

**PRAVIDLA OZNAČOVÁNÍ PROVOZOVEN V PAMÁTKOVĚ CHRÁNĚNÝCH ÚZEMÍCH HL. M. PRAHY A  
NA KULTURNÍCH PAMÁTKÁCH NA ÚZEMÍ HL. M. PRAHY**

---

**Povinné označení provozovny**

- Označení provozovny ve smyslu § 17 odst. 7 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, musí obsahovat obchodní firmu nebo název nebo jméno a příjmení podnikatele a jeho identifikační číslo. Mobilní provozovna a automat musí být dále označeny údajem o sídle nebo adrese, na které je umístěn odštěpný závod zahraniční osoby.

Provozovna určená pro prodej zboží nebo poskytování služeb spotřebitelům musí být trvale a zvenčí viditelně označena také

- a) jménem a příjmením osoby odpovědné za činnost provozovny,
- b) prodejní nebo provozní dobou určenou pro styk se spotřebiteli,
- c) kategorií a třídou u ubytovacího zařízení poskytujícího přechodné ubytování.

Živnostenský zákon shodně ukládá podnikateli označit obchodní firmou, popřípadě názvem nebo jménem a příjmením a identifikačním číslem osoby, bylo-li přiděleno, objekt, v němž má sídlo.

**Obecné zásady**

- Na jednu provozovnu smí být použit nejvýše jeden kus od každého prvku. Pouze v odůvodněných případech lze uvažovat o užití dvou kusů (např. u provozovny s výkladci či vstupy na obou nárožích). Toto pravidlo se nevztahuje na vitríny a nabídkové tabule, které lze umístit v počtu dvou kusů.
- Prvky by měly být zhotoveny z tradičních materiálů (zejm. kov, dřevo, sklo). V případě návrhů s výjimečnou designovou a řemeslnou kvalitou lze využít i soudobé materiály.
- Zařízení nesmí být nasvětlena přidavným zařízením osazeným na fasádě nebo na výstrči (reflektory, lampy, LED pásy a podobně). U případného světelného zdroje je třeba, aby byl integrován uvnitř prvku a osvětlení bylo tlumené.
- Na prvku nesmí být použito reflexních, fluorescenčních a jinak křiklavých barevných tónů.
- Nesmí jít o obecné sériově vyráběné nápisy („OPEN“ apod.), nápis nesmí blikat, rotovat či obsahovat pohyblivé informace. Výjimku tvoří typizované prvky jako první pomoc, lékárna nebo pošta.
- Umístění obrazovek na fasádu je nepřipustné, do vitrín a menuboxů nemají být umístěny obrazovky s pohyblivými upoutávkami.
- Elektroinstalace nesmí být vedeny volně po fasádě.

## VÝSTRČE A VÝVĚSNÍ ŠTÍTY

### Počet

- Přípustný je nejvýše jeden prvek na provozovnu, v případě provozoven v nárožních objektech pak jeden prvek na každé straně fasády.

### Umístění

- Vyložení je možné do 800 mm od líce fasády včetně nosné konstrukce. Preferovanou variantou je zachovat odsazení nejméně 100 mm od líce fasády.
- Rozměr smí činit nejvýše 800 x 800 mm, hloubka nejvýše 100 mm.
- Horní hrana výstrče nesmí překrývat římsu zakončující parter a vstupovat do úrovně druhého podlaží.
- Je nutné zachovat minimální podchodnou výšku 2200 mm.
- Výstrč musí respektovat architektonický rozvrh fasády, tj. musí být umístěna souměrně vůči plastickým prvkům fasády. Nesmí je též jakkoli zakrývat či narušovat.
- Nejvhodnější je umístění při vstupu do provozovny, nevhodné je naopak v blízkosti nároží.
- V případě více provozoven (více vstupů) v rámci jednoho domu je nezbytné, aby všechny výstrče měly jednotný rozměr, princip umístění a jednotné materiálové a technické provedení.
- Výstrče různých provozoven nesmí být umístěny nad sebe.

### Provedení

- V případě světelného provedení prvku může svítit pouze nápis, nikoliv celá plocha. Použít lze bílé nebo žluté světlo, případně jednobarevné neony.

### Obsah

- Na výstrč nepatří podrobnosti, jako jsou telefonní číslo, webová adresa, e-mail apod.
- Na výstrč nepatří vyobrazení prodáváného sortimentu.
- Na výstrč není vhodné aplikovat celoplošné fotografie, barevné grafické motivy a další ilustrace.

## FIREMNÍ NÁPISY

### Počet

- Přípustný je pouze jeden prvek na provozovnu.

### Umístění

- Firemní štíty a nápisy je ideální umísťovat do vyhrazeného nápisového pásu pod kordonovou římsou přízemí, u provozoven s výkladci v nápisovém poli výkladce.
- Firemní označení nad parterem je možné instalovat ve vyšších podlažích objektu pouze za předpokladu, že dotčená provozovna využívá celý objekt (např. hotely, obchodní domy).
- Firemní štít nesmí být umístěn bez ohledu na plastické členění fasády: nápis nebo cedule nesmí zakrývat architektonické prvky ani štukovou výzdobu parteru fasády. Nápis musí být instalován v přiměřené velikosti.

### **Provedení**

- Tradičním způsobem ztvárnění firemního označení v nápisovém poli výkladce je podmalba na skle nebo leptání či pískování nápisu. Lze akceptovat i řezanou fóliovou grafiku z vnitřní strany prosklení.
- V případě, že firemní označení bude tvořeno formou polepu, neměl by tento polep tvořit více než 20 % skleněné plochy.
- Nejvhodnějším způsobem označení provozovny bez výkladce 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.
- 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.)
- Font písma není vhodné deformovat, a to ani do tvaru cedule nebo podkladu. Nevhodné je i použití více než dvou typů písma.

### **Obsah**

- Na firemní štít nepatří podrobnosti, jako jsou telefonní číslo, webová adresa, e-mail apod.
- Na firemní štít nepatří vyobrazení prodávaného sortimentu.
- Na firemní štít není vhodné aplikovat celoplošné fotografie, barevné grafické motivy a další ilustrace.

## **VITRÍNY A NABÍDKOVÉ TABULE**

### **Počet**

- Přípustné jsou nejvýše dva kusy na provozovnu. Nesmí ovšem jít o kombinaci nabídkových tabulí a vitrín, je třeba využít pouze jeden typ prvku.

### **Umístění**

- Žádná zařízení nesmí zakrývat architektonické prvky ani výzdobu parteru.
- Nejvhodnější je umístění vedle vstupu do provozovny.

### **Provedení**

- Přípustná je pouze subtilní konstrukce s maximální velikostí plochy 600 x 900 mm, v případě vitrín s hloubkou do 100 mm.
- Případné osvětlení lze řešit pouze jako vnitřní.
- Design vitríny by měl technologicky a materiálově korespondovat s existujícím rámováním oken, dveří a výloh domu a respektovat architektonické řešení parteru.
- Vhodným materiálem je dřevo či kov, nevhodným naopak plast.

### **Obsah**

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

## VÝKLADCE A POLEPY

### Umístění

- Reklamní polepy oken jsou nepřípustné, 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.
- Plocha polepu smí zaujímat nejvýše 20% plochy prosklení v horní nebo dolní části výkladce či dveří.

### Provedení

- Případný polep má být proveden formou řezané grafiky (tj. jednotlivých znaků), ideálně tak, aby evokovala pískování skla. Jiná barevnost by měla být decentní, tlumená a odpovídat charakteru objektu. Je možné jej umístit pouze z vnitřní strany skla.
- Pokud jsou ve výkladci umístěny prezentační panely, musí být dostatečně odsazené od skleněné plochy výkladce (ideálně do poloviny hloubky ostění, nejméně však 150 mm od skla). Velikost panelu může dosahovat maximálně 2/3 plochy stavebního otvoru.
- Je-li z provozních důvodů nutné výlohu zaclonit, není vhodné tak učinit formou celopolepu. Nejlepším řešením je zaclonění z vnitřní strany, a to buď dekoracemi výlohy, anebo jednobarevnou textilní žaluzií či závěsem, umístěným alespoň 150 mm od skla.

### Obsah

- Na polepy výkladce nepatří vyobrazení prodávaného sortimentu, celoplošné fotografie, barevné grafické motivy a další ilustrace.

## DVEŘNICE A OKENICE

### Počet

- Pokud jsou menuboxy, vitríny a nabídkové tabule umístěny na fasádě, není možné je umístit na dveřnice.

### Umístění

- Přídavným zařízením (cedule, vitrína, polička...) nesmí být zakryta více než 1/3 plochy dveřnice.
- K prezentaci sdělení může být využita celá plocha dveřnice, ovšem pouze tehdy, jde-li o písmomalířský nápis či řezanou grafiku aplikovanou přímo na dveřnici. Barevné provedení musí ladit s podkladovou barvou dveřnice.

### Provedení

- Podkladová barva přídavného zařízení musí respektovat barvu okenice či dveřnice.
- Font písma není vhodné deformovat, a to ani do tvaru cedule nebo podkladu. Nevhodné je i použití více než dvou typů písma.
- Přídavné zařízení nesmí mít podobu světelného boxu.
- Nevhodné jsou jakékoli plastové či typizované prvky (klip rámečky apod.).

## Obsah

- Na dveřnice a okenice nepatří vyobrazení prodávaného sortimentu, celoplošné fotografie, barevné grafické motivy a další ilustrace.

## Markýzy

### Provedení

- Markýza by měla být integrální součástí výkladců, zejména předsazených (v roletové schránce v čele výkladce), případně by měla být provedena jako roleta bez krycího boxu, umístěná jednotlivě na šířku výkladců.
- Nepřípustné jsou masivní velkoformátové markýzy s elektromotorem poháněnými výklopnými rameny, dále sestavy markýz a markýzy umístěné v krycích boxech na fasádě.
- Markýzy musí mít jednobarevné provedení, barva by se měla blížit odstínu přírodní tkaniny (béžové, světle hnědé, šedé).

### Obsah

- Nápis a reklamní logo lze umístit pouze na volán. V případě markýz bez volánu musí být nápisy či loga při dolním okraji potahu a nesmí přesáhnout cca 1/3 velikosti hrany markýzy. Reklamní loga mají být provedeny v uměřené barvě, nejlépe o odstín tmavší či světlejší než barva tkaniny.

## OZNAČENÍ OBCHODNÍCH DOMŮ (cedulky u vstupu)

### Počet

- Na objektu je možné umístit pouze dvě zařízení, sloužící k umístění cedulek, označujících jednotlivé provozovny ve vyšších patrech objektu.

### Umístění

- V případě, že obchodní dům zabírá více pater objektu, je možné do vyšších pater osadit pouze název obchodního domu. Označení jednotlivých provozoven je možné pouze v obchodním parteru (přízemí objektu).
- Cedule musí respektovat architektonický rozvrh plochy fasády.

### Provedení

- Pro označení všech provozoven v obchodním domě je nutné použít jednotný materiál a design cedulí pro jednotlivé provozovatele.
- Pro provedení jsou vhodné zejména kovy neutrálních barev, zcela nevhodný je plast.

## BANNERY

### Počet

- Bannery nad parterem je možné instalovat 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 fasád.

### Umístění

- Bannery nesmí přesáhnout výšku jednoho podlaží. Výjimku tvoří části území, tvořené převážně blokovou zástavbou (nejčastěji se jedná o architekturu 19. a 20. století), kde lze uvažovat i o jiném řešení.
- Bannery nesmí zakrývat 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 800 mm od líce fasády včetně nosné konstrukce.

## STÁNKY, TRAFIKY, KIOSKY

- Není žádoucí umísťovat na kiosek cedule a další prvky (vlaječky, stojany na letáky atp.), které nejsou součástí jeho architektonického řešení.
- V případě, že kiosek disponuje zabudovanou cedulí, je žádoucí, aby již nebyla nově polepena fotografiemi a plnobarevnou grafikou. Jedinou přijatelnou formou polepu je jednobarevné řešení z řezané grafiky.
- V případě, že cedule není součástí architektonického řešení kiosku, je žádoucí instalace nápisů z jednotlivých písmen, která nepřesahují výšku 400 mm od horní okrajové linie kiosku. Šířka nápisu by neměla přesáhnout 600mm.
- Není přípustné instalovat na kiosek celopolep ani polep částečný. Maximální plocha, kterou je vhodné využít k vlastní propagaci kiosku formou polepu na jedné z jeho skleněných ploch, je 20 %.
- Osvětlení musí být tlumené, bez rušivých světelných efektů (rychlé blikání apod.).
- Na kiosky nelze umísťovat reklamní zařízení vyjma reklamních zařízení dle stavebních předpisů.

## BANKOMATY

### Počet

- V jednom objektu lze umístit pouze jeden bankomat, s výjimkou objektů, kde sídlí banka či její pobočka.
- Bankomaty jsou akceptovatelné, pouze pokud objekt není nemovitá kulturní památka, nemá dochované historické výkladce a v bezprostřední blízkosti dotčeného objektu není už v provozu jiný bankomat.

### Umístění

- Bankomat nesmí být předsunutý před fasádu, obecně je preferováno umístění uvnitř objektu.
- Zařízení nesmí narušovat či deformovat jakékoli architektonické či umělecko-řemeslné prvky objektu.

## **Provedení**

- Bankomat nemá být osvětlen za pomoci LED pásků či přidavného bodového osvětlení.
- Není vhodné polepovat bankomat barevnými fóliemi či nátěry.

### Zdroje – související právní předpisy:

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 ČNR č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči ve znění pozdějších předpisů

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

Nařízení vlády ČSR 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 změně 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 veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění pozdějších předpisů

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

Manuál tvorby veřejných prostranství hl. m. Prahy, 2014

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

Řešení městského interiéru památkově chráněných území hl. m. Prahy, příručka odboru památkové péče MHMP (aktualizace a doplnění 2016)

Design Manuál pro označování provozoven Pražská tržnice, 2019