jan Chabr

Publikaci vydalo Hlavní město Praha – odbor památkové péče Magistrátu hl. města Prahy, Mariánské náměstí 2/2, Praha 1, 110 00. Vydání první. Publikace je neoprodejná, vydává se zdarma a v elektronické verzi je ve formátu PDF ke stažení na [kultivovana.praha.eu](http://kultivovana.praha.eu).

© Hlavní město Praha, 2020





# Manuál pro kultivovanou Prahu Restaurační zahrádky

Pravidla provedení restauračních zahrádek v památkově chráněných územích hl. m. Prahy

Manuál pro kultivovanou Prahu Restaurační zahrádky

Platnost manuálu

## Platnost manuálu



- Památková rezervace
- Památková zóna
- Území s rostlou urbanistickou strukturou
- Území urbanisticky jednotné

## Obsah

2	Úvod
3	Platnost manuálu
4	01 Umístění
8	02 Podesty
11	03 Ohrazení
14	04 Zastínění
19	05 Vybarvení
24	06 Zimní provoz
27	Jak si vyjádřit potřebná povolení?

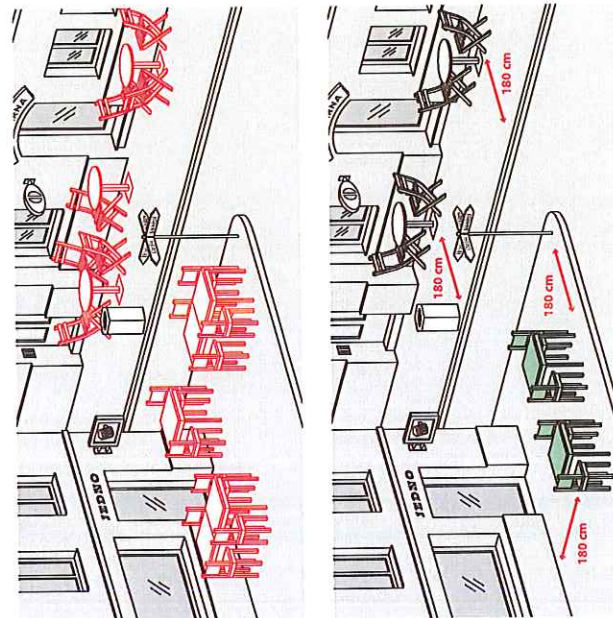
## Úvod

Restaurační zahrádky jsou vítaným oživením ulice a náměstí. Je příjemné sedět na čerstvém vzduchu, popíjet kávu či obědovat a pozorovat traci okolního města. Zároveň se nesmí zapomínat na to, že ulice a náměstí jsou především místy pro pohyb a pobyt lidí. Proto je potřeba hledat rovnováhu – restaurační zahrádky mají veřejný prostor doplňovat a zhodnocovat, nikoli vytvářet plečkáčky. Musí též být provedeny citlivě a s vkusem, aby neumenšovaly estetické a památkové hodnoty města.

Proto pro restaurační zahrádky v památkově chráněných územích platí řada pravidel. Tento manuál je shrnuje a ilustruje. Většina podmínek je závazná pro všechna památkově chráněná území, některé se však vztahují jen k historicky nejsevernějším částem města. Ty najdete vyznačené v mapce na následující straně. Na konci manuálu naleznete podrobný návod, jak zvládnout veškeré administrativní nůležitosti.

# 01

## Umístění



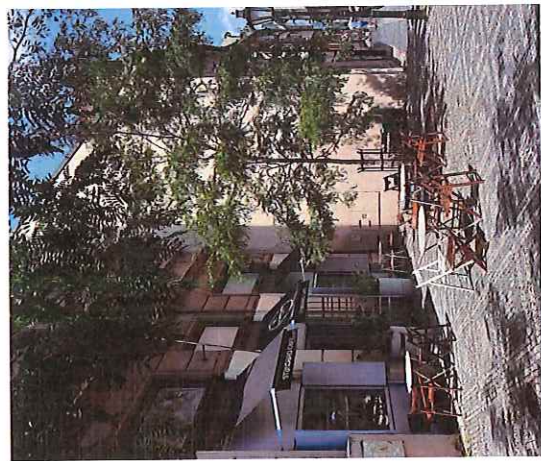
- I Zbor musí mít účelný tvar a adekvátní rozměry. Pokud je předzahrádka umístěna na chodníku, musí být zachován volný průchodzí profil bez překážek v šíři minimálně 180 cm. Zahrádka se neumísťuje do míst s vyšší koncentrací pohybu a nedostatečného prostoru na chodníku.
- II Restauráční zahrádka nesmí uvážet vztášíní překážku ve významných průhledech.
- III Restauráční zahrádka nesmí bránit vstupu do objektu či ho nevhodně zakrývat.
- IV Vhodně je umístění restauráčních zahrádek v místech, kde uliční čára ustupuje a dochází tak k rozšíření veřejného prostoru.
- V U restauráčních zahrádek umístěných při fasádě nesmí být překročena hrana domu, nedojde-li k dohodě s majitelem sousední nemovitosti.



- ✓ Jedna řada subtilních stolků a židliček – ideální řešení pro chodníky, které využívá větší množství lidí.
- ✓ Restauráční zahrádky lze občas zřídit i v místech nejdélejších parkovacích stání – vzniklé díky tomu velkorysejší prostor pro pobyt či pohyb pěších.



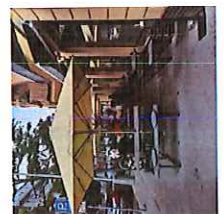
- ✓ Při zachování dostatečné průchozí šířky lze v klidných uličních restauráčních zahrádkách realizovat jak u fasády, tak při kraji chodníku.



- ✓ Předzahrádka je vhodné umístit zejména tam, kde nepokládá v přirozené trase pěšího pohybu. Nejlepší se na to hodí místa, kde uliční čára ustupuje a vzniká tak širší prostor jako v případě na obrázku.



- ✗ Restauráční zahrádka je umístěna na nároží, každý, kdo by tu chtěl zabodit, jí musí obcházet a prodlužovat si tak cestu.



- ✗ Předzahrádka zakrývá větší chodník a nechává jen málo prostoru pro pěši.



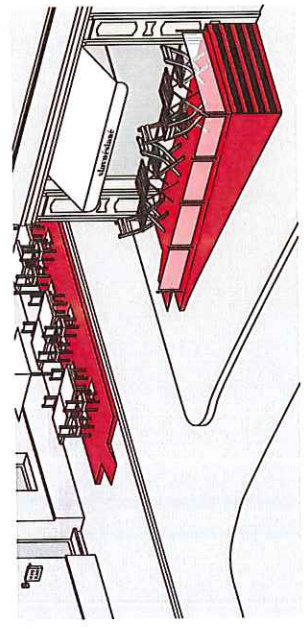
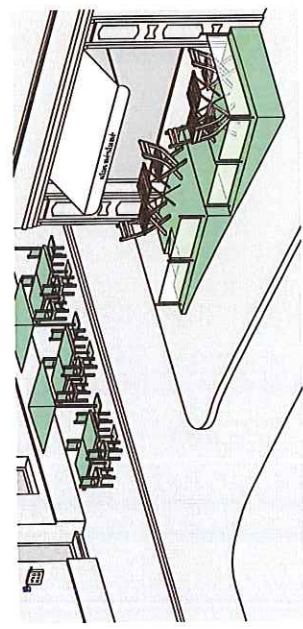
- ✗ Restauráční zahrádka vyořívá vztášíní překážku – zakrývá výhled na věž.



- ✗ Takto restauráční zahrádka nutí chodce k nedobrovolnému sláonu mezi stoly a sloupem. Pro vozíčkáře či lidi s kočárkem může znamenat skutečné neříjennosti.

# 02

## Podesty



✘ Mohutné podesty jako tato vyvířejí zcela neadekvátní prostorové i vizuální překážky.



✘ Podesta nemá sloužit k tomu, aby vyrovnávala běžné nerovnosti dláždění.



✔ I ve svahu lze restaurační zahradku realizovat bez podesty.



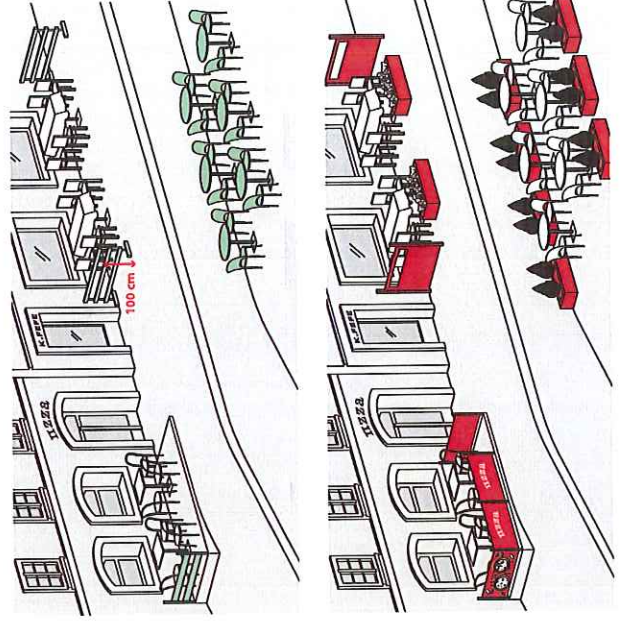
✔ Podesta se snaží kopírovat terén schodovitým uspořádáním. Díky tomu se lépe zadržuje do veřejného prostoru. V ideálním případě by však měla začínat v úrovni nula a pouze vyrovnávat výškový rozdíl.



✘ Remeslné odbyté provedení podesty výrazně kazí celkový dojem z předzahrádky.



✔ Podesta pouze vyrovnává výškový rozdíl mezi vozovkou a chodníkem. Nevytváří tak nadbytečné bariéry.



**I** Při umístění zábrany je nutné respektovat pořadí nevidomých a slabozrakých osob. Pokud je restaurační zahradka umístěna u řádky, která slouží jako tzv. příložená vodící linie, hrozí riziko zanepruštění či ztráty orientace. Proto je tam, kde je původní vodící linie přerušena prostorem restaurační zahradky, třeba nahradit ji jiným prvkem s vodící funkcí. Obvykle je třeba vymezit obě čela restaurační zahradky (tj. kolmo na fasádu) perenným ohraničením, které ve výši min. 10–25 cm nad zemí vytvoří novou vodící linii. Přesné požadavky pro konkrétní zahradku určí příslušný silniční správní úřad.

**II** Ohrazení nesmí mít podobu pevně kompaktní zábrany (deska, sklo, velké objemové nádoby na zeleni), provedeno musí být z subtilních profilů. Maximální výška ohrazení je 100 cm.

**III** Z bezpečnostních důvodů u podesty ve svahu s převýšením 5 % lze umístit ohrazení v části, ze které by se mohla sesunout židle. Takové ohrazení lze provést pouze jako jednoduše zbrzdilí ze subtilních profilů (přírodní materiály).

**I** Zahradky nesmí být umístěny na podestech, není-li spínána jedna z následujících podmínek:

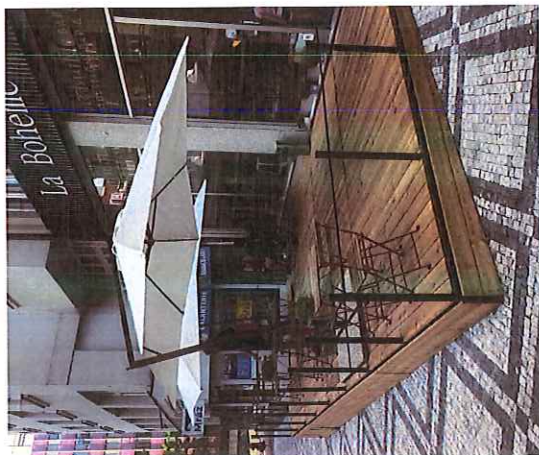
**I.1** Podestu smí mít zahradky, umístěné na komunikaci s podélným sklonem více než 5 %, tj. při převýšení 50 cm na 1000 cm. V takovém případě musí být podesta provedena jako jednoduše konstruovaná, její výška není větší, než je nezbytně nutné pro vyrovnání nerovnosti terénu. Začíná v úrovni ±0,000 a směrem po svahu vyrovnává terénní rozdíl.

**I.2** Další výjimku tvoří zahradky umístěné ve vozovce (neplatí pro písečné zóny), na kterých je podesta do úrovně chodníku.

**I.3** Za rozdílnou výškovou úroveň nelze považovat běžné nerovnosti komunikace, například dílčích povrchů, nerovný asfalt, mítky kanalizačních vpustí apod.

**II** Podesta musí být provedena ze dřeva, případně lze kombinovat dřevo a kov.

**III** Boční strany podesty musí být tvořeny stejným materiálem jako je její podlaha. Schody či bezbariérový vstup na restaurační zahradku budou součástí jejího půdorysu, nemožno zasahovat mimo ni. Je-li restaurační zahradka umístěna přímo na terénu (dláždě apod.), nelze ji vymezit položením koberece ani jiné druhotné nášlapné vrstvy.



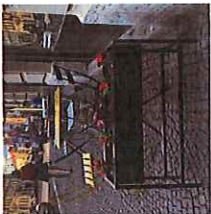
✓ Ohrazení je vytvořeno tenkými kovovými profily. Přísobi dílky ním subtilním a nerušivým dojmem.



✗ Ohrazení pomocí květinů může být doboým řešením, tady se to ale nepovedlo: jejich designová kvalita je nízká a žlutoběrný výstražný pruh. Jf ovlak nepozvedá.



✗ Stůla, židle, jsou zde z veřejného prostoru vydáleny nepřiměřeně masivním ohrazením.



✓ Zde se ohrazení podařilo vyřešit kulturovým způsobem: kovová konstrukce nesoud květiník je decentní a nerušivá.

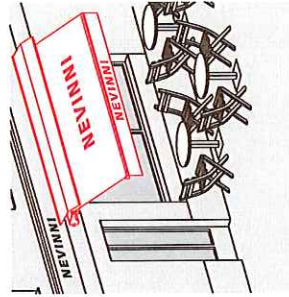
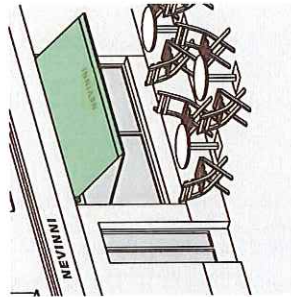
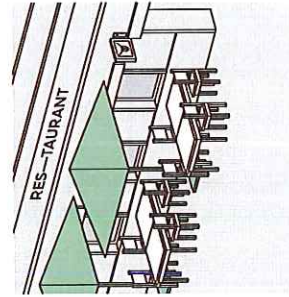
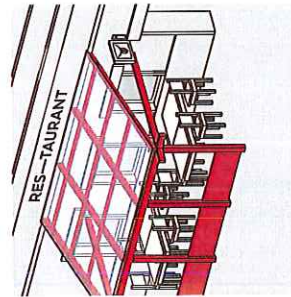


✗ Ohrazení by nemělo být plošné. Nepřístupné je též barevné reklamní logo.

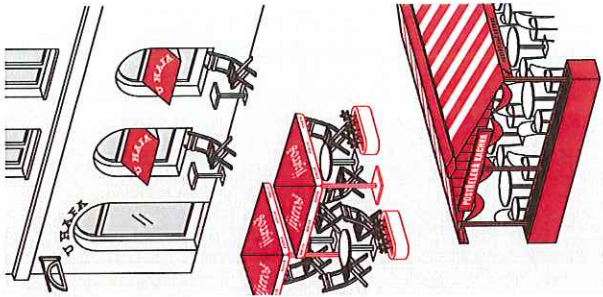
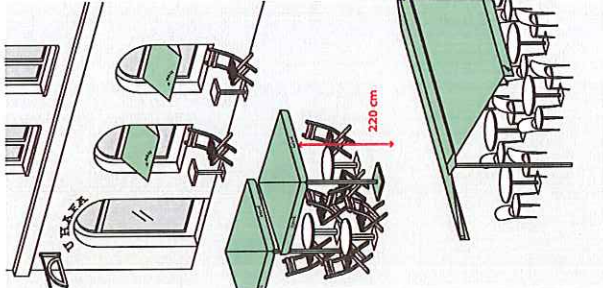
# 04

## Zastínění

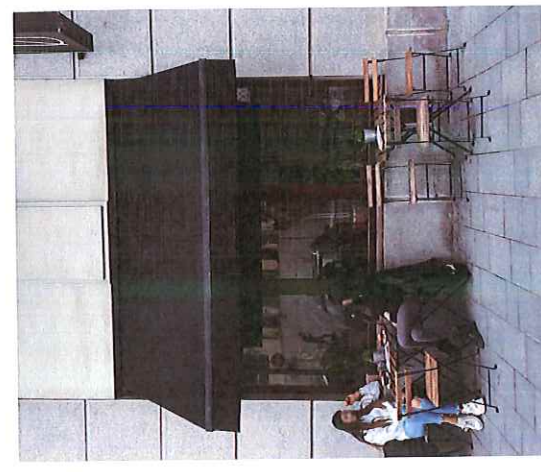
- I Vhodným způsobem zastínění zahrádky jsou jednotlivé slunečnice v jednobarevném provedení, bez ostře kontrastních nebo fluorescenčních odstínů.
- II Restauracní zahrádka nesmí být zastíněna prvotní konstrukcí typu pergola, sedlová či pultová střecha apod.
- III Ve tzv. rostlé struktuře původně středových částí města (viz mapa, str. 3) je vhodné používat k zastínění pouze slunečnice. Případně markýzy, které jsou součástí architektonického řešení parkuru budovy. Vyžadovat zde amstamě stálící mobilní markýzy se nedoporučuje, protože je to pouze ve specificky ztvodněných případech po předchozím projednání.
- IV Je-li markýza součástí architektonického řešení parkuru budovy, musí být řešena jako integrlní součást výhledů, zejména předčasných (v roletové schránce v čele výhledu), případně by měla být provedena jako roleta bez krycího boxu, umístěná jednotlivě na žilku výhledu. Nespřístupné jsou masivní velkoplátkové markýzy z elektronotorem poháněnými výhledovými rameny, dle sestavy markýzy a markýzy umístěné v krycích botech na fasádě.
- V Mobilní markýzy musí být provedeny jako jednoduché subtilní konstrukce. Musí být orientovány rovnoběžně se směrem vedení ulice.



- VI U mobilních markýz a slunečnic je nepřístupné vícebarevné provedení textilního potahu a použití výrazných reklamních prvků. Markýzy a slunečnice musí mít jednobarevné provedení, barva musí být v tlumených přírodních či pastelových odstínech. Pokud dochází k používání dvou typů zastínění (markýza a slunečnice) u jedné restauracní zahrádky, musí mít stejnou barvu.
- VII Nápisly a reklamní logo lze umístit pouze na volán. V případě markýz a slunečnic bez volánu musí být nápisly či logo při dohledu okraj potahu a nesmí přesáhnout cca 1/3 velikosti hrany slunečnice a 1/3 podélného rozměru markýzy. Reklamní logo musí být provedena v uměšené barvě.
- IX Boční a čelní rámečky restauracní zahrádky nebo zadržovat jiskrných materiálém.
- X Slunečnice i markýzy, které zasahují do průřezového profilu ulice, musí mít podchytzí výšku alespoň 220 cm.
- XI Není možné užití stínících zařízení v podlouhí.
- XIII Zastínění ve svém průřezovém průmětu nesmí výrazně překročit plochu zastiny.
- XIV V případě, že se jedná o památkově méně významnou dlažbu, je přípustné i koprní slunečnice přímo do dlažby. Více-rázy zasílé na individuálním posouzení odboru památkové péče MHP.







✓ Integrovaná markýza v šířce výkladce je ideálním typem zastínění.



✓ U užších předzahrádek je vhodným řešením položení slunečnick.



✗ Restaurční zahrádka nesmí být tvořena pravoúhelní konstrukcí a la zemi zahrada. Tříšňkou na dceru je orůbné zastření markýzou.



✗ Zastínění by mělo být provedeno v uměřených, nejlépe přírodních odstínech.



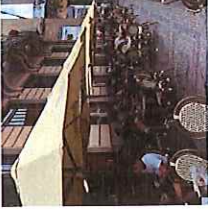
✗ Pergoly nejsou vhodným řešením zastínění restaurční zahrádky.



✗ Řešení, kdy předzahrádka kombinuje integrované markýzy, mobilní markýzy slunečnick, je nevhodné. Přípustné je kombinace maximálně dvou různých prvků.



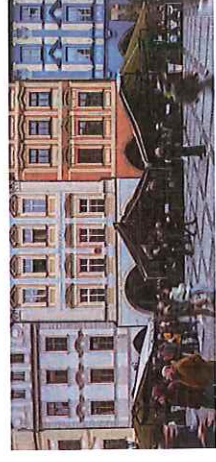
✓ Mobilní markýzy mohou být provedeny vkusným způsobem. Důležitější je zejména nepřehlédnout konstrukci pitíle, mnoha přídatnými prvky (tepelné sádky, osvětlení, dekorace atd.).



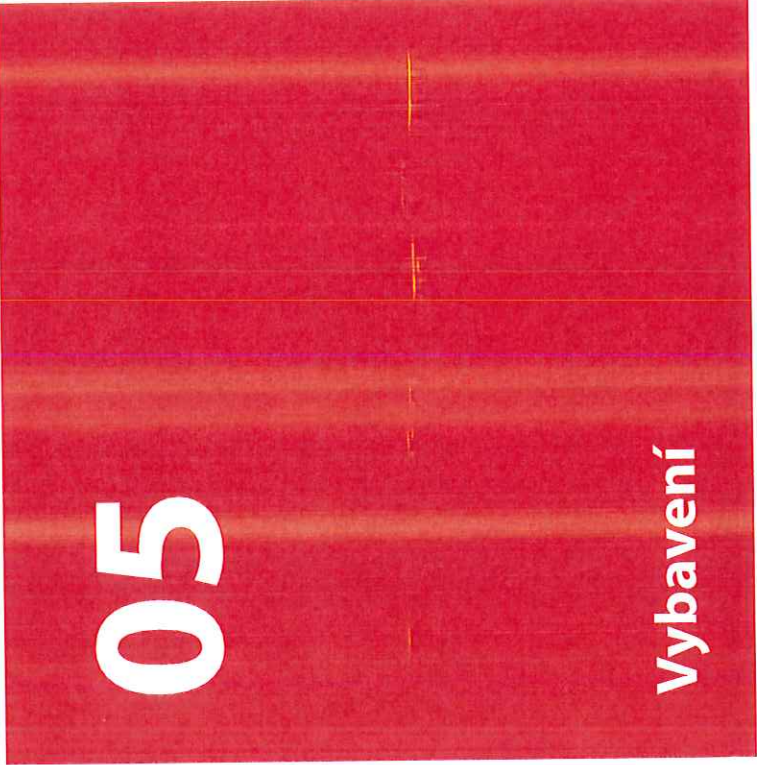
✓ Vkusné slunečnick vhodné do památkové rezervace jsou dnes běžné k dostání i u velkých distributorů.



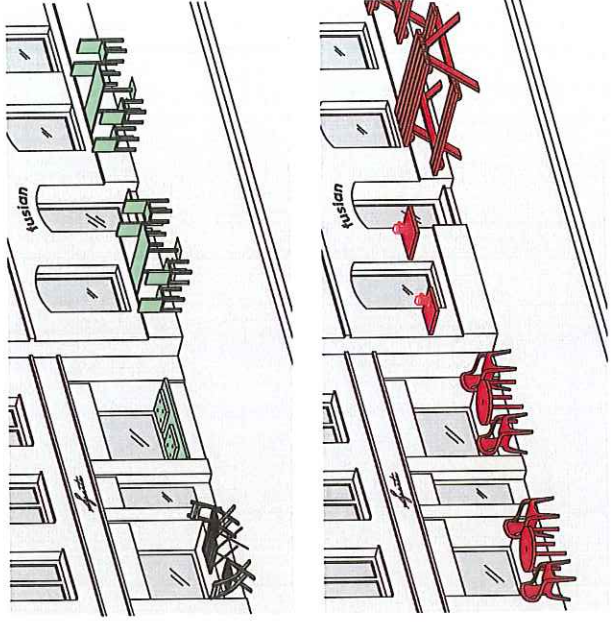
✗ Slunečnick by neměly výrazně přesahovat plochu záhonu.

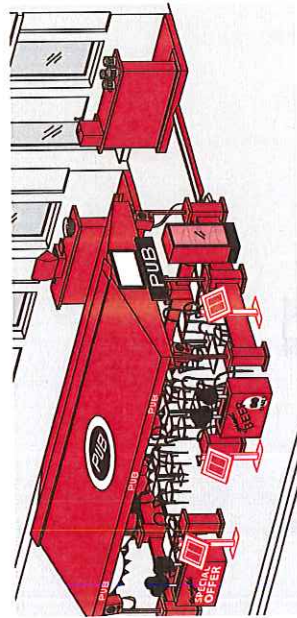


✗ Robustní mobilní markýzy v tomto případě znehodnocují architektonické působení domů, a to zejména zakrytím oblohou, podlouhí.



- I Nábýtek restaurční zahrádky musí být proveden z přírodních materiálů, nejlépe dřeva či kovu. V případě produktů s výjimečnou designovou a řemeslnou kvalitou není vyloučeno ani použití soudobých materiálů. Do městského prostředí je vhodný zejména subtilní, lehký, jednoduše přenosný kavárenský nábytek, nikoli prostorné výraznější nábytek či mohutné lavice a stoly, které limitují rustikální styl. Nábytek by měl být profilový, nikoli plošný.
- II Nepřípustné je typový plošový nábytek a také typové plněné sady a plněné stoly (slova deska konstrukčně spojená se sedací částí). Lavice umístěné v prostoru nesmí přesáhnout délku 120 cm.
- III Vhodné je umístění soliterních lavic a lavic z přírodních materiálů při fasádě objektu v maximální šířce výkladce, pokud tak nevznikne nebezpečná situace pro nevidomé a slabozraké. Nevhodné jsou naopak prvky kotvené do fasády (stolečkové desky, barové pulty, plněné police a lavice). Měnou poskódit památkové hodnoty fasády a ohrožit nevidomé a slabozraké.



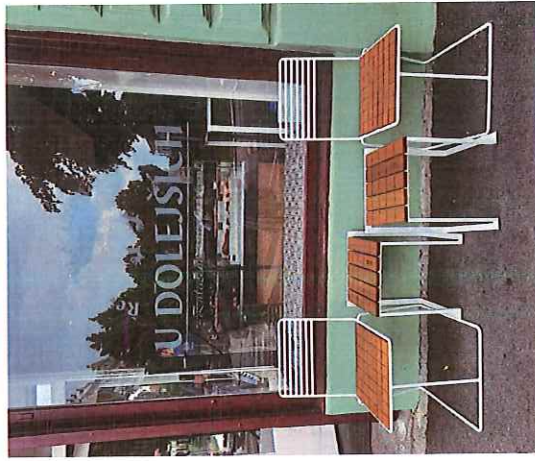
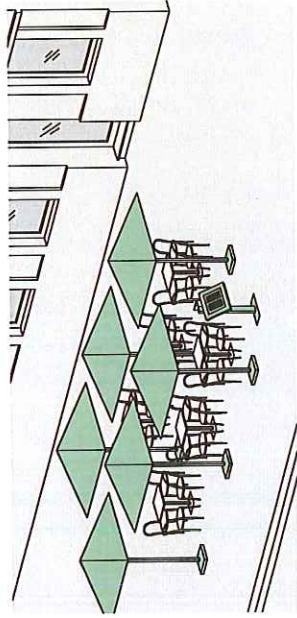


**V** Na zahradě nemí být umístěno žádné další vybavení (výčetní a chladicí pulty, grily, pokřidly, reproduktory, televize, obrazovky, košerky a podobně), pokud není v nájemní smlouvě výslovně uvedeno jinak. Mížitka či větráky lze umístit po předchozím schválení odboru památkové péče MHMP.

**VI** Osvětlení je možné instalovat jen v podkolech, kdy to dovolí povolené vedení elektrifiky. Není možné vest elektrické kabely v zeleňech ani po zemi. Kde by kvůli tomu bylo nutné umístit gumové bezpečnostní prahy. Optimální je řešení skrz svítidla s vlastním akumulátorem.

**VII** Květináky s rostlinami smí být umístěny pouze uvnitř plochy, vymezené v nájemní smlouvě, nikoli mimo ni. Podobu květináku musí schválit odbor památkové péče MHMP.

**VIII** Na restauračních zahradkách je zakázáno umísťovat občerstvy z jakékoliv motoráři, filie z pekáčem, plachty, tabule, výše, pultry a jiné konstrukce a zařízení, které lze šířit reklamou. V prostoru zahradky lze umístit maximálně 2 stojany na menu. Stojany musí být provedeny subtitlně a nesmí přesáhnout výšku 120 cm.



✓ Designové kvalitní mobilář vizuálně pozdvihne celou provozovnu.



✗ Za příliš mnoho prvků vybavení – výdejní pult, obrazovka na kolečkách, květináky, vysoké ohrazení a stojky s reklamou – se celá restaurační zahrádka ztrácí.



✗ Ohrazení restaurační zahradky rozhodně není místem pro reklamu.



✗ Kliklavé barevného mobiláře je lepší se vyvarovat.



✗ Do památkově chráněných území se nehodí masivní plinostavý nábytek, tenbo se navíc barvenosti hodi spíše na pláň než na náměstí.



✗ Větráky, tepelné sláky, osvětlení, rozvodny energií – to vše dělá z restaurační zahradky spíš domek ve veřejném prostoru. Tudy ne!



✓ V případě kvalitního designového provedení lze použít i mobilář v odlišných barvách.

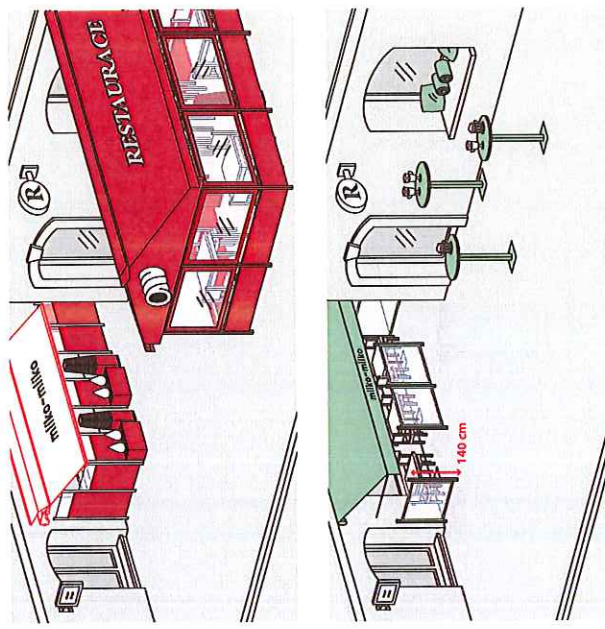


✓ Násadit sezení okolo rabátka stromu je výborným řešením: ušetří prostor a zároveň chrání strom. Skvělou vychytávkou jsou i háčky na tašky.

✓ Sezení lze integrovat přímo do výhledu. Důležité oděm je, aby příliš nerychlalo a neobtěžoval tak sborovské chodce.

# 06

## Zimní provoz

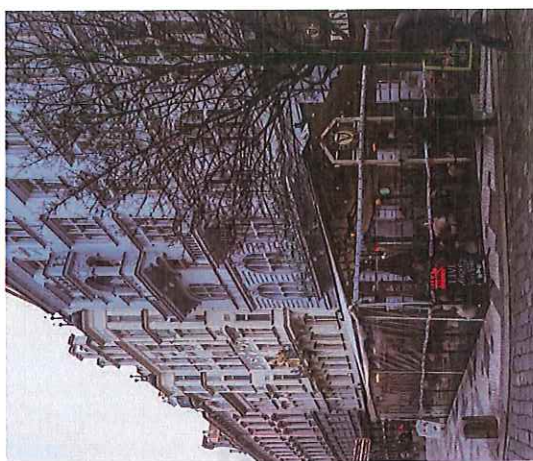


**I** **Restaurační zahrádky provozované v zimě nesmí mít podobu samostatné vytápěné místnosti ve veřejném prostoru.** Zahradka nemá v zimě provozní rozšiřovat kapacitu veřejného prostoru provozováním a uměřovaně přiměřeně střešením včetně konzumace hlavněho jídla, nýbrž poskytovat možnost krásného občerstvení a venkovního posezení v kontaktu s životem na ulici či náměstí. Může být též rol upoutávkou na vnitřní prostor restaurace.

**II** **Restaurační zahrádku lze v zimě řešit dvěma způsoby:**

**II.1** **Zahradku lze do výšky 140 cm ohradit zástěnou z permeabilního transparentního materiálu a v kombinaci s tenkými kovovými či dřevěnými prvky.** S touto výjimkou zůstávají v platnosti stejná pravidla jako pro běžný provoz po zbytek roku. Tepelná slábičí zařízení lze umístit pouze po předchozím schválení odborem památkové péče MHMP a je-li povoleno pro umístění slábičích zařízení explicitně povoleno v nájmemní smlouvě.

**II.2** **Zahradku lze polímat jako soustavu stolků le stávků či krátkému sezónní, a to bez dalšího ohradění.** V takovém případě lze připevnit umístění výšepních zařízení na střešené vlně a další zimní sortiment a jejich přímý prodej ze zahrádky (podle individuálního posouzení při projednávání zařízení do tržního řádu).



**X** **Restaurační zahrádku by ani během zimního provozu rozhodně neměl tvořit igelitový stan, postavený doprostřed veřejného prostoru.**



**✓** **Ke zvýšení tepelného komfortu nemusí přispívat jen tepelné slábiče (zde vítrsné provedení), ale i díky a další doplňky.**



**✓** **Na trhu jsou k dostání i tepelné slábiče, integrované do slunečníků.**



**X** **Ohrazení sahá příliš vysoko, markýza je ohrada tepelnými slábiči, v čele „ozdobena“ pláštovým třeňákem – toto řešení se rozhodně neodporučuje.**



**X** **Restaurační zahrádku zcela znevažuje výhled na lomené sřetovské obkoly.**

# Jak si vyřídít potřebná povolení?

## 01

### Pro umístění restaurační zahrádky v památkově chráněném území potřebujete získat tyto tři dokumenty:

- 01 Nájmemní smlouva**  
Nájmemní smlouva k užívání části veřejného prostoru musí uzavřít s majitelem či správcem daného pozemku. V nájmemní smlouvě mohou být stanoveny další specifické podmínky (kupř. nutnost získat zahradku mimo otevírací dobu či podmínky zimního provozu).
- 02 Povolení vložení užívání komunikace (záběr\*)**  
Tento dokument potřebujete na základě zákona č. 131/1997 Sb., o pozemních komunikacích. Povolení dostanete poté, co úředníci ověří, že restaurační zahrádka ponechá na ulici dostatek prostoru pro běžné užívání chodců, cyklisty a řidičů, a kontrolují, že zahrádka nepůsobí nějaký jiný provozní problém.
- 03 Závazné stanovisko odboru památkové péče Magistrátu hl. m. Prahy**  
Abyste získali povolení vložení užívání komunikace, musíte na základě zákona č. 201/1987 Sb., o státní památkové péči, ve změně pozdějších předpisů, doložit souhlasné závazné stanovisko odboru památkové péče MHMP. Památkářští posoudí, zda je restaurační zahrádka navržena etnické vzhledem k památkově chráněnému území.

### NAJEMNÍ SMLOUVA

- Nájmemní smlouva uzavíráte vždy s vlastním daného pozemku, případně jeho správcem. Ve většině případů to bude technická správa komunikací, a.s. (dále TSK). Na stránkách [www.tskpaha.cz](http://www.tskpaha.cz) najdete vyplnění žádosti o smlouvu. Formulář je možné vyplnit a podat elektronicky anebo přilít osobně během úředních hodin na mečířsi vypsět, jak přesně probíhá povolovací proces na vaší městské části. K žádosti potřebujete tyto podklady:
  - okótovaný pláněk s přesným zakreslením záboru (s uvedením rozměrů včetně vymezení průchodnosti)
  - výpis z obchodního rejstříku nebo živnostenský list; pokud nejste jednatel firmy, tak úředně ověřenou plnou moc k jednání jménem žadatele
  - pokud se vaše restaurační zahrádka má nacházet na území IČ Praha 1, 2, 3, 8 a 5 (pouze paší zóna Andeří), musíte doložit i předběžný souhlas dané městské části (viz bod 02)
- Pokud se má restaurační zahrádka nacházet mimo Pražskou památkovou rezervaci, výše TSK zaměřte na úřední desku a po uplynutí lhůty 15 dnů může připravit smlouvu, kterou zpracoval osobně podepíše. Ode pak pokračujete vyřizováním záboru na příslušném síličním správním úřadu, který následně vydá rozhodnutí o vložení užívání komunikace.
- Pokud se však zahrádka nachází v Pražské památkové rezervaci, musí být zaměř nejprve vyvěšen na úřední desku MHMP a následně projednán v Radě hl. m. Prahy. Teprve po schválení v Radě hl. m. Prahy může dojít k dokončení smlouvy a jejímu podpisu. Vzhledem ke složitějšímu procesu se však tato záležitost může prodloužit.

## 02

### ZVLÁŠTNÍ UŽIVÁNÍ POZEMNÍ KOMUNIKACE („ZÁBĚR“) A PŘEDBĚŽNÝ SOUHLAS IČ

- Záběr\* vždy vydává příslušný síliční správní úřad, tedy obvykle odbor či oddělení obvykle ochrany na webových stránkách městské části. Lhůta pro vyřízení žádosti je 30 dnů a v žádosti doložíte tyto dokumenty:
  - výpis z obchodního rejstříku nebo živnostenský list; pokud nejste jednatel firmy, tak úředně ověřenou plnou moc k jednání jménem žadatele
  - okótovaný pláněk s přesným zakreslením záboru (s uvedením rozměrů včetně vymezení průchodnosti)
  - souhlasné stanovisko vlastníka komunikace (i. nájmemní smlouvou s TSK nebo MHMP)
  - souhlasné závazné stanovisko odboru památkové péče Magistrátu hl. m. Prahy (viz bod 03)
  - nové zřízení provozovny pak kopii kolaudačního rozhodnutí a kopii nájmemní smlouvy
  - pokud se restaurační zahrádka nachází ve vozovce, může být vyřazováno také vyřídění Policie ČR
- Pro povolení vložení užívání komunikace potřebujete mít souhlas vlastníka. Podání může být prostřednictvím paší, datové schválení Magistrátu hl. města Prahy nebo osobně v podatelně MHMP. Podání lze učinit i v elektronické podobě podepsané uznaným elektronickým podpisem (k takovému podání musí být, kdo jej činí, uvést poskytovatele certifikačních služeb, který jeho certifikát vydal a vede jeho evidenci, nebo musí certifikát připojit k podání) a také písemně nebo ústně do protokolu. Na základě všech těchto podkladů OPP MHMP vydá závazné stanovisko. Lhůty k vyřízení činí 30 dnů, ve zvlášť složitých případech 60 dnů.

## 03

### ZÁVAZNÉ STANOVISKO ODBORU PAMÁTKOVÉ PÉČE MHMP

- K žádosti o povolení vložení užívání komunikace musíte doložit souhlasné závazné stanovisko OPP MHMP. Vzor žádosti o jeho vydání naleznete na [www.pamatkovepece.cz](http://www.pamatkovepece.cz). Žádost nemusí být podána na připraveném formuláři, musí však obsahovat:
  - presné určení místa, kde se má zahrádka nacházet, tedy adresu provozovny, parcelní číslo a katastrální území
  - plnou moc od vlastníka, správce či uživatele pozemku, výpis z obchodního rejstříku nebo živnostenský list k prokázání oprávnění jednat za žadatele, případně prostou plnou moc, pokud nezářá přímo provozovatel
  - okótovaný pláněk s přesným zakreslením záboru (s uvedením rozměrů včetně vymezení průchodnosti)
  - doložit o projektu, a to zejména:
    - popis a výřezové dokumentace jednotlivých prvků s uvedením rozměrů, materiálů, barevného zřímání, konkrétního umístění prvku a případně trasy privodního kabelu elektroinstalace
    - integrativní dokumentace stávajícího stavu
    - vizualizace
- Žádost se všemi výše uvedenými náležitostmi musí být adresována OPP MHMP. Podání může být prostřednictvím paší, datové schválení Magistrátu hl. města Prahy nebo osobně v podatelně MHMP. Podání lze učinit i v elektronické podobě podepsané uznaným elektronickým podpisem (k takovému podání musí být, kdo jej činí, uvést poskytovatele certifikačních služeb, který jeho certifikát vydal a vede jeho evidenci, nebo musí certifikát připojit k podání) a také písemně nebo ústně do protokolu. Na základě všech těchto podkladů OPP MHMP vydá závazné stanovisko. Lhůty k vyřízení činí 30 dnů, ve zvlášť složitých případech 60 dnů.

**Adresa** Maršálské nám. 2, 110 01 Praha 1  
**Pracoviště** Jungmannova 29/35, 111 21 Praha 1  
**ID datové schránky** 48197H

# Předpisy

Provedení restauračních zahradek a dalších objektů ve veřejném prostoru musí respektovat:

- A pravidla odboru památkové péče MHMP (Restaurační zahradky v památkové chráněném území hlavního města Prahy, aktualizace 2018)
- B Manuál tvorby veřejných prostranství na území hl. m. Prahy
- C nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šifrová na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění pozdějších předpisů
- D vyhláška č. 398/2009 Sb. o obecných technických požadavcích zabezpečujících bezbariérové užívání staveb
- E dokument „Kčdlovská cesta a Hradební torzo – Konceptce umístění předzahradek“, schválený usnesením Rady hl. m. Prahy č. 963 ze dne 3. 5. 2021, případně jeho další aktualizace

Pro restaurační zahradky, umístěné v celoměstsky významných a památkově mimořádně hodnotných prostorech (Václavské náměstí, Staroměstské a Malé náměstí) je nutné hledat individuální řešení s možnými specifickými pravidly. Před schválením návrhů smlouvy je nutné projednat jejich provedení v pracovní skupině zřízené hl. m. Prahou.

42

