



MHMPXP9TM4MU

## Materiál k projednání

# TISK:R-34861

*k přípravě podkladů aktualizace a rozšíření nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy*

### **Obsah materiálu:**

1. Návrh usnesení
2. Důvodová zpráva
3. Připomínkový list

### **Projednáno s:**

ředitelem Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy  
Ing. arch. Tomášem Veselým, zástupcem ředitele MHMP pro Sekci rozhodování o území  
ředitelkou ZIO MHMP  
MHMP - STR MHMP  
MHMP - LEG MHMP

Podpis:


### **Na vědomí:**

Petrovi Zemanovi, předsedovi Výboru pro územní rozvoj, územní plán a památkovou péči ZHMP  
Komise Rady hl. m. Prahy pro design a veřejný prostor

### **Za věcnou a právní správnost:**

MHMP - SE/SE1 MHMP

K připomínkám:

Před projednáním:

--	--

### **Zpracoval:**

Václav Vorlíček

### **Souhlas s předáním k připomínkování:**

Podpis:

--

I. náměstek primátora doc. Ing. arch. Petr Hlaváček

Podpis:

--

### **Předkládá:**

I. náměstek primátora doc. Ing. arch. Petr Hlaváček

### **Zpracováno dne:**

21.11.2019

**Hlavní město Praha**  
**RADA HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY**

**U S N E S E N Í**

Rady hlavního města Prahy

číslo 2640  
ze dne 2.12.2019

k přípravě podkladů aktualizace a rozšíření nařízení č. 26/2005 Sb. hl.m. Prahy

**Rada hlavního města Prahy**

**I. u k l á d á**

1. řediteli Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy

1. zpracovat podklady pro aktualizaci a rozšíření nařízení č. 26/2005 Sb. hl.m. Prahy

Termín: 29.2.2020

2. koordinovat postup dle bodu I.1.1 tohoto usnesení se ZIO MHMP

Termín: průběžně

2. MHMP - ZIO MHMP

1. poskytnout součinnost při vytváření podkladů pro rozšíření nařízení č. 26/2005 dle bodu I.1.1. tohoto usnesení

Termín: průběžně

MUDr. Zdeněk Hřib v. r.  
primátor hl.m. Prahy

doc. Ing. arch. Petr Hlaváček v. r.  
I. náměstek primátora hl.m. Prahy

Předkladatel: I. náměstek primátora doc. Ing. arch. Petr Hlaváček

Tisk: R-34861

Provede: ředitel Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy, MHMP - ZIO MHMP

Na vědomí: odborům MHMP

## Důvodová zpráva R-34861

*k přípravě podkladů aktualizace a rozšíření nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy*

Od června do září 2019 se scházela pracovní skupina k regulaci vizuálního smogu, jež na koncepční předradě RHMP dne 9. 9. 2019 představila návrh strategie regulace vizuálního smogu. Pracovní skupina mj. analyzovala, jaké typy reklamních nosičů se podílejí na vizuálním smogu v hlavním městě. Jako jeden z hlavních zdrojů vizuálního znečištění veřejného prostoru byly identifikovány zejména plachty, bannery, cedule, plakáty a výlepy na soukromých objektech, typicky plotech, opěrných zdech a fasádách budov.

Společně s technologickým pokrokem a snadnou dostupností výrobních postupů v posledních několika letech nejrůznějších reklamních plachet zásadním způsobem přibylo. Často významně mění vzhled budovy a působení veřejných prostranství. V tuto chvíli však přesto na většině území hl. m. Prahy nepodléhají žádné právní úpravě. Pražské stavební předpisy sice obsahují kapitolu *Stavby a zařízení pro reklamu a informace (§ 77 – 82)*, nicméně reklamní bannery obvykle nespádají do působnosti stavebních úřadů (alespoň pokud nejsou kotvené stavební či montážní technikou). Dále mají obce díky ustanovení zákona o regulaci reklamy možnost regulovat reklamu šířenou na veřejně přístupných místech. Hlavní město tak činí skrze Nařízení 26/2005 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu. Toto nařízení je ovšem v tuto chvíli platné pouze pro území Pražské památkové rezervace a nejbližšího okolí.

Rozšíření zmíněného nařízení Rady hl. m. Prahy je tedy jedinou cestou, jak legislativně ošetřit tuto oblast venkovní reklamy. Návrh rozšíření by měl být zpracován variantně a doplněn o rozvahu, kolik pracovních míst na odboru živnostenském a občanskoprávním MHMP (ZIO MHMP), který nad dodržováním nařízení vykonává dohled, by si rozšíření nařízení v jednotlivých variantách vyžádalo. Součástí by mělo být též doporučení, jak efektivně provádět kontrolu nad dodržováním nařízení, kupř. v součinnosti mezi ZIO MHMP a Technickou správou komunikací.

Přípravou podkladů je pověřen Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy jako hlavní koncepční pracoviště v oblasti architektury, urbanismu, rozvoje, tvorby a správy města. V minulosti IPR vypracoval jak regulaci reklamy v rámci Pražských stavebních předpisů, tak kupř. Pravidla umístování reklamních ploch na sloupech a stožárech na veřejných prostranstvích hl. m. Prahy. Na přípravě podkladů bude IPR Praha úzce spolupracovat se ZIO MHMP.

Podklady pro aktualizaci a rozšíření nařízení 26/2005 Sb. hl. m. Prahy se rozumí:

- Návrh rozšířeného znění nařízení
  - Cílem je zejména rozšířit nařízení o regulaci reklamy na další části města
  - Pro jednotlivé typy území mají být navrženy odlišné regulativy, zohledňující charakter městské zástavby
  - Území může být rozlišeno např. dle míry památkové ochrany (památkové rezervace – památkové zóny – zbylé části území)
  - Návrh znění může být zpracován variantně
- Výkres prostorového vymezení
- Rozvaha personálních nároků na kontrolu dodržování rozšířeného nařízení (ve spolupráci se ZIO MHMP)
- Rozvaha pro vznik efektivního systému kontroly dodržování nařízení

Připomínkový list k tisku č. R-34861

26. 11. 2019 14:47

Připomínkové místo: ředitel Institutu plánování a rozvoje hl. m. Prahy

podepsáno - potvrzeno

<b>Zadavatel</b>	<b>Text připomínky</b>	<b>Zpracovatel</b>	<b>Stanovisko zpracovatele</b>
<b>Typ Připomínky</b>		<b>Vypořádáno</b>	
<b>Datum</b>			
<b>Marcela Handrychová</b> bez připomínek 26. 11. 2019 14:46:57	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	neurčeno	

Připomínkový list k tisku č. R-34861

13. 11. 2019 15:45

podepsáno - potvrzeno

Připomínkové místo: MHMP - LEG MHMP

Zadavatel Typ Připomínky Datum	Text připomínky	Zpracovatel Vypořádáno	Stanovisko zpracovatele
Daniela Rystonová bez připomínek 13. 11. 2019 15:45:28	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	neurčeno	
Jindřich Lorenc Poznámka 15. 11. 2019 09:29:19	Na košilce materiálu doporučujeme v souladu s vžitou praxí v názvu tisku vložit před označení "26/2005" zkratku "č."	Vorlíček Václav ,MHMP - SE/SE1 MHMP neurčeno	Akceptováno, zpracováno
Jindřich Lorenc Poznámka 15. 11. 2019 09:30:29	V návrhu usnesení rady hlavního města Prahy doporučujeme v souladu s vžitou praxí v názvu tisku vložit před označení "26/2005" zkratku "č."	Vorlíček Václav ,MHMP - SE/SE1 MHMP neurčeno	Akceptováno, zpracováno
Jindřich Lorenc Poznámka 15. 11. 2019 09:31:23	V návrhu usnesení rady hlavního města Prahy doporučujeme v souladu s vžitou praxí v bodu I.1.1 vložit před označení "26/2005" zkratku "č."	Vorlíček Václav ,MHMP - SE/SE1 MHMP neurčeno	Akceptováno, zpracováno
Jindřich Lorenc Poznámka 15. 11. 2019 09:33:19	V návrhu usnesení rady hlavního města Prahy doporučujeme v souladu s vžitou praxí v bodu I.2.1 vložit před označení "26/2005" zkratku "č." a za toto označení zkratku "Sb. hl. m. Prahy".	Vorlíček Václav ,MHMP - SE/SE1 MHMP neurčeno	Akceptováno, zpracováno
Jindřich Lorenc Poznámka 15. 11. 2019 09:36:15	V důvodové zprávě doporučujeme v souladu s vžitou praxí ve všech třech případech vložit před označení "26/2005" zkratku "č."	Vorlíček Václav ,MHMP - SE/SE1 MHMP neurčeno	Akceptováno, zpracováno

**Připomínkový list k tisku č. R-34861**

Připomínkové místo: **MHMP - LEG MHMP**

13. 11. 2019 15:45  
**podepsáno - potvrzeno**

Připomínkový list k tisku č. R-34861

Připomínkové místo: ředitelka ZIO MHMP

22. 11. 2019 11:06

**podepsáno - potvrzeno**

<b>Zadavatel</b> <b>Typ Připomínky</b> <b>Datum</b>	<b>Text připomínky</b>	<b>Zpracovatel</b> <b>Vypořádáno</b>	<b>Stanovisko zpracovatele</b>
<b>Mgr. Pavel Štefaňák</b> <b>bez připomínek</b> <b>22. 11. 2019 11:06:20</b>	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	<b>neurčeno</b>	

Připomínkový list k tisku č. R-34861

Připomínkové místo: **MHMP - STR MHMP**

19. 11. 2019 13:34  
podepsáno - potvrzeno

<b>Zadavatel</b>	<b>Text připomínky</b>	<b>Zpracovatel</b>	<b>Stanovisko zpracovatele</b>
<b>Typ Připomínky</b>		<b>Vypořádáno</b>	
<b>Datum</b>			
Ing. Markéta Vacínová bez připomínek 19. 11. 2019 13:34:26	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	neurčeno	



Připomínkový list k tisku č. R-34861

20. 11. 2019 16:04  
podepsáno - potvrzeno

Připomínkové místo: Ing. arch. Tomáš Veselý, zástupce ředitele MHMP pro Sekci rozhodování o území

Zadavatel Typ Připomínky Datum	Text připomínky	Zpracovatel Vypořádáno	Stanovisko zpracovatele
Ing. arch. Tomáš Veselý bez připomínek 20. 11. 2019 16:03:58	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	neurčeno	



## Materiál k projednání

# TISK:R-38414

k návrhu nařízení, kterým se mění nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění pozdějších předpisů

### Obsah materiálu:

1. Návrh usnesení
2. Příloha č.1 k usnesení Rady HMP
3. Důvodová zpráva
4. Příloha č.1 k důvodové zprávě
5. Příloha č.2 k důvodové zprávě
6. Připomínkový list

### Předklad na základě:

Usnesení Rady HMP č. 2640 ze dne 2. 12. 2019

### Projednáno s:

zástupkyní ředitele MHMP pro Sekci služeb občanům  
MHMP - LEG MHMP  
náměstkem primátora Ing. Adamem Scheinherrem, MSc., Ph.D.  
náměstkem primátora Ing. Petrem Hlubučkem  
náměstkem primátora Pavlem Vyhnánkem, M.A.  
radní JUDr. Hanou Kordovou Marvanovou  
primátorem hl.m. Prahy

Podpis:


### Za věcnou a právní správnost:

ředitelka ZIO MHMP

K připomínkám:

Před projednáním:

--	--

### Zpracoval:

Mgr. Martin Králík, MHMP - ZIO MHMP  
Mgr. Karel Svitavský, vedoucí oddělení kontrolně metodického  
JUDr. Martina Staňková, vedoucí oddělení právního  
JUDr. Eva Novaková, ředitelka ZIO MHMP

Podpis:


### Souhlas s předáním k připomínkování:

Podpis:

radní MgA. Hana Třeštková  
I. náměstek primátora doc. Ing. arch. Petr Hlaváček


### Předkládá:

radní MgA. Hana Třeštková  
I. náměstek primátora doc. Ing. arch. Petr Hlaváček

Zpracováno dne:

13.11.2020

**Hlavní město Praha**  
**RADA HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY**

**U S N E S E N Í**

Rady hlavního města Prahy

číslo 2654  
ze dne 30.11.2020

*k návrhu nařízení, kterým se mění nařízení č. 26/2005 Sb. hl.m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění pozdějších předpisů*

**Rada hlavního města Prahy**

**I. s c h v a l u j e**

nařízení, kterým se mění nařízení č. 26/2005 Sb. hl.m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění pozdějších předpisů, uvedené v příloze č. 1 tohoto usnesení

**II. u k l á d á**

**1. MHMP - LEG MHMP**

1. uveřejnit nařízení dle bodu I. tohoto usnesení ve Sbírce právních předpisů hl.m. Prahy

Termín: 4.12.2020

MUDr. Zdeněk Hřib v. r.  
primátor hl.m. Prahy

doc. Ing. arch. Petr Hlaváček v. r.  
I. náměstek primátora hl.m. Prahy

Předkladatel: radní MgA. Hana Třeštíková, I. náměstek primátora doc. Ing. arch. Petr Hlaváček  
Tisk: R-38414  
Provede: MHMP - LEG MHMP  
Na vědomí: odborům MHMP

## NAŘÍZENÍ,

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

Rada hlavního města Prahy se usnesla dne 30. 11. 2020 vydat podle § 44 odst. 2 zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění zákona č. 320/2002 Sb., a § 2 odst. 1 písm. d) a odst. 5 zákona 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, ve znění zákona č. 384/2005 Sb. a zákona č. 202/2015 Sb., toto nařízení:

### Čl. I

Nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění nařízení č. 9/2007 Sb. hl. m. Prahy, nařízení č. 10/2010 Sb. hl. m. Prahy, nařízení č. 19/2014 Sb. hl. m. Prahy a nařízení č. 1/2017 Sb. hl. m. Prahy, se mění takto:

1. V § 1 odstavec 1 zní: „Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. a) až h) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona se na území památkové rezervace v hlavním městě Praze<sup>3)</sup> zakazuje.“

Poznámka pod čarou č. 2) se zrušuje, a to včetně odkazů na poznámku pod čarou.

2. V § 1 se za odstavec 1 vkládají nové odstavce 2, 3 a 4, které včetně poznámek pod čarou č. 7) a 8) znějí:

„ (2) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. a), b), c) a g) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona se na

- a) území památkové zóny „Vinohrady, Žižkov, Vršovice“ v městských částech Praha 2, Praha 3 a Praha 10<sup>7)</sup>,
- b) území památkové zóny „Nusle“ v městských částech Praha 2 a Praha 4<sup>7)</sup>,
- c) území památkové zóny „Karlín“ v městské části Praha 8<sup>7)</sup>,
- d) území památkové zóny „Dejvice, Bubeneč, horní Holešovice“ v městských částech Praha 6 a Praha 7<sup>7)</sup>,
- e) území památkové zóny „Smíchov“ v městské části Praha 5<sup>7)</sup>,
- f) území památkové zóny „Vilová kolonie Ořechovka“ v městské části Praha 6<sup>8)</sup>,

zakazuje.

(3) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. c) a g) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona se na katastrálních územích Vinohrady, Žižkov, Karlín, Holešovice, Bubeneč, Dejvice, Střešovice, Smíchov, Podolí, Nusle, Vršovice, Libeň, Troja, Vokovice, Veleslavin, Břevnov, Motol, Košíře, Radlice, Braník, Krč,

Michle, Strašnice, Malešice a Hrdlořezy zakazuje. Tento postup se neuplatní v částech katastrálních území spadajících pod území vymezená v odstavcích 1 nebo 2.

(4) Mapové znázornění oblastí vymezených v odstavcích 1, 2 a 3 je obsaženo v příloze k tomuto nařízení.

7) Vyhláška č. 10/1993 Sb. hl. m. Prahy, o prohlášení částí území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany.

8) Vyhláška č. 15/1991 Sb. hl. m. Prahy, o prohlášení části území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany.

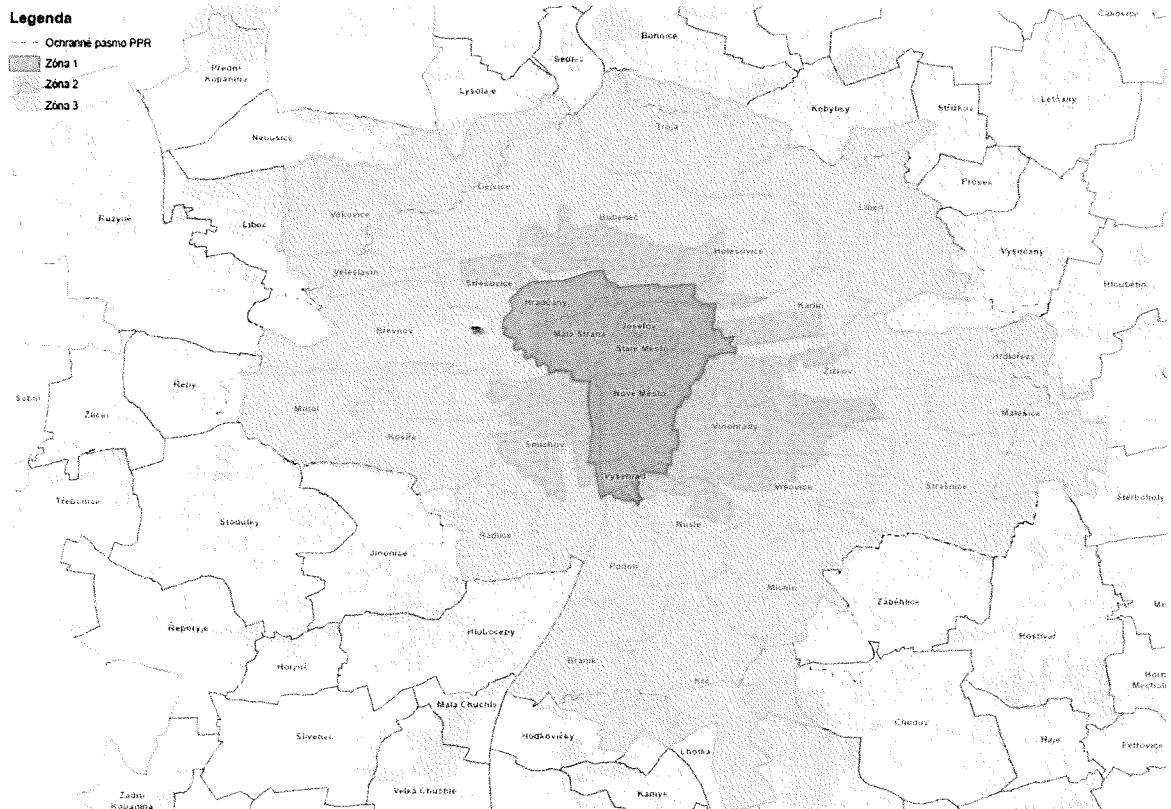
“.

Dosavadní odstavec 2 se označuje jako odstavec 5.

3. V § 3 písm. b) se za slovo „nesené,“ vkládá slovo „stojící,“.
4. V § 4 úvodní části ustanovení se slova „odstavce 1“ zrušují.
5. Doplňuje se příloha, která včetně nadpisu zní:

### „Příloha k nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy

### Mapové znázornění oblastí regulace



“.

Čl. II

Toto nařízení nabývá účinnosti dnem 1. října 2021.

MUDr. Zdeněk Hřib, v. r.  
primátor hlavního města Prahy

doc. Ing. arch. Petr Hlaváček, v. r.  
I. náměstek primátora hlavního města Prahy

**NAŘÍZENÍ,**

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

Rada hlavního města Prahy se usnesla dne 30. 11. 2020 vydat podle § 44 odst. 2 zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění zákona č. 320/2002 Sb., a § 2 odst. 1 písm. d) a odst. 5 zákona 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, ve znění zákona č. 384/2005 Sb. a zákona č. 202/2015 Sb., toto nařízení:

**Čl. I**

Nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění nařízení č. 9/2007 Sb. hl. m. Prahy, nařízení č. 10/2010 Sb. hl. m. Prahy, nařízení č. 19/2014 Sb. hl. m. Prahy a nařízení č. 1/2017 Sb. hl. m. Prahy, se mění takto:

1. V § 1 odstavec 1 zní: „Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. a) až h) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona se na území památkové rezervace v hlavním městě Praze<sup>3)</sup> zakazuje.“

Poznámka pod čarou č. 2) se zrušuje, a to včetně odkazů na poznámku pod čarou.

2. V § 1 se za odstavec 1 vkládají nové odstavce 2, 3 a 4, které včetně poznámek pod čarou č. 7) a 8) znějí:

„ (2) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. a), b), c) a g) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona se na

- a) území památkové zóny „Vinohrady, Žižkov, Vršovice“ v městských částech Praha 2, Praha 3 a Praha 10<sup>7)</sup>,
- b) území památkové zóny „Nusle“ v městských částech Praha 2 a Praha 4<sup>7)</sup>,
- c) území památkové zóny „Karlín“ v městské části Praha 8<sup>7)</sup>,
- d) území památkové zóny „Dejvice, Bubeneč, horní Holešovice“ v městských částech Praha 6 a Praha 7<sup>7)</sup>,
- e) území památkové zóny „Smíchov“ v městské části Praha 5<sup>7)</sup>,
- f) území památkové zóny „Vilová kolonie Ořechovka“ v městské části Praha 6<sup>8)</sup>,

zakazuje.

(3) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. c) a g) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona se na katastrálních územích Vinohrady, Žižkov, Karlín, Holešovice, Bubeneč, Dejvice, Střešovice, Smíchov, Podolí, Nusle, Vršovice, Libeň, Troja, Vokovice, Veleslavín, Břevnov, Motol, Košíře, Radlice, Braník, Krč,

Michle, Strašnice, Malešice a Hrdlořezy zakazuje. Tento postup se neuplatní v částech katastrálních území spadajících pod území vymezená v odstavcích 1 nebo 2.

(4) Mapové znázornění oblastí vymezených v odstavcích 1, 2 a 3 je obsaženo v příloze k tomuto nařízení.

7) Vyhláška č. 10/1993 Sb. hl. m. Prahy, o prohlášení částí území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany.

8) Vyhláška č. 15/1991 Sb. hl. m. Prahy, o prohlášení části území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany.

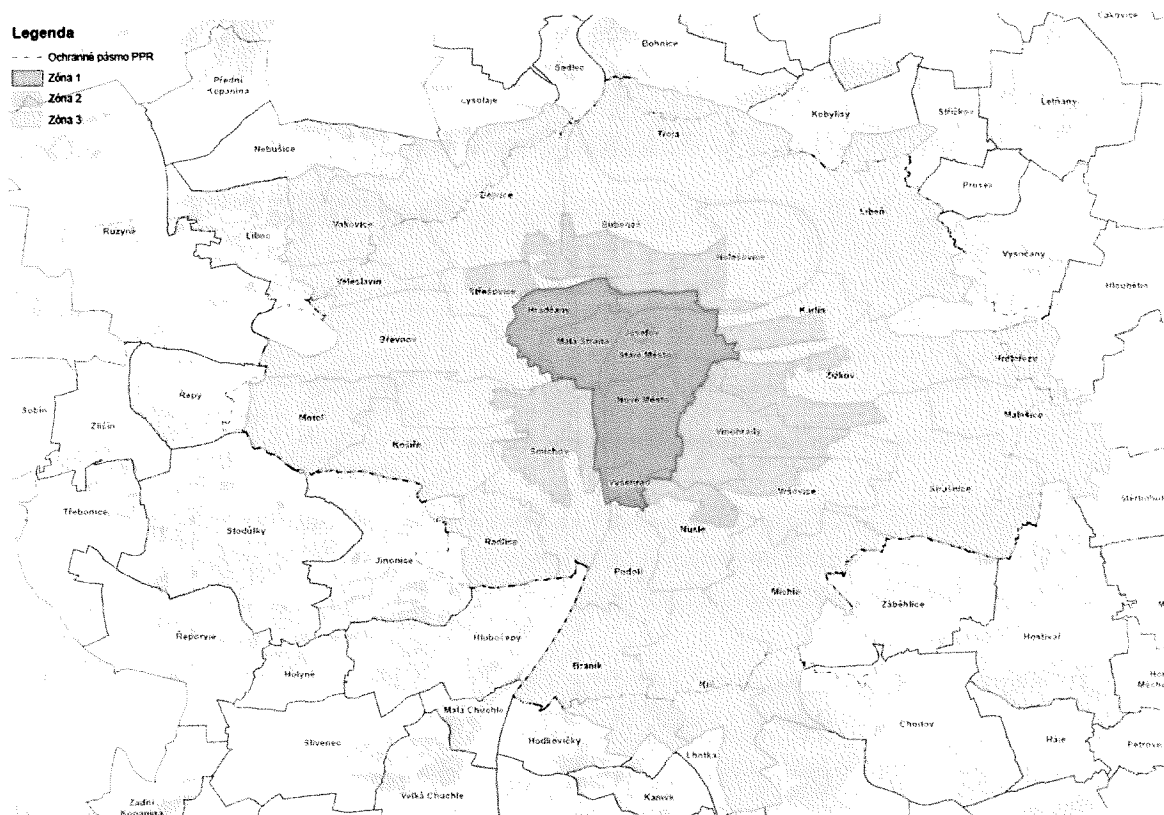
“.

Dosavadní odstavec 2 se označuje jako odstavec 5.

3. V § 3 písm. b) se za slovo „nesené,“ vkládá slovo „stojící,“.
4. V § 4 úvodní části ustanovení se slova „odstavce 1“ zrušují.
5. Doplňuje se příloha, která včetně nadpisu zní:

### „Příloha k nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy

## Mapové znázornění oblastí regulace



“.



Čl. II

Toto nařízení nabývá účinnosti dnem 1. října 2021.

MUDr. Zdeněk Hřib, v. r.  
primátor hlavního města Prahy

doc. Ing. arch. Petr Hlaváček, v. r.  
I. náměstek primátora hlavního města Prahy

# DŮVODOVÁ ZPRÁVA

## Obecná část

### Současný stav segmentu venkovní reklamy

Na základě zákonodárné iniciativy hl. m. Praha v roce 2005 prosadilo do zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování a rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon“), zmocnění dle § 2 odst. 1 písm. d) a odst. 5 zákona vydat v přenesené působnosti nařízení, kterým může obec zakázat šíření reklamy na veřejně přístupných místech mimo provozovnu. Návazně na přijetí novely zákona hl. m. Praha vydalo nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu (dále jen „nařízení“). V nařízení následně hl. m. Praha stanovilo veřejně přístupná místa, na nichž je reklama zakázána (původně památková rezervace v hlavním městě Praze), druhy komunikačních médií, kterými nesmí být šířena, a akce, na něž se nařízení nevztahuje.

Za dobu platnosti nařízení byl rozšířen okruh územní působnosti i upraven rozsah zakázaných komunikačních médií.

V současné době nařízení zakazuje reklamu šířenou na veřejně přístupných místech mimo provozovnu na území památkové rezervace v hlavním městě Praze a částečně na území městské části Praha 2. Na tomto území je vyloučena venkovní reklama, která podle zákona není považována za stavbu pro reklamu nebo reklamní zařízení, případně není povolována na základě jiného zmocnění. Nejčastěji do tohoto segmentu patří plachty, bannery, převěsy, reklamní stojany a plakáty, které nejsou označeny provozovnu. Dále lze jmenovat letáky, převleky, zvukové šíření a reklamu na dopravních prostředcích. Na základě nařízení může Magistrát hlavního města Prahy užití zakázaných komunikačních médií ve správním řízení pokutovat a vyžadovat jejich odstranění.

Nařízení nezasahuje do oblasti šíření reklamy upravené stavebním zákonem jako dočasná stavba nebo zařízení pro reklamu. V rámci takto povolených reklam je nutné splnit požadavky nařízení 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), ve znění nařízení č. 14/2018 Sb. hl. m. Prahy, které reguluje umístění venkovní reklamy, formát a velikost či konstrukční stabilitu nosiče. V rámci stavebního řízení mají navíc příležitost se k danému záměru vyjádřit také dotčené orgány státní správy (např. orgán státní památkové ochrany, orgán ochrany přírody atp.).

### Zdůvodnění předkládaného návrhu nařízení

Jak výše uvedeno, nařízení průběžně reagovalo na změny podmínek, rozvoj komunikačních médií, technologie, postupně se podařilo významně omezit některé formy šíření reklamy (např. původní masivní rozdávání letáků). Reklama vyskytující se nyní ve veřejném prostoru je součástí každodenního vnímání okolí, tedy něčím, co každý z nás, který se v daném prostoru vyskytuje, nemůže zcela ignorovat. Není možno se s jejím působením neseťkat, aniž by kdokoli měl předem možnost volby, zda množství nebo její vzhled akceptuje. Všudypřítomná reklama významně ovlivňuje schopnost vnímání okolí a její nevhodně zvolený grafický vzhled, množství nebo zvolená forma mohou způsobovat naprosto destruktivní zásah do vnějšího prostoru, a to zejména v místech, která nesou určitý městský ráz, jsou chráněna památkově, či jsou významným architektonickým objektem nebo klidovou zónou města. Na druhou stranu, venkovní reklama je důležitou součástí komunikace ve veřejném prostoru a

z toho důvodu hlavní město Praha neusiluje o její úplnou eliminaci. Cílem je naopak zavedení koncepčního přístupu k reklamě, tj. vymezení formátů, ploch a míst, kde může venkovní reklama existovat v kultivované a nerušící formě. Jedním z příkladů tohoto úsilí jsou schválená Pravidla umístování reklamních ploch na sloupech a stožárech na veřejných prostranstvích hl. m. Prahy, schválená jako příloha č. 1 k usnesení Rady hlavního města Prahy č. 1588 ze dne 27.6.2017 (účinná ode dne 1. ledna 2018). Vybrané sloupy veřejného osvětlení jsou nyní určeny jako tradiční a výchozí legální prostor pro umístování maloformátové reklamy na území hlavního města. Ostatní plochy a zejména nelegálně umístovaná maloformátová reklama by měly být postupně vyloučeny.

Další regulace, která by měla omezit, či zakázat některé druhy komunikačních médií, je vyvolána zmíněným vývojem, který s sebou přinesl nové formy, materiály a technická řešení, stejně jako nová reklamní média, jak je patrné z aktuálního dlouhodobého vyhodnocení dopadu nežádoucích médií v působnosti stávajícího nařízení.

Stávající nařízení soustřeďuje zákaz reklamy na území památkové rezervace v hlavním městě Praze. Zákaz je odůvodněn snahou o udržení autentického historického (historizujícího) prostředí v centru města. Předkládaná novela nařízení navrhuje rozšíření tohoto základního východiska i do jiných částí města, neboť cenným územím není v hl.m.Praze pouze území Pražské památkové rezervace, ale také další oblasti, tj. její ochranné pásmo, či již před mnoha lety zřízené městské památkové zóny, přičemž je evidentní, že zásah do vnějšího prostoru v zájmu ochrany před dopady, způsobenými živelnou reklamou, se logicky nemůže omezit pouze na oblast, která požívá nejvyšší kulturní či památkovou ochranu, ale i na území, která se nacházejí v tzv. ochranném pásmu památkové rezervace. Novela je vedena rovněž snahou o zvýšení kvality veřejných prostranství obecně a v širším měřítku. Mezi současné trendy městského plánování patří koncepční péče o veřejná prostranství, udržitelný rozvoj, inkluzivnost, tj. využitelnost pro všechny skupiny uživatelů a celková kvalita všech veřejných prostranství. Zároveň je třeba rozlišovat, jaká míra regulace je pro to které území potřebná. Proto předkládané řešení po vyhodnocení stavu navrhuje rozšířit prostorové působení zákazu pro některá komunikační média na tři oblasti s odlišným stupněm regulace. Při novelizaci je navrhováno zachování nejpřísnější regulace na území památkové rezervace v hlavním městě Praze, kdy v zájmu sjednocení právního prostředí zůstane zachováno dotčené území tak, jak je vymezeno nařízením vlády č. 66/1971 Sb., o památkové rezervaci v hlavním městě Praze, tedy bez území, doplněných na základě vývoje v minulých letech. Druhé pásmo, tedy území se stále velmi přísnou regulací bude nově vymezeno oblastí památkových zón, a to pouze těch, které přiléhají k území památkové rezervace v hlavním městě Praze, aby zůstal zachován princip, kdy směrem k okraji města je postupováno od nejpřísnější k méně přísné regulaci zakázaných reklamních komunikačních médií. Oblast dotčených památkových zón je pro každou z nich zcela jasně vymezena obecně závaznými vyhláškami. Třetí pásmo pak bylo stanoveno na základě katastrálních území, která se po mnoha zvažovaných alternativách ukázala jako jediná, přesně definovatelná s tím, že do uvedeného pásma byla zahrnuta pouze ta katastrální území, jejichž plocha je tvořena územím s vyšším podílem ochranného pásma památkové rezervace v hlavním městě Praze, tedy více než 30 %. Mapové znázornění oblastí regulace je přílohou nařízení.

## Návrh rozšíření

**1. Zákaz reklamy šířené na veřejně přístupných místech mimo provozovnu na území památkové rezervace v hlavním městě Praze (zóna 1) je navržen ponechat v podstatě ve stávajícím rozsahu, tj. pro následující komunikační média (s navrženou úpravou písmene b)):**

*a) letáky, navštívenky, vizitky, brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály šířené vůči neznámému adresátovi,*

b) plakáty z jakéhokoli materiálu, fólie s potiskem, kromě fólií na dopravních prostředcích, dále tabule, tyče, pulty, či jiné konstrukce a zařízení, ať pohybující se, nesené, **stojící**, opřené či zavěšené, včetně jejich osvětlení, upoutané balóny nebo jiné tvary a plovoucí předměty,

c) dodatečné konstrukce na dopravních prostředcích prezentující reklamu jakýmkoli způsobem,

d) zařízení šířící reklamu zvukem či obrazem, s výjimkou rozhlasového a televizního vysílání,

e) dopravní prostředky, umístěné na veřejně přístupném místě za účelem šíření reklamy nebo dopravní prostředky, u nichž je hlavním účelem jízdy šíření reklamy.

f) reklamní periodický tisk,

g) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na přiléhající pozemní komunikaci po dobu provádění stavebních prací na objektu, který kryjí, pokud tyto převěsy a plachty zároveň zobrazují tento objekt a plocha vlastní reklamy nečiní více než 20 % celkové plochy převěsu nebo plachty;

h) reklamní převleky, do nichž jsou oblečeny osoby, které se pohybují nebo postávají.

Zakázaná komunikační média je navrhováno rozšířit o stojící, zejména s ohledem na vývoj v dané oblasti, kdy spolu s rozvojem nových technologií, původní prostor, který byl vymezen pro „reklamní stojky typu A“, je pravidelně zneužíván pro instalaci řady nových zařízení, ať již se jedná o stojany, v nichž jsou upevněny různé reklamní poutače z textilií, plastů, fólií, plakáty apod. Zároveň dochází ke geometrickému nárůstu poutačů nejen u jednotlivých provozoven, ale i v přilehlých částech veřejného prostoru. Rovněž lze spolehlivě konstatovat, že úprava jejich umístění formou záboru veřejného prostranství se zcela míjí účinkem, a to především s ohledem na nedostatečnou kapacitu a možnosti jednotlivých úřadů městských částí. V neposlední řadě je na místě zohlednit snahu o dosažení bezbariérového prostoru, vstřícného nejen k osobám se zrakovým či tělesným postižením, ale rovněž k osobám s dětskými kočárky, dětem a k osobám v pokročilém věku.

## **2. Zákaz reklamy šířené na veřejně přístupných místech mimo provozovnu na území hlavního města Prahy v památkových zónách (zóna 2) je navržen pro následující komunikační média:**

a) letáky, navštívenky, vizitky, brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály šířené vůči neznámému adresátovi,

b) plakáty z jakéhokoli materiálu, fólie s potiskem, kromě fólií na dopravních prostředcích, dále tabule, tyče, pulty, či jiné konstrukce a zařízení, ať pohybující se, nesené, **stojící**, opřené či zavěšené, včetně jejich osvětlení, upoutané balóny nebo jiné tvary a plovoucí předměty,

c) dodatečné konstrukce na dopravních prostředcích prezentující reklamu jakýmkoli způsobem,

g) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na přiléhající pozemní komunikaci po dobu provádění stavebních prací na objektu, který kryjí, pokud tyto převěsy a plachty zároveň zobrazují tento objekt a plocha vlastní reklamy nečiní více než 20 % celkové plochy převěsu nebo plachty;

Pozn.: Zařazení komunikačních médií pod jednotlivá písmenná označení odpovídá rozdělení užitému v zóně 1 výše.

Úprava zamýšlené oblasti v sobě zahrnuje snahu maximální ochrany prostoru, při zachování zásady proporcionality dopadu na veřejný prostor spolu se zachováním možnosti prezentace podnikatelských a jiných subjektů. S ohledem na tuto skutečnost byla vymezena komunikační média, která jsou svým vlivem na prostředí nejvíce rušivá.

### **3. Zákaz reklamy šířené na veřejně přístupných místech mimo provozovnu na území hlavního města Prahy ve vybraných katastrálních územích (zóna 3) je navržen pro následující komunikační média:**

*c) dodatečné konstrukce na dopravních prostředcích prezentující reklamu jakýmkoli způsobem,*

*g) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na přiléhající pozemní komunikaci po dobu provádění stavebních prací na objektu, který kryjí, pokud tyto převěsy a plachty zároveň zobrazují tento objekt a plocha vlastní reklamy nečiní více než 20 % celkové plochy převěsu nebo plachty;*

Pozn.: Zařazení komunikačních médií pod jednotlivá písmenná označení odpovídá rozdělení užitému v zóně 1 výše.

Vzhledem k potřebě vymezení jen takových komunikačních médií, která jsou svým vlivem na prostředí nejvíce rušivá, byla zvolena uvedená komunikační média, a to s přihlédnutím ke snahám některých subjektů umisťovat do veřejného prostoru, který dosud regulaci nepodléhá, zařízení či konstrukce, upevněné na karosériích (mnohdy nepojízdných) dopravních prostředků nebo přívěsných vozíků. Jedná se tak o samostatná vozidla, opatřená přídatnou konstrukcí, umožňující připevnění reklamních plachet, či přívěsů, které právě díky takové konstrukci nesou plachty či převěsy s reklamním obsahem a nemají na místě zcela zjevně žádný jiný účel. Právě obsazování všech odstavných a účelových ploch, mnohdy i zeleně či parkovišť tak vede ke nežádoucímu dopadu v podobě vizuálního smogu v konkrétních oblastech. V těchto případech je zjevné a na základě pořízené fotodokumentace patrné, že tyto prostředky nebyly k jiné činnosti využity mnohdy po celé měsíce.

Stejně palčivým problémem je umisťování reklamních plachet a převěsů na všechny dostupné objekty, kde lze reklamní sdělení vnímat ze strany potenciačních zákazníků, převážně chodců a řidičů. Tato média jsou instalována převážně pomocí horolezecké techniky do fasád, na ohrazení a oplocení, stejně jako na zábradlí, sloupy a jiné konstrukce.

Navrhovaná úprava si v daném případě neklade za cíl zcela omezit venkovní reklamu v popsané oblasti, neboť právo podnikatelů propagovat své výrobky či služby zůstane zachováno. Ve výčtu zakázaných komunikačních médií se jedná pouze o dvě z komunikačních médií, tedy zůstává dle našeho názoru dostatečný prostor k legálnímu šíření reklamy volbou jiného způsobu prezentace s využitím prvků, které nebudou s navrhovanou úpravou v rozporu. Rovněž zůstává značný objem zařízení, které byly, případně budou zřízeny jako reklamní nebo propagační zařízení, zřízené podle stavebního zákona, a na které regulace nařízením nedopadá. Naopak při dodržení podmínek, daných stavebním zákonem mohou ke kultivaci veřejného prostoru napomoci, neboť budou respektovat rozvoj území v dané oblasti při zachování jejího rázu.

#### **Dopad na rozpočet hl. m. Prahy a městských částí**

S ohledem na stávající počet kontrolorů odboru zpracovatele materiálu (10+1 vedoucí), kdy je ročně provedeno více než 500 kontrol a místních zjištění, s následným postihem širitele v navazujícím řízení v oblasti zakázaných komunikačních médií, není možné při takto významném nárůstu územní působnosti postihnout celou oblast bez navýšení počtu pracovníků. Návrhem nařízení dochází k nárůstu regulovaného území z dosavadních 9 077 590 m<sup>2</sup> na 111 439 453 m<sup>2</sup>, v praxi tedy téměř dvanáctinásobnému. Přestože výčet zakázaných médií nebude na všech územích shodný, stále přetrvává nutnost celou postihovanou oblast zkontrolovat a pořídit potřebné podklady pro navazující přestupkové řízení v případě zjištění porušení nařízení, včetně povinnosti ověřit, zda nepovolená média byla skutečně odstraněna.

Návrh nařízení tedy přináší zvýšené náklady v souvislosti se nárůstem počtu kontrolorů (konkrétně se předpokládá posílení o 4 kontrolory). Na druhé straně lze předpokládat (kromě zlepšení kvality veřejného prostředí) zvýšení příjmů rozpočtu v souvislosti s ukládanými sankcemi v případech porušení nařízení.

Úprava již byla projednána v rámci tisku R-34861 s usnesením Rady hlavního města Prahy č. 2640 ze dne 2.12.2019.

Novela nařízení nemá dopad na rozpočty městských částí.

### Účinnost návrhu nařízení

Po zvážení všech okolností, zejména s přihlédnutím k legislativnímu procesu, platným smlouvám, vynaloženým nákladům podnikatelů apod., navrhujeme účinnost novely nařízení ke dni 1. červenci 2021.

Návrh nařízení se předkládá jako novela nařízení vzhledem k tomu, že dochází především ke změně území působnosti a rozšíření zakázaných komunikačních médií, nikoli k zásadním změnám obsahu nařízení.

### Shrnutí připomínkového řízení

Návrh nejprve prošel vnitřním připomínkovým řízením, v rámci kterého byla zapracována většina připomínek odboru legislativního a právního, odboru památkové péče a odboru kanceláře ředitele magistrátu. Další připomínky nebyly uplatněny.

Z věcných připomínek lze upozornit například na změnu dosud používané terminologie, kdy pojem „Pražská památková rezervace“ byl na základě doporučení nahrazen pojmem „památková rezervace v hlavním městě Praze“.

Naopak byl s ohledem na text zákonného zmocnění, na základě kterého je nařízení vydáno, ponechán původní text „šíření reklamy na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení“, přestože aktuálně platný stavební zákon již používá pojmu „informační nebo reklamní zařízení“. Máme za to, že je primárně věcí zákonodárce, aby uvedl do souladu terminologii zákona o regulaci reklamy a stavebního zákona. Není účelem nařízení, aby tyto nedostatky napravovalo. Při aplikaci nařízení je původní pojem vykládán v kontextu pojmu nového, a v praxi tak nečiní tento nedostatek obtíže.

S ohledem na opakující se připomínky byl také přímo do textu nařízení včleněn odkaz na stavební zákon a vpuštěna problematická poznámka pod čarou.

Ve vnějším připomínkovém řízení byl vznesen vícekrát požadavek různých městských částí, aby byla působnost nařízení rozšířena také na jejich území, případně obecněji na historická jádra obcí, území okolo silnic I. třídy, případně na celé území hl.m.Prahy.

Pokud jde o jakékoli rozšiřování území, ať už o území jednotlivých městských částí, jejich historických center, různých katastrálních území, oblastí okolo silničních komunikací, potažmo rozšíření na celé území Prahy, nebylo tomuto požadavku vyhověno. Byl by tím narušen původní koncept na sebe navazujících zón s odstupňovanou mírou regulace reklamy od centra města směrem k jeho periférii. Došlo by též k absolutní roztříštěnosti regulace, kdy by se objevovaly „ostrůvky“, ve kterých by platila pravidla, zatímco na okolním území nikoliv. Pokud jde navíc o historická centra městských částí, či konkrétní silniční komunikace, nebylo by již možné pouze jednoduše odkázat na již definovaná celistvá

území a bylo by naopak nutné v textu nařízení vyjmenovávat konkrétní ulice, což by vedlo k značné nepřehlednosti nařízení. Rovněž postavit regulaci na tom, kdo vlastní komunikaci, resp. vykonává její údržbu, se jeví jako obtížně obhajitelné.

Pokud jde o požadavek rozšířit regulaci na celé území hl.m.Prahy, máme za to, že tak značná regulace není v současné době nezbytná, ani ospravedlnitelná. Hlavní město Praha sice usiluje o regulaci reklamy tak, aby na jedné straně byl co nejvíce zachován kulturní ráz města, město nebylo zapleveleno obrovským a nekontrolovatelným množstvím reklam bez jakékoli možnosti omezení, ale na druhou stranu si také uvědomuje přirozenou potřebu podnikatelů prezentovat svou činnost, stejně jako poskytovatelů ploch pro šíření reklamy, jejichž přirozeně opačné požadavky na upuštění od návrhu regulace, též zazněly. V tomto ohledu se návrh snaží oba proti sobě stojící zájmy vyvážit.

Proto při vědomí těchto skutečností chce hl.m.Praha nyní omezit reklamu v místech, kde by podle našeho názoru měl právě více převážet zájem na ochraně území z hlediska památkového nad možností nekontrolovatelného šíření reklamy, a proto je navrženo setrvat na plánovaných zónách vázících se k území památkové rezervace v hlavním městě Praze (PPR), území památkových zón a území ochranného pásma PPR.

S tím také souvisí další požadavek vznesený ve vnějším připomínkovém řízení, a sice rozšířit zákaz v zóně 3 o reklamní stojany a plakáty, které neslouží k označení provozovny. Stejně jako se snaží hl.m.Praha vyvážit oba proti sobě stojící zájmy z hlediska územního a nerozšiřovat území, ve kterém by platila nějaká omezení, více než je nutné, tak se snaží přistupovat k věci vyváženě i pokud jde o konkrétní zvolená omezení v rámci navrhovaných zón. Tam, kde je potřeba památkové ochrany území nejvyšší, tedy v PPR, jsou navržena omezení nejpřísnější, resp. jsou ponechána v současném rozsahu. Podle výše zmíněného principu odstupňované míry regulace od centra města směrem k jeho periférii jsou pak navrhována mírnější omezení v městských památkových zónách a minimální omezení v třetí zóně. V případě vyhovění požadavku rozšířit restriktce v zóně 3, by se přísnost regulace v zóně 2 a 3 téměř sjednotila a byla by podle našeho názoru na současné poměry nepřiměřeně přísná. Z tohoto důvodu nebylo ani této námitce městské části vyhověno.

Rovněž bylo navrženo doplnit do nařízení kontrolní mechanismy a úpravu sankcí. Této námitce nemůže být vyhověno. Proces kontroly dodržování nařízení, vedení řízení pro podezření z porušení nařízení a ukládání sankcí je obsažen v jiných právních předpisech. Kontrola dodržování nařízení je standardně řešena zákonem č.255/2012 Sb., o kontrole, a porušení nařízení je přestupkem podle zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy. Není možné zavádět speciální postupy pro toto nařízení.

Podstatným doporučením je pak návrh Ministerstva průmyslu a obchodu posunout účinnost nařízení z původně zvažovaného dne 1.1.2021 o 6 měsíců, na 1.7.2021, kterému se navrhuje s ohledem na dostatečný prostor pro vypořádání se s dopady nařízení, i s ohledem na déle trvající legislativní proces, vyhovět.

Zbylé připomínky byly ryze legislativně-technického charakteru.

Jedna připomínka byla označena jako zásadní. Rada městské části Praha 6 uvedla, že souhlasí s návrhem nařízení za předpokladu, že bude sladěn text návrhu nařízení a mapová příloha, pokud jde o katastrální území Vokovice (v textu návrhu nařízení zasláného do vnějšího připomínkového řízení mělo být katastrální území Vokovice uvedeno, avšak nedopatřením vypadlo). Text byl upraven, aby omylem neuvedené katastrální území zahrnoval.

Ze strany veřejnosti zpracovatel obdržel čtyři vyjádření vyjadřující nesouhlas s předkládaným návrhem.

Po vnějším připomínkovém řízení byl tedy materiál, včetně důvodové zprávy, upraven do předkládané podoby.

## **Zvláštní část**

### **K čl. I., bodu 1-2:**

Navrhuje se rozšíření stávající územní působnosti nařízení s tím, že nově budou vymezeny tři zóny s odstupňovanou mírou regulace reklamy od nejpřísnější v centru města klesající směrem od centra. Pro vymezení jednotlivých zón se navrhuje využít již existujícího vymezení území v podobě památkových rezervací a zón a katastrálních území. Návrh nařízení nezapomíná na to, že území památkové rezervace v hlavním městě Praze a některých památkových zón se překrývá s některými katastrálními územími, proto je v navrhovaném odstavci 3 území navrhované zóny omezeno pouze na tu část příslušných katastrálních území, ve kterém nezasahuje do území památkové rezervace v hlavním městě Praze, či památkové zóny.

### **K čl. I., bodu 3:**

Navrhuje se rozšířit výčet zakázaných komunikačních médií o stojící konstrukce a zařízení, typicky stojany, v nichž jsou upevněny různé reklamní poutače z textilií, plastů, fólií, plakáty apod.

### **K čl. I., bodu 4:**

Jelikož má být § 1 nově rozčleněn do více odstavců, navrhuje se vypustit odkaz pouze na odst. 1.

### **K čl. I., bodu 5:**

Pro větší přehlednost a názornost oblastí regulace se do nařízení navrhuje doplnit mapová příloha.

Příloha č. 1 důvodové zprávy - Vypořádání připomínek

Příloha č. 2 důvodové zprávy - Pracovní úplné znění textu nařízení s vyznačenými změnami



## **Přehled zaslaných připomínek**

### Městské části:

Praha 1 – bez připomínek

Praha 2 – bez připomínek

Praha 6 – **připomínky**

Praha 11 – **připomínky**

Praha 12 - **připomínky**

Praha 13 - bez připomínek

Praha 17 - bez připomínek

Praha 18 - bez připomínek

Praha 20 - bez připomínek

Praha 22 – **připomínky**

Praha – Nebušice – bez připomínek

Praha – Zličín – **připomínky**

### MHMP:

Odbor daní poplatků a cen – bez připomínek

Odbor Kancelář ředitele magistrátu – **připomínky**

Odbor legislativní a právní – **připomínky**

Odbor památkové péče – **připomínky**

Odbor zdravotnictví – bez připomínek

Ostatní připomínková místa:

Městská policie hl.m. Prahy – bez připomínek

Ministerstvo průmyslu a obchodu – **připomínky**

Technická správa komunikací hl.m.Prahy, a.s. – bez připomínek

## Vypořádání zaslaných připomínek

Pokud není u připomínky vyznačeno, že je zásadní, jedná se o připomínku obecnou.

Zásadní připomínku uplatnila městská část Praha 6. Této připomínce bylo vyhověno.

Připomínkové místo	Obsah připomínky	Vypořádání
<b>MĚSTSKÉ ČÁSTI</b>		
<b>MČ Praha 1</b>	Bez připomínek	
<b>MČ Praha 2</b>	Bez připomínek	

<p><b>Rada MČ Praha 6</b></p>	<p><u>Souhlasí</u> s návrhem nařízení za předpokladu, že bude sladěn text návrhu nařízení a mapová příloha, pokud jde o katastrální území Vokovice <b>(připomínka označena jako zásadní)</b></p> <p><u>Doporučuje</u> lepší specifikaci zón přílohami nebo odkazy na právní předpisy vymezující PPR a památkové zóny</p>	<p><u>Vyhověno.</u> V textu návrhu nařízení katastrální území Vokovice mělo být uvedeno, pouze nedopatřením vypadlo. Text byl upraven, aby omylem neuvedené katastrální území zahrnoval.</p> <p><u>Vyhověno částečně.</u> Navrhované znění takové odkazy ve skutečnosti obsahuje. Konkrétně současné znění nařízení již obsahuje odkaz na Nařízení vlády České socialistické republiky č. 66/1971 Sb. o památkové rezervaci v hlavním městě Praze, a nově je navrhováno vložit odkazy na vyhlášku č. 10/1993 Sb. hl. m. Prahy, o prohlášení částí území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany, a vyhlášku č. 15/1991 Sb. hl. m. Prahy, o prohlášení částí území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany.</p>
-------------------------------	--	--

<p>Rada MČ Praha 11</p>	<p><u>Navrhuje rozšířit zónu 3 o katastrální území Háje a Chodov</u></p> <p><u>Navrhuje rozšířit zákaz v zóně 3 o reklamní stojany a plakáty, které neslouží k označení provozovny</u></p> <p><u>Navrhuje doplnit kontrolní mechanismy a úpravu sankcí</u></p>	<p><u>Nevyhověno.</u> Hl.m.Praha chce nyní omezit reklamu v místech, kde by měl více převážít zájem na ochraně území z hlediska památkového nad možností nekontrolovatelného šíření reklamy, a proto je navrženo setrvat na plánovaných zónách vážících se k území památkové rezervace v hlavním městě Praze (PPR), území památkových zón a území ochranného pásma PPR. Katastrální území Háje a Chodov již nepatří do území, které by spadalo do ochranného pásma PPR. Chybí tak legitimní důvod, proč právě v těchto dvou (či jiných) katastrálních územích by měla být reklama takto omezována.</p> <p><u>Nevyhověno.</u> Podle výše zmíněného principu odstupňované míry regulace od centra města směrem k jeho periférii jsou navrhována nejpřísnější opatření na území PPR, mírnější omezení v městských památkových zónách a minimální omezení v třetí zóně. V případě vyhovění požadavku rozšířit restriktce v zóně 3, by se přísnost regulace v zóně 2 a 3 téměř sjednotila a byla by na současné poměry nepřiměřeně přísná.</p> <p><u>Nevyhověno.</u> Proces kontroly dodržování nařízení, vedení řízení pro podezření z porušení nařízení a ukládání sankcí je obsažen v jiných právních předpisech. Kontrola dodržování nařízení je standardně řešena zákonem č.255/2012 Sb., o kontrole, a porušení nařízení je přestupkem podle zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy. Není možné zavádět speciální postupy pro toto nařízení.</p>
-------------------------	--	--

<b>Rada MČ Praha 12</b>	Navrhuje rozšířit zónu 3 na území MČ Praha 12, resp. celé území hl.m.Prahy, které není navrhováno zařadit do zóny 1 nebo 2	<u>Nevyhověno.</u> Tak značná regulace není v současné době nezbytná, ani ospravedlnitelná. Hl.m.Praha chce nyní omezit reklamu v místech, kde by měl více převážet zájem na ochraně území z hlediska památkového nad možností nekontrolovatelného šíření reklamy, a proto je navrženo setrvat na plánovaných zónách vážícím se k území památkové rezervace v hlavním městě Praze (PPR), území památkových zón a území ochranného pásma PPR.
<b>Rada MČ Praha 13</b>	Bez připomínek	
<b>Rada MČ Praha 17</b>	Bez připomínek	
<b>Rada MČ Praha 18</b>	Souhlasí bez připomínek	
<b>Rada MČ Praha 20</b>	Bez připomínek	

<p><b>Rada MČ Praha 22</b></p>	<p><u>Navrhuje</u> rozšířit zónu 3 o historická jádra městských částí a komunikace I. třídy v majetku hl.m.Prahy a jejichž údržbu vykonává TSK</p> <p><u>Doporučuje</u>, aby se k návrhu vyjádřila také TSK.</p>	<p><u>Nevyhověno.</u> Byl by tím narušen původní koncept na sebe navazujících zón s odstupňovanou mírou regulace reklamy od centra města směrem k jeho periferii. Došlo by též k absolutní roztříštěnosti regulace, kdy by se objevovaly „ostrůvky“, ve kterých by platila pravidla, zatímco na okolním území nikoliv. Pokud jde navíc o historická centra městských částí, či konkrétní silniční komunikace, nebylo by již možné pouze jednoduše odkázat na již definovaná celistvá území a bylo by naopak nutné v textu nařízení vyjmenovávat konkrétní ulice, což by vedlo k značné nepřehlednosti nařízení. Rovněž postavit regulaci na tom, kdo vlastní komunikaci, resp. vykonává její údržbu, se jeví jako obtížně obhajitelné.</p> <p><u>Vyhověno.</u> TSK se k návrhu vyjádřila v rámci vnitřního připomínkového řízení.</p>
<p><b>Úřad městské části Praha - Nebušice</b></p>	<p>Bez připomínek</p>	

<b>Rada MČ Praha - Zličín</b>	<u>Navrhuje</u> rozšířit zónu 3 o území MČ Zličín	<u>Nevyhověno.</u> Hl.m.Praha chce nyní omezit reklamu v místech, kde by měl více převážít zájem na ochraně území z hlediska památkového nad možností nekontrolovatelného šíření reklamy, a proto je navrženo setrvat na plánovaných zónách vážícím se k území památkové rezervace v hlavním městě Praze (PPR), území památkových zón a území ochranného pásma PPR. Území MČ Zličín již nepatří do území, které by spadalo do ochranného pásma PPR. Chybí tak legitimní důvod, proč právě na tomto území by měla být reklama takto omezována.
<b>MHMP</b>		
<b>Odbor daní poplatků a cen</b>	Bez připomínek	
<b>Odbor Kancelář ředitele magistrátu</b>	<u>Doporučuje</u> uvést předpoklad nárůstu počtu kontrolorů, který s sebou rozšíření územní působnosti nařízení přinese.	Vyhověno

<p><b>Odbor legislativní a právní</b></p>	<p><u>Doporučuje</u> slova v úvodní větě „ve znění zákona č. 384/2005 Sb.“, nahradit slovy „ve znění zákona č. 138/2002 Sb.“</p> <p><u>Doporučuje</u> v čl. I. doplnit odkaz na přílohu.</p> <p><u>Doporučuje</u> v čl. I. v bodu 1 a také opakovaně v bodu 2 slova „reklamního nebo propagačního zařízení“, v souladu s terminologií aktuálního stavebního zákona nahradit slovy „informačního nebo reklamního zařízení“</p>	<p><u>Nevyhověno.</u> Podle čl. 65 odst. 2 Legislativních pravidel vlády platí, že <i>cituje-li se jednotlivé ustanovení právního předpisu, který byl novelizován několikrát, uvedou se kromě původního právního předpisu jen ty novely, kterými bylo toto ustanovení novelizováno a v jejichž znění je citované ustanovení platné v době citace.</i> Aktuální ustanovení § 2 odst. 1 písm. d) a § 2 odst. 5 zákona č. 40/1995 Sb., kterých se připomínka týká, <u>nemohou být dle přesvědčení zpracovatele „ve znění zákona č. 138/2002 Sb.“, jestliže byla do zákona vložena až v roce 2005.</u> Naopak tato ustanovení byla do § 2 vložena právě zákonem č. 384/2005 Sb., proto je uvedeno „ve znění zákona č. 384/2005 Sb.“.</p> <p><u>Vyhověno.</u> Doplněn odkaz na přílohu.</p> <p><u>Nevyhověno.</u> S ohledem na text zákonného zmocnění, na základě kterého je nařízení vydáno, byla ponechána původní terminologie stavebního zákona „šíření reklamy na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení“, přestože aktuálně platný stavební zákon již používá pojmu „informační nebo reklamní zařízení“. Dle názoru zpracovatele je primárně věcí zákonodárce, aby uvedl do souladu terminologii zákona o regulaci reklamy a stavebního zákona. Není účelem nařízení, aby tyto nedostatky napravovalo. Při aplikaci nařízení je původní pojem vykládán v kontextu pojmu nového, a v praxi tak nečiní tento nedostatek obtíže.</p>
---	---	---



	<p><u>Doporučuje</u> v čl. I. v bodu 1 slova „zvláštního právního předpisu“, v souladu s čl. 45 odst. 5 Legislativních pravidel vlády, nahradit slovy „jiného právního předpisu“</p> <p><u>Doporučuje</u> v čl. I. v bodu 1 nahradit text stávající poznámky pod čarou č. 2 odkazující na již zrušený stavební zákon zněním odkazujícím na aktuální stavební zákon.</p> <p><u>Doporučuje</u> v čl. I. v bodu 1 nahradit slova „Pražské památkové rezervace“, v souladu s nařízením vlády č. 66/1971 Sb., o památkové rezervaci v hlavním městě Praze, nahradit slovy „památkové rezervace v hlavním městě Praze“.</p> <p><u>Doporučuje</u> úvodní větu v čl. I. bodu 2 v souladu s čl. 47 odst. 3 a čl. 58 odst. 2 písm. i) Legislativních pravidel vlády, nahradit větou „V § 1 se za odstavec 1 vkládají odstavce 2 a 3, které včetně poznámky pod čarou č. 3a) znějí:“</p> <p><u>Doporučuje</u> v čl. I. v bodu 2 provést úpravy charakteru gramaticko-stylistického.</p>	<p><u>Vyhověno jinak.</u> Namísto užití textu „jiného právního předpisu“ v kombinaci s poznámkou pod čarou byl doplněn přímo do textu nařízení normativní odkaz v podobě slov „stavebního zákona“ + podle čl. 57 odst. 5 Legislativních pravidel vlády doplněn bod: Poznámka pod čarou č. 2) se zrušuje, a to včetně odkazů na poznámku pod čarou.“</p> <p><u>Vyhověno jinak.</u> Jak uvedeno u vypořádání připomínky výše, nenormativní odkaz „podle jiného právního předpisu“ doplněný poznámkou pod čarou č. 2 odkazující na stavební zákon byly zcela vypuštěny a nahrazeny normativním odkazem přímo v textu nařízení v podobě slov „stavebního zákona“.</p> <p><u>Vyhověno.</u> Ačkoliv nařízení již od doby svého vzniku v roce 2005 tradičně používá pojmu Pražská památková rezervace, byl pojem upraven tak, aby odpovídal uvedenému nařízení vlády.</p> <p><u>Vyhověno zčásti.</u> Věta nyní zní: „V § 1 se za odstavec 1 vkládají nové odstavce 2, 3 a 4, které včetně poznámky pod čarou č. 3a) znějí:“. Slovo „nové“ však podle čl. 58 odst. 2 písm. i) legislativních pravidel vlády zůstalo zachováno.</p> <p>Vyhověno.</p>
--	--	---

	<p><u>Doporučuje</u> bod 3 v čl. I. v souladu s čl. 58 odst. 2 písm. i) Legislativních pravidel, zrušit (a následující body přečíslovat) a větu „Dosavadní odstavec se označuje jako odstavec 4.“ uvést v závěru bodu 2 na samostatném řádku.</p>	<p>Vyhověno.</p>
	<p><u>Doporučuje</u> v čl. I. v bodu 4 za text „§ 4“ vložit slova „úvodní části“</p>	<p><u>Vyhověno</u> a navíc v souladu s čl. 58 odst. 6 písm. g) Legislativních pravidel vlády doplněno slovo „ustanovení“, tedy vložen text „Úvodní části ustanovení“.</p>
	<p><u>Doporučuje</u> v čl. I. v bodu 5 v úvodní části text „Za § 5 se vkládá“, v souladu s čl. 58 Legislativních pravidel vlády, nahradit textem „Doplňuje se“.</p>	<p>Vyhověno.</p>
	<p><u>Doporučuje</u> v čl. I. v bodu 5 slova „Příloha č. 1 k nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy“, v souladu s čl. 29 odst. 2 Legislativních pravidel vlády, nahradit slovy „Příloha k nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy“ uvedenými na samostatném řádku (umístěnými vpravo) a slova „Mapové znázornění oblastí regulace ve smyslu § 1 tohoto nařízení“, nahradit slovy „Mapové znázornění oblastí regulace“, v souladu s čl. 35 Legislativních pravidel vlády, uvedenými na samostatném řádku (umístěnými uprostřed).</p>	<p>Vyhověno.</p>
	<p><u>Doporučuje</u> v čl. II. číslovku označující pořadí měsíce v roce v souladu s čl. 53 Legislativních pravidel vlády, nahradit textovým označením měsíce.</p>	<p>Vyhověno.</p>
	<p><u>Doporučuje</u> stylistické, gramatické a drobné formulační úpravy chyb v psaní v textu důvodové zprávy.</p>	<p>Vyhověno částečně.</p>

<b>Odbor památkové péče</b>	<p><u>Navrhuje</u> poznámku pod čarou týkající se památkové zóny Vilová kolonie Ořechovka nahradit poznámkou pod čarou odkazující na vyhlášku č. 15/1991 Sb. hl. m. Prahy, o prohlášení části území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany, kterou byla tato památková zóna zřízena.</p> <p><u>Upozorňuje</u>, že nařízení obsahuje poznámku pod čarou odkazující na již zrušený stavební zákon.</p> <p><u>Navrhuje</u> úpravy chyb v psaní.</p>	<p><u>Vyhověno.</u> Nesprávná poznámka pod čarou byla nahrazena navrhou pod poznámkou pod čarou.</p> <p><u>Akceptováno.</u> Text nařízení byl upraven tak, že nenormativní odkaz „podle zvláštního právního předpisu“ doplněný zastaralou poznámkou pod čarou, byl nahrazen normativním odkazem na stavební zákon přímo v textu nařízení.</p> <p>Vyhověno.</p>
<b>Odbor zdravotnictví</b>	Bez připomínek	
<b>OSTATNÍ PŘIPOMÍNKOVÁ MÍSTA</b>		
<b>Městská policie hl.m.Prahy</b>	Bez připomínek	

<p><b>Ministerstvo průmyslu a obchodu</b></p>	<p><u>Doporučuje</u> zvážit důvodnost regulace v navrhované zóně 3, neboť zasahuje značným způsobem do práv podnikatelů a přitom zde není relevantní důvod pro omezování reklamy (chybí zájem na zachování historického vzhledu území jako v zónách 1 a 2, případně více odůvodnit potřebu regulace.</p> <p><u>Navrhuje</u> posunout účinnost z původně zamýšleného 1. ledna 2021 na 1. červenec 2021, neboť legisvakantní doba by byla příliš krátká, zejména s přihlédnutím k nasmlouvaným termínům pro šíření venkovní reklamy.</p> <p><u>Navrhuje</u> upravit důvodovou zprávu tak, že bude vypuštěna věta o tom, že zákonné zmocnění nedává prostor pro úpravu na celém území města, především z toho důvodu, že je nadbytečná za situace, kdy se takto plošné omezení nenavrhuje.</p> <p><u>Navrhuje</u> další drobné stylisticko-formulační změny v důvodové zprávě.</p>	<p><u>Vyhověno.</u> Doplněna důvodová zpráva.</p> <p>Vyhověno.</p> <p>Vyhověno.</p> <p>Vyhověno.</p>
<p><b>Technická správa komunikací hl.m.Prahy, a.s.</b></p>	<p>Bez připomínek</p>	

**Pracovní úplné znění textu nařízení**

Nařízení č. 26/2005 Sb. hl.m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění nařízení č. 9/2007 Sb. hl.m. Prahy, nařízení č. 10/2010 Sb. hl.m. Prahy, nařízení č. 19/2014 Sb. hl. m. Prahy, nařízení č. 1/2017 Sb. hl. m. Prahy, a nařízení č. ....  
Sb. hl.m. Prahy

Rada hlavního města Prahy se usnesla dne 29. 11. 2005 podle § 44 odst. 2 zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění zákona č. 320/2002 Sb., a § 2 odst. 1 písm. f) a odst. 6 zákona 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, ve znění zákona č. 384/2005 Sb., vydat toto nařízení:

§ 1

~~(1) Reklama šířená komunikačními médii podle § 3 na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu<sup>2)</sup> se na území Pražské památkové rezervace<sup>3)</sup> a přilehlém území ohraničeném východní frontou domů Legerovy ulice po křižovatku s ulicí Rumunskou, dále jižní frontou domů Rumunské ulice, náměstím Míru, severozápadní frontou domů Anglické ulice po křižovatku s ulicí Legerovou, a dále východní frontou domů Legerovy ulice zakazuje.~~

(1) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. a) až h) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona se na území památkové rezervace v hlavním městě Praze<sup>3)</sup> zakazuje.

(2) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. a), b), c) a g) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona se na

- a) území památkové zóny „Vinohrady, Žižkov, Vršovice“ v městských částech Praha 2, Praha 3 a Praha 10<sup>7)</sup>,
  - b) území památkové zóny „Nusle“ v městských částech Praha 2 a Praha 4<sup>7)</sup>,
  - c) území památkové zóny „Karlín“ v městské části Praha 8<sup>7)</sup>,
  - d) území památkové zóny „Dejvice, Bubeneč, horní Holešovice“ v městských částech Praha 6 a Praha 7<sup>7)</sup>,
  - e) území památkové zóny „Smíchov“ v městské části Praha 5<sup>7)</sup>,
  - f) území památkové zóny „Vilová kolonie Ořechovka“ v městské části Praha 6<sup>8)</sup>,
- zakazuje.

(3) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. c) a g) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona se na katastrálních územích Vinohrady, Žižkov, Karlín, Holešovice, Bubeneč, Dejvice, Střešovice, Smíchov, Podolí, Nusle, Vršovice, Libeň, Troja, Vokovice, Veleslavín, Břevnov, Motol, Košíře, Radlice, Braník, Krč, Michle, Strašnice, Malešice a Hrdlořezy zakazuje. Tento postup se neuplatní v částech katastrálních území spadajících pod území vymezená v odstavcích 1 nebo 2.

(4) Mapové znázornění oblastí vymezených v odstavcích 1, 2 a 3 je obsaženo v příloze k tomuto nařízení.

(5) Veřejně přístupným místem mimo provozovnu (dále jen „veřejně přístupné místo“) se pro účely tohoto nařízení rozumí prostory přístupné každému bez omezení, tedy sloužící obecnému užívání, a to bez ohledu na vlastnictví k tomuto prostoru.

## § 2

Reklama podle § 1 odst. 1 je zakázána od 0.00 hodin do 24.00 hodin.

## § 3

Komunikačními médii, kterými nesmí být šířena reklama na veřejně přístupných místech, jsou:

a) letáky, navštívenky, vizitky, brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály šířené vůči neznámému adresátovi,

b) plakáty z jakéhokoli materiálu, fólie s potiskem, kromě fólií na dopravních prostředcích, dále tabule, tyče, pulty, či jiné konstrukce a zařízení, ať pohyblivé, nesené, **stojící**, opřené či zavěšené, včetně jejich osvětlení, upoutané balóny nebo jiné tvary a plovoucí předměty,

c) dodatečné konstrukce na dopravních prostředcích prezentující reklamu jakýmkoli způsobem,

d) zařízení šířící reklamu zvukem či obrazem, s výjimkou rozhlasového a televizního vysílání<sup>4)</sup>,

e) dopravní prostředky, umístěné na veřejně přístupném místě za účelem šíření reklamy nebo dopravní prostředky, u nichž je hlavním účelem jízdy šíření reklamy.

f) reklamní periodický tisk<sup>4a)</sup>,

g) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na přílehlající pozemní komunikaci po dobu provádění stavebních prací na objektu, který kryjí, pokud tyto převěsy a plachty zároveň zobrazují tento objekt a plocha vlastní reklamy nečiní více než 20 % celkové plochy převěsu nebo plachty

h) reklamní převleky, do nichž jsou oblečeny osoby, které se pohybují nebo postávají.

#### § 4

Zákaz podle § 1 ~~odstavce 1~~ se nevztahuje na

a) propagaci charitativních akcí, prezentaci politických stran a hnutí, včetně volební prezentace,

b) shromáždění, pouliční průvody a manifestace svolané podle zvláštního právního předpisu<sup>6)</sup>.

#### § 5

Toto nařízení nabývá účinnosti dnem 15. prosince 2005.

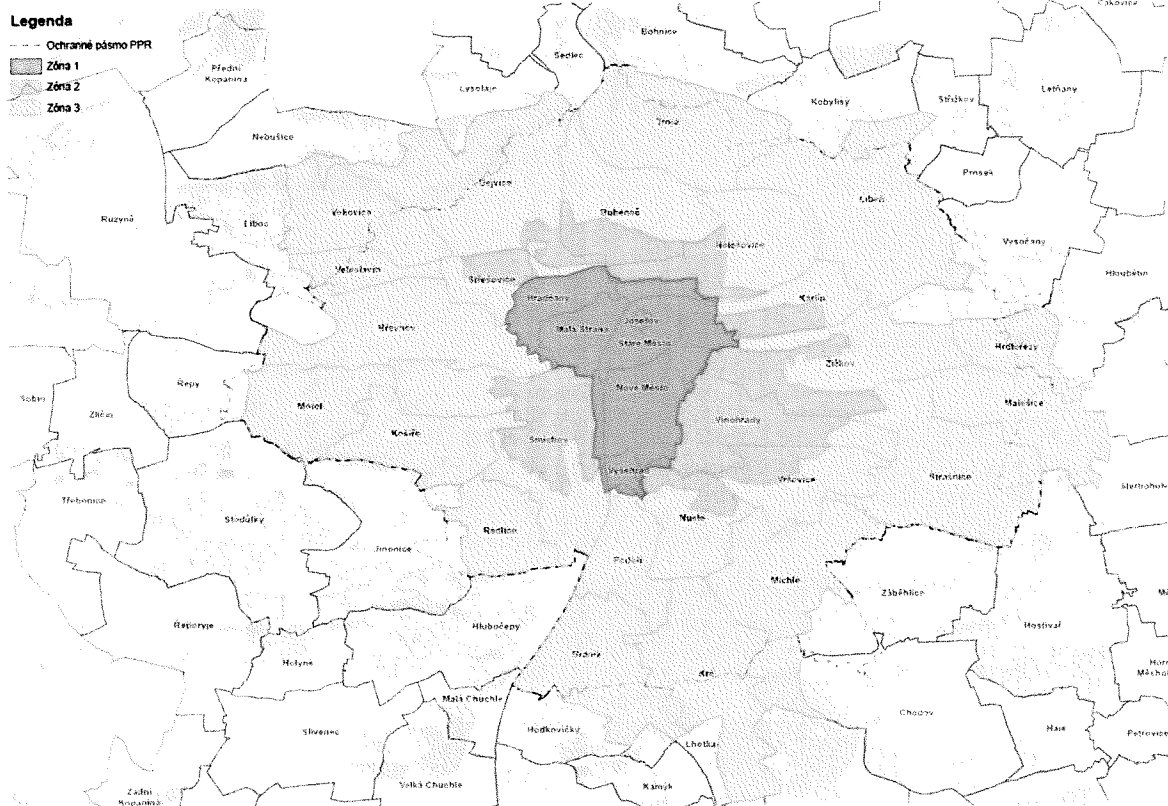
**MUDr. Pavel Bém, v. r.**

primátor hlavního města Prahy

**Mgr. Rudolf Blažek, v. r.**

náměstek primátora hlavního města Prahy

## Mapové znázornění oblastí regulace



1) zrušena

2) § 71 odst. 2 zákona č. 50/1976 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon), ve znění zákona č. 83/1998 Sb.

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

4) Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

4a) § 3 písm. a) zákona č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon).

6) Zákon č. 84/1990 Sb., o právu shromažďovacím, ve znění pozdějších předpisů.

7) Vyhláška č. 10/1993 Sb. hl. m. Prahy, o prohlášení částí území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany.

8) Vyhláška č. 15/1991 Sb. hl. m. Prahy, o prohlášení částí území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany.



**Připomínkový list k tisku č. R-38414**

**Připomínkové místo: MHMP - LEG MHMP**

5. 11. 2020 15:34

**podepsáno - potvrzeno**

<b>Zadavatel</b> <b>Typ Připomínky</b> <b>Datum</b>	<b>Text připomínky</b>	<b>Zpracovatel</b> <b>Vyporádáno</b>	<b>Stanovisko zpracovatele</b>
Jindřich Lorenc Poznámka 5. 11. 2020 10:05:07	V čl. I bod 1. návrhu nařízení je nutno v souladu s čl. 57 odst. 2 písm. c) Legislativních pravidel vlády slova "§ 1 odst. 1" nahradit slovy "V § 1 odstavce 1".	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno
Jindřich Lorenc Poznámka 5. 11. 2020 10:06:28	V čl. I bod 1. návrhu nařízení je nutno vypustit uvozovky na konci textu za slovem "čarou.".	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno
Jindřich Lorenc Poznámka 5. 11. 2020 10:15:48	V čl. I bod 2. návrhu nařízení je nutno v souladu s čl. 47 odst. 3 Legislativních pravidel vlády poznámky pod čarou č. 3a a 3b označit jako poznámky pod čarou č. 7 a 8. Zároveň doporučujeme v souladu s vžitou legislativní praxí tyto poznámky pod čarou uvést až za odstavce 4, nikoli mezi odstavce 3 a 4.	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno
Jindřich Lorenc Poznámka 5. 11. 2020 10:19:33	V čl. I bod 5 návrhu nařízení je nutno vypustit čárku za slovem "nápisu", protože nejde o další vedlejší větu (tou je celý text "která včetně nadpisu zní:").	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno
Jindřich Lorenc Poznámka 5. 11. 2020 10:21:41	V čl. II návrhu nařízení je nutno v souladu s čl. 53 odst. 1 písm. b) bod 1 Legislativních pravidel vlády slovo "dne" nahradit slovem "dnem".	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno

**Připomínkový list k tisku č. R-38414**  
**Připomínkové místo: MHMP - LEG MHMP**

5. 11. 2020 15:34  
podepsáno - potvrzeno

**Připomínkový list k tisku č. R-38414**

Připomínkové místo: **zástupkyně ředitele MHMP pro Sekci služeb občanům**

4. 11. 2020 16:56

**podepsáno - potvrzeno**

<b>Zadavatel</b> <b>Typ Připomínky</b> <b>Datum</b>	<b>Text připomínky</b>	<b>Zpracovatel</b> <b>Vypořádáno</b>	<b>Stanovisko zpracovatele</b>
Ing. Alice Mezková bez připomínek 4. 11. 2020 16:56:05	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	neurčeno	

**Připomínkový list k tisku č. R-38414**

**Připomínkové místo: náměstek primátora Ing. Adam Scheinherr, MSc., Ph.D.**

5. 11. 2020 18:09  
podepsáno - potvrzeno

Zadavatel Typ Připomínky Datum	Text připomínky	Zpracovatel Vypořádáno	Stanovisko zpracovatele
Alena Hobrlandová bez připomínek 5. 11. 2020 18:09:48	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	neurčeno	

**Připomínkový list k tisku č. R-38414**Připomínkové místo: **primátor hl.m. Prahy**

16. 11. 2020 13:45

**podepsáno - potvrzeno**

<b>Zadavatel</b> <b>Typ Připomínky</b> <b>Datum</b>	<b>Text připomínky</b>	<b>Zpracovatel</b> <b>Vypořádáno</b>	<b>Stanovisko zpracovatele</b>
Mgr. Marek Šafa bez připomínek 16. 11. 2020 13:45:24	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	neurčeno	

**Připomínkový list k tisku č. R-38414**

**Připomínkové místo: náměstek primátora Ing. Petr Hlubuček**

11. 11. 2020 14:22  
podepsáno - potvrzeno

Zadavatel Typ Připomínky Datum	Text připomínky	Zpracovatel Vypořádáno	Stanovisko zpracovatele
Iva Bláhová Poznámka 11. 11. 2020 14:05:59	Je třeba aktualizovat termín.	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno
Iva Bláhová Poznámka 11. 11. 2020 13:50:18	na první čtení chybí body b) - f) ... doporučila bych se odvolat na členění dle bodu l.(zóny 1)	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno
Iva Bláhová Poznámka 11. 11. 2020 13:50:54	S ohledem na počet stran DZ, doporučuji vložit i číslování dokumentu.	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno
Iva Bláhová Poznámka 11. 11. 2020 13:44:41	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno
Iva Bláhová Poznámka 11. 11. 2020 13:59:24	Dle zvyklosti a tvorby materiálů pro předklad v RHMP i ZHMP stačí uvést "Součástí materiálu jsou přílohy důvodové zprávy: Př. č. 1 - vypořádání připomínek, Př. č. 2 - Pracovní úplné znění.....". Tyto přílohy pak nahrát jako dvě samostatné přílohy DZ a přeregistrovat nejen kořilku, ale celý materiál, aby vznikl nový e-book.	Staňková Martina JUDr.,MHMP - ZIO MHMP akceptováno	Akceptováno

**Připomínkový list k tisku č. R-38414**

**Připomínkové místo: náměstek primátora Ing. Petr Hlubuček**

11. 11. 2020 14:22

**podepsáno - potvrzeno**

**Připomínkový list k tisku č. R-38414**Připomínkové místo: **náměstek primátora Pavel Vyhnánek, M.A.**

		10. 11. 2020 11:45 podepsáno - potvrzeno	
Zadavatel	Text připomínky	Zpracovatel	Stanovisko zpracovatele
Typ Připomínky		Vypořádáno	
Datum			
Markéta Pechačová bez připomínek 10. 11. 2020 11:45:08	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	neurčeno	



**Připomínkový list k tisku č. R-38414**

Připomínkové místo: **radní JUDr. Hana Kordová Marvanová**

12. 11. 2020 8:55  
podepsáno - potvrzeno

Zadavatel Typ Připomínky Datum	Text připomínky	Zpracovatel Vypořádáno	Stanovisko zpracovatele
Ing. Vladana Straková bez připomínek 12. 11. 2020 08:55:13	Bez připomínek nebo zobrazena pouze v náhledu	neurčeno	



HLAVNÍ MĚSTO PRAHA  
MAGISTRÁT HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY  
Odbor živnostenský a občanskosprávní  
Oddělení kontrolně metodické

MHMP ZIO/356155/2020

## Návrh a odůvodnění aktualizace nařízení 26/2005 Sb. hl. m. Prahy

### Funkce a charakter materiálu:

Na základě usnesení Rady hl. m. Prahy č. 2640 ze dne 2. 12. 2019 byl Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy, ve spolupráci s dalšími odbory MHMP, pověřen zpracovat podklady pro aktualizaci znění nařízení 26/2005 Sb. hl. m. Prahy. Tento materiál novelizuje stávající nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu tak, že rozšiřuje území, na kterém je šíření reklamy prostřednictvím vybraných komunikačních médií zakázáno. Jedná se o interní neveřejný materiál, který je určen k projednání mezi dotčenými aktéry.

### Současný stav segmentu venkovní reklamy:

Nařízení 26/2005 Sb. hl. m. Prahy na základě zmocnění v § 2 odst. 1 písm. d a odst. 5 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování a rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, v současné době zakazuje reklamu šířenou na veřejně přístupných místech mimo provozovnu na území pražské památkové rezervace a částečně na území MČ Praha 2. Na tomto území je vyloučena venkovní reklama, která podle zákona není považována za stavbu pro reklamu nebo reklamní zařízení, případně není povolována na základě jiného zmocnění. Nejčastěji do tohoto segmentu patří plachty, bannery, převěsy, reklamní stojany a plakáty, které nejsou označením provozovny. Dále lze jmenovat letáky, převleky, zvukové šíření a reklamu na dopravních prostředcích. Na základě platného nařízení může veřejná správa takové reklamní plochy ve správním řízení pokutovat a vyžadovat jejich odstranění.

Legalizovat takový typ venkovní reklamy, tedy takové šíření reklamy, je tak pouze částečně možné v rámci stavebního řízení jako dočasnou stavbu nebo zařízení pro reklamu. V rámci tohoto řízení je nutné splnit požadavky nařízení č. 10/2016 Sb. hl. m. Prahy (Pražských stavebních předpisů), které regulují umístění venkovní reklamy, formát a velikost či konstrukční stabilitu nosiče. V rámci stavebního řízení mají navíc příležitost se k danému záměru vyjádřit také dotčené orgány státní správy (např. orgán památkové ochrany, orgán ochrany životního prostředí atp.).

### Zdůvodnění předkládaného návrhu úpravy nařízení

Reklama, vyskytující se ve veřejném prostoru, se stala součástí každodenního vnímání okolí, tedy něčím, co každý z nás, který se v daném prostoru vyskytuje, nemůže zcela ignorovat. Není možno

se s jejím působením neseťkat, aniž by kdokoli měl předem možnost volby, zda množství nebo její vzhled akceptuje. Všudypřítomná reklama významně ovlivňuje schopnost vnímání okolí a její nevhodně zvolený grafický vzhled, množství nebo zvolená forma může způsobovat naprosto destruktivní zásah do vnějšího prostoru, a to zejména v místech, která nesou určitý městský ráz, jsou chráněna památkově, či jsou významným architektonickým objektem nebo klidovou zónou města. Venkovní reklama je důležitou součástí komunikace ve veřejném prostoru a z toho důvodu hlavní město Praha neusiluje o její úplnou eliminaci. Cílem je naopak zavedení koncepčního přístupu k reklamě, tj. vymezení formátů, ploch a míst, kde může venkovní reklama existovat v kultivované a nerušící formě. Jedním z příkladů tohoto úsilí jsou schválená pravidla pro reklamu na sloupech a stožárech na veřejných prostranstvích účinná od roku 2018. Vybrané sloupy veřejného osvětlení jsou nyní určeny jako tradiční a výchozí legální prostor pro umístování maloformátové reklamy na území hlavního města. Ostatní plochy a zejména nelegálně umístovaná maloformátová reklama by měly být postupně vyloučeny.

Další regulace, která by měla omezit, či zakázat některé druhy komunikačních médií, je vyvolána vývojem, který s sebou přinesl nové formy, materiály a technická řešení, stejně jako nová reklamní média, jak je patrné z aktuálního dlouhodobého vyhodnocení dopadu nežádoucích médií v působnosti platného předpisu.

Stávající nařízení soustřeďuje zákaz reklamy na území Pražské památkové rezervace. Zákaz je tedy odůvodňován snahou o udržení autentického historického (historizujícího) prostředí v centru města. Předkládaná úprava nařízení navrhuje změnu tohoto základního východiska - zdůvodňuje kultivaci venkovní reklamy snahou o zvýšení kvality veřejných prostranství obecně a v širším měřítku. Mezi současné trendy městského plánování patří koncepční péče o veřejná prostranství, udržitelný rozvoj, inkluzivnost tj. využitelnost pro všechny skupiny uživatelů a celková kvalita všech veřejných prostranství bez ohledu na jejich stáří a historickou hodnotu. Toto východisko se sice vztahuje k celému území města, avšak rámec zákonného zmocnění pro regulaci, daný zákonem č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy nedává prostor pro úpravu na celém území města. Proto předkládané řešení po vyhodnocení stavu navrhuje rozšířit prostorové působení zákazu pro některá komunikační média na tři oblasti s odlišným stupněm regulace. Při stanovení jednotlivých pásem bylo zohledněno několik vzájemně provázaných parametrů, a to zejména zájem na udržení autentického historického prostředí, přičemž je evidentní, že zásah do vnějšího prostoru v zájmu ochrany před dopady, způsobenými živelnou reklamou, se logicky nemůže omezit pouze na oblast, která požívá nejvyšší kulturní či památkovou ochranu, ale i na území, která se nacházejí v tzv. ochranném pásmu památkové rezervace. Při novelizaci je navrhováno zachování nejpřísnější regulace na území Pražské památkové rezervace, kdy v zájmu sjednocení právního prostředí zůstane zachováno dotčené území tak, jak je vymezeno Nařízením vlády České socialistické republiky č. 66/1971 Sb., o památkové rezervaci v hlavním městě Praze, tedy bez území, doplněných na základě vývoje v minulých letech. Druhé pásmo, tedy území se stále velmi přísnou regulací bude nově vymezeno oblastí památkových zón, a to pouze těch, které přiléhají k území PPR, aby zůstal zachován princip, kdy směrem k okraji města je postupováno od nejpřísnější k méně přísné regulaci zakázaných reklamních komunikačních médií. Oblast dotčených památkových zón je pro každou z nich zcela jasně vymezena obecně závaznými vyhláškami. Třetí pásmo pak bylo stanoveno na základě katastrálních území, která se po mnoha zvažovaných alternativách ukázala jako jediná, přesně definovatelná s tím, že do uvedeného pásma byla zahrnuta pouze ta katastrální území, jejichž plocha je tvořena územím s vyšším podílem ochranného pásma památkové rezervace v hl. m. Praze tedy než 30 %. Mapový podklad je přílohou nařízení.

## Účel úpravy nařízení :

- Kultivace venkovní reklamy na území hlavního města Prahy
- Kultivace, vyšší kvalita a stupeň udržovanosti veřejných prostranství
- Získání kontroly veřejné správy nad nepodchyceným segmentem venkovní reklamy
- Zavedení časové regulace – dočasnosti pro nepodchycený segment venkovní reklamy
- Získání kontroly veřejné správy nad statickou a konstrukční bezpečností reklamních ploch nepodchyceného segmentu venkovní reklamy
- Omezení druhů povolených nosičů
- Omezení velikosti reklamních ploch, vnímání většího množství reklamních ploch pohromadě jako jednu reklamu

## Návrh rozšíření:

**1. Zákaz reklamy šířené na veřejně přístupných místech mimo provozovnu na území Pražské památkové rezervace (zóna 1) je navržen ponechat ve v podstatě stávajícím rozsahu, tj. pro následující komunikační média (s navrženou úpravou písmene b):**

*a) letáky, navštívenky, vizitky, brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály šířené vůči neznámému adresátovi,*

*b) plakáty z jakéhokoli materiálu, fólie s potiskem, kromě fólií na dopravních prostředcích, dále tabule, tyče, pulty, či jiné konstrukce a zařízení, ať pohyblivé se, nesené, **stojící**, opřené či zavěšené, včetně jejich osvětlení, upoutané balóny nebo jiné tvary a plovoucí předměty,*

*c) dodatečné konstrukce na dopravních prostředcích prezentující reklamu jakýmkoli způsobem,*

*d) zařízení šířící reklamu zvukem či obrazem, s výjimkou rozhlasového a televizního vysílání,*

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

*f) reklamní periodický tisk,*

*g) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na přiléhající pozemní komunikaci po dobu provádění stavebních prací na objektu, který kryjí, pokud tyto převěsy a plachty zároveň zobrazují tento objekt a plocha vlastní reklamy nečiní více než 20 % celkové plochy převěsu nebo plachty;*

*h) reklamní převleky, do nichž jsou oblečeny osoby, které se pohybují nebo postávají.*

Zakázaná komunikační média je navrhováno rozšířit o stojící, zejména s ohledem na vývoj v dané oblasti, kdy spolu s rozvojem nových technologií, původní prostor, který byl vymezen pro „reklamní stojky typu A“, je pravidelně zneužíván pro instalaci řady nových zařízení, ať již se jedná o stojany, v nichž jsou upevněny různé reklamní poutače z textilií, plastů, fólií, plakáty apod. Zároveň dochází ke geometrickému nárůstu poutačů nejen u jednotlivých provozoven, ale i v přilehlých částech veřejného prostoru. Rovněž lze spolehlivě konstatovat, že úprava jejich umístění formou záboru veřejného prostranství se zcela míjí účinkem, a to především s ohledem na nedostatečnou kapacitu a možnosti jednotlivých ÚMČ. V neposlední řadě je na místě zohlednit snahu o dosažení bezbariérového prostoru, vstřícného nejen k osobám se zrakovým či tělesným postižením, ale rovněž k osobám s dětskými kočárky, dětem a k osobám v pokročilém věku.

**2. Zákaz reklamy šířené na veřejně přístupných místech mimo provozovnu na území hlavního města Prahy v památkových zónách (zóna 2) je navržen pro následující komunikační média:**

*a) letáky, navštívenky, vizitky, brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály šířené vůči neznámému adresátovi,*

*b) plakáty z jakéhokoli materiálu, fólie s potiskem, kromě fólií na dopravních prostředcích, dále tabule, tyče, pulty, či jiné konstrukce a zařízení, ať pohybuující se, nesené, **stojící**, opřené či zavěšené, včetně jejich osvětlení, upoutané balóny nebo jiné tvary a plovoucí předměty,*

*c) dodatečné konstrukce na dopravních prostředcích prezentující reklamu jakýmkoli způsobem,*

*g) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na přiléhající pozemní komunikaci po dobu provádění stavebních prací na objektu, který kryjí, pokud tyto převěsy a plachty zároveň zobrazují tento objekt a plocha vlastní reklamy nečiní více než 20 % celkové plochy převěsu nebo plachty;*

Úprava zamýšlené oblasti v sobě zahrnuje snahu maximální ochrany prostoru, při zachování zásady proporcionality dopadu na veřejný prostor spolu se zachováním možnosti prezentace podnikatelských a jiných subjektů. S ohledem na tuto skutečnost byla vymezena komunikační média, která jsou svým vlivem na prostředí nejvíce rušivá.

**3. Zákaz reklamy šířené na veřejně přístupných místech mimo provozovnu na území hlavního města Prahy ve vybraných katastrálních územích (zóna 3) je navržen pro následující komunikační média:**

*c) dodatečné konstrukce na dopravních prostředcích prezentující reklamu jakýmkoli způsobem,*

*g) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na přiléhající pozemní komunikaci po dobu provádění stavebních prací na objektu, který kryjí, pokud tyto převěsy a plachty zároveň zobrazují tento objekt a plocha vlastní reklamy nečiní více než 20 % celkové plochy převěsu nebo plachty;*

Vzhledem k potřebě vymezení jen takových komunikačních médií, která jsou svým vlivem na prostředí nejvíce rušivá, byla zvolena uvedená komunikační média, a to s přihlédnutím ke snahám některých subjektů umísťovat do veřejného prostoru, který dosud regulaci nepodléhá, zařízení či konstrukce, upevněné na karosériích (mnohdy nepojízdných) dopravních prostředků nebo přívěsných vozíků. Stejně palčivým problémem je umísťování reklamních plachet a převěsů na všechny dostupné objekty, kde lze reklamní sdělení vnímat ze strany potenciačních zákazníků, převážně chodců a řidičů. Tato média jsou instalována převážně pomocí horolezecké techniky do fasád, na ohrazení a oplocení, stejně jako na zábradlí, sloupy a jiné konstrukce.

## **Důsledky navrhované aktualizace:**

**Rozšířením prostorového působení nařízení pro komunikační média vyjmenovaná pro jednotlivé oblasti dojde k synergickému efektu s dalšími předpisy:**

- 1) předmětná reklamní plocha bude považována za nelegální – šířitel reklamy bude pokutován a vyzván k odstranění zakázaného komunikačního média.
- 2) případně bude tento nosič posuzován jako stavba či zařízení pro reklamu a jako takový bude muset získat územní souhlas dotčeného odboru výstavby.
- 3) obsahové sdělení se případně přemístí na k tomu určenou oficiální plochu - např. sloup veřejného osvětlení, plakátovací plochu či zařízení dle stavebních předpisů

## **Personální zabezpečení**

**Požadavek ZIO MHMP na větší počet kontrolorů:**

S ohledem na stávající počet kontrolorů (10+1), kdy je ročně provedeno více než 500 kontrol a místních zjištění, s následným postihem šířitele v navazujícím řízení v oblasti zakázaných komunikačních médií, není možné při takto významném nárůstu územní působnosti postihnout bez navýšení počtu pracovníků. Je zřejmé, že nárůst řešených případů v případě přijetí novely, která postihne významnou část území města, byť jen o část zakázaných komunikačních médií, bude nutno se vypořádat s tlakem veřejnosti i volených orgánů na dotčeném území a zejména v oblasti velkých komunikačních médií lze očekávat obstrukční jednání dosavadních šířitelů při postihu a odstraňování těch, která budou v rozporu s navrhovanou úpravou. I jen samotné administrativní zpracování jednotlivých podnětů a zjištění přinese zvýšenou zátěž při komunikaci se stavebními odbory jednotlivých městských částí, stejně jako s dalšími subjekty. Z uvedeného důvodu, po posouzení všech objektivních skutečností považujeme za nezbytné navýšení personálního stavu oddělení o 6 pracovníků, neboť dozor nad regulací reklamy není jedinou jeho kompetencí s působností na celém území města.

Významnou oblastí dozoru je vedle regulace reklamy rovněž kontrola dodržování nařízení č. 9/2011 Sb. hl. m. Prahy, kterým se vydává tržní řád. Od roku 2017, kdy došlo k přenesení působnosti na základě novely zákona o přestupcích, zaznamenala právě tato oblast značný nárůst. Takto bylo například v roce 2019 provedeno dalších 834 kontrol a místních zjištění s návazným řízením o přestupku, za porušení právě tržního řádu, což tvoří 62 % celkového počtu kontrol. V oblasti zakázané reklamy lze zmínit dosud více než 500 výše uvedených řešených případů ročně.

Po novele nařízení pak dojde k nárůstu regulovaného území z dosavadních 9 077 590 m<sup>2</sup> na 111 439 453 m<sup>2</sup>, v praxi tedy téměř dvanáctinásobnému. Přestože výčet zakázaných médií nebude na všech územích shodný, stále přetrvává nutnost celou postihovanou oblast zkontrolovat a pořídit potřebné podklady pro navazující řízení, včetně povinnosti ověřit, zda nepovolená média byla skutečně odstraněna.

Rozšíření nařízení nebude i při vyšší kapacitě kontrolorů možné plošně zcela pokrýt. Kontroloři proto budou muset aplikovat obdobný postup jako nyní, upřednostňovat řešení závažnějších porušení tohoto nařízení, stejně tak bude nutno se soustředit primárně na viditelnější příklady porušení nařízení, např. na frekventovaných místech spíše než v odlehlých lokalitách.

S uvedenou potřebou pak úzce souvisí nutnost získání pracovního zázemí (kanceláří a jejich vybavení) pro rozšířený tým kontrolorů, neboť současná kapacita pracoviště je zcela naplněna a při uplatňování procesních práv účastníků, provádění důkazů a zachování zásad bezpečnosti a ochrany osobních údajů není možno navýšit počet pracovníků ve stávajících kancelářích.

### **Účinnost navrhované aktualizace:**

Po zvážení všech okolností, zejména s přihlédnutím k legislativnímu procesu, platným smlouvám, vynaloženým nákladům podnikatelů apod., navrhujeme účinnost novely nařízení k 1.1.2021.

Nařízení se navrhuje vydat jako novelu platného nařízení vzhledem k tomu, že dochází především ke změně území působnosti a rozšíření zakázaných komunikačních médií, nikoli k zásadním změnám obsahu předpisu.

Přílohy:           1 - ustanovení PSP, která se na stavby pro reklamu vztahují:  
                          2 - pracovní úplné znění nařízení s komentářem promítnuté do stávajícího textu s vyznačením změn (tučně)

Zpracovali: JUDr. Eva Novaková, JUDr. Martina Staňková, Mgr. Karel Svitavský, Mgr. Kristýna Drápalová, Ing. arch. Martin Špičák, Mgr. Martin Králík

28.2.2020

**Ustanovení PSP, která se na stavby pro reklamu vztahují:**

**Úprava reklamy předpisy stavebními,**

(1) Stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení se umísťují tak, aby nenarušovaly architektonický, urbanistický, krajinný nebo pietní charakter prostředí, neohrožovaly bezpečnost provozu na pozemních komunikacích a drahách, neobtěžovaly nepřiměřeně okolí hlukem anebo světlem a nezasahovaly do korunového a kořenového prostoru stromů.

(2) Stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení s plochou panelu nad 4 m<sup>2</sup> lze v památkových rezervacích a památkových zónách 1 umístit pouze, jsou-li určeny ke zprostředkování informace, která nemá reklamní povahu. Omezení se nevztahuje na stavby a zařízení umístěné na dočasných ohrazených staveništích.

(3) Stavby pro reklamu nebo reklamní či informační zařízení, které společně vytvářejí jeden celek nebo mohou být jako jeden celek vnímány, se pro účely § 77 až 82 považují za jedinou stavbu pro reklamu nebo reklamní či informační zařízení.

(4) Plochou panelu se pro účely § 77 až 82 rozumí plocha panelu, popřípadě jiná plocha nebo více ploch sloužící k zobrazení reklamy nebo informace; vícestranné panely se započítávají pouze jednou.

(1) Samostatně stojící stavby pro reklamu a samostatně stojící reklamní a informační zařízení s plochou panelu větší než 4 m<sup>2</sup> lze v památkových rezervacích a památkových zónách umístit pouze, jsou-li určeny ke zprostředkování informace, která nemá reklamní povahu, nebo označují-li konkrétní provozovnu nebo budovu instituce; tyto musí být umístěny na pozemku stavby, kterou označují, nebo v její bezprostřední blízkosti.

(2) Nestanoví-li územní nebo regulační plán v souladu s § 83 odst. 2 jinak, musí být vzájemný odstup mezi jednotlivými samostatně stojícími stavbami pro reklamu nebo samostatně stojícími reklamními a informačními zařízeními s plochou panelu větší než 4 m<sup>2</sup> v metrech roven nejméně trojnásobku plochy panelu větší z těchto staveb nebo zařízení v metrech čtverečních, ne však méně než 100 m, vždy po jedné straně pozemní komunikace. Ustanovení se nevztahuje na stavby a zařízení, jsou-li určeny ke zprostředkování informace, která nemá reklamní povahu 33, nebo označují-li konkrétní provozovnu nebo budovu instituce; tyto musí být umístěny na pozemku stavby, kterou označují, nebo v její bezprostřední blízkosti.

(3) V parcích, lesích, přírodních parcích, zvláště chráněných územích a jejich ochranných pásmech, stromořadích, na mostech přes vodní toky a v pěších cestách nelze umístit samostatně stojící stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení, vyjma zařízení s plochou panelu menší než 4 m<sup>2</sup> určených ke zprostředkování informace, která nemá reklamní povahu, nebo zařízení, která označují konkrétní provozovnu nebo budovu instituce; tyto musí být umístěny na pozemku stavby, kterou označují, nebo v její bezprostřední blízkosti. Ve vodních plochách a tocích a výsadbových prostorech pro stromy nelze umístit samostatně stojící stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení.

(4) Samostatně stojící stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení se v souladu s § 16 odst. 3 ve veřejném prostranství umísťují tak, aby nepřiměřeně neomezovaly pěší pohyb a aby byl zachován průchod o čisté šířce nejméně 1,5 m.

(5) Samostatně stojící stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení v průtočném záplavovém území musí umožnit průchod povodňových průtoků včetně povodní unášených předmětů a plavenin.



(1) Nestanoví-li územní nebo regulační plán v souladu s § 83 odst. 2 jinak, reklamní a informační zařízení umístěné kolmo k fasádě nesmí vystupovat více než 0,8 m před fasádu a nesmí přesáhnout plochu panelu 6,5 m<sup>2</sup>.

(2) Nestanoví-li územní nebo regulační plán v souladu s § 83 odst. 2 jinak, stavby pro reklamu kolmo k fasádě nelze umístit.

(1) Nestanoví-li územní nebo regulační plán v souladu s § 83 odst. 2 jinak, stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení umístěné na fasádě a předsazené před fasádou:

a) musí být mimo parter staveb s vývěsními štíty složené pouze z písmen, číslic a log;

b) nesmí být vyšší než 2 m, mají-li převažující horizontální rozměr, a širší než 1,5 m, mají-li převažující vertikální rozměr.

(2) Odstavec 1 se nevztahuje na stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení, pokud jsou součástí architektonického řešení stavby, pokud jsou umístěny na slepých štítových stěnách a slepých fasádách nebo pokud jsou určeny ke zprostředkování informace, která nemá reklamní povahu.

(3) Stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení umístěné na slepých štítových stěnách a slepých fasádách nesmí přesáhnout jejich obrys.

(1) Reklamní a informační zařízení umístěné na oplocení s výjimkou dočasných ohrazení stavenišť nesmí mít plochu panelu větší než 4 m<sup>2</sup> a smí sloužit výhradně k označení konkrétní provozovny nebo budovy instituce.

(2) Reklamní a informační zařízení umístěné na opěrných zdech nesmí mít plochu panelu větší než 6 m<sup>2</sup>.

(3) Stavby pro reklamu nelze umístit na oplocení a opěrných zdech s výjimkou dočasných ohrazení stavenišť.

(4) Stavby pro reklamu umístěné na dočasných ohrazení stavenišť a reklamní a informační zařízení umístěné na oplocení a opěrných zdech nesmí přesahovat jejich výšku o více než 0,3 m.

(5) Stavby pro reklamu a reklamní a informační zařízení nelze umístit na zábradlí ve veřejném prostranství.

Další alternativou je povolit danou reklamní plochu (pokud se nachází v ochranném pásmu pozemní komunikace) jako zvláštní užívání příslušné pozemní komunikace. Takové povolení podléhá předchozímu souhlasu vlastníka nemovitosti a Policie ČR.

#### **Ustanovení zákona o pozemních komunikacích:**

(1) Zřízení a provozování reklamního zařízení v silničním ochranném pásmu podléhá povolení.

(2) Zřízení a provozování reklamního zařízení lze povolit pouze, není-li zaměnitelné s dopravními značkami, světelnými signály, zařízeními pro provozní informace nebo s dopravními zařízeními a nemůže-li oslnit uživatele dotčené pozemní komunikace nebo jinak narušit provoz na pozemních komunikacích.

(3) Jedná-li se o reklamní zařízení viditelné z pozemní komunikace v silničním ochranném pásmu dálnice a silnice I. třídy, lze jeho zřízení a provozování povolit pouze pokud splňuje podmínky podle odstavce 2 a slouží-li k označení provozovny, která se nachází v silničním ochranném pásmu ve vzdálenosti do 200 metrů od reklamního zařízení.

*(5) Silniční správní úřad vydá rozhodnutí o povolení zřizovat a provozovat reklamní zařízení právnické nebo fyzické osobě na základě písemné žádosti na dobu určitou, nejdéle na dobu pěti let, a v rozhodnutí stanoví podmínky zřizování a provozování reklamního zařízení.*

Z výše uvedeného vyplývá, že reklama, která není považována za stavbu nebo zařízení pro reklamu či není umístěna v ochranném pásmu pozemní komunikace (a není povolena na základě jiného zmocnění) v části města mimo prostorovou působnost nařízení 26/2005 Sb. hl. m. Prahy se nachází v tzv. šedé zóně, kterou veřejná správa nemá jak ovlivnit. Často tak vznikají situace, kdy je reklama umístěna nevhodně s ohledem na funkci veřejných prostranství, majetek města či dopravní bezpečnost. Některé reklamní plochy velkých i malých rozměrů pak vzhledem k neodpovídajícímu kotvení ohrožují zdraví i cizí majetek. Veřejná správa má v takových situacích pouze omezené možnosti vymáhat odstranění reklamy či obstarání stavebního povolení.

Veřejná správa má také velmi omezené možnosti takovou reklamu odstranit s ohledem na fakt, že jde o cizí majetek. Hl. m. Praha má k odstraňování černé reklamy zmocnění podle občanského zákoníku a **Technická správa komunikací** může odstraňování provádět z titulu správce pozemních komunikací, uplatňování této pravomoci je však v praxi složité a nákladné.

*Odstraňovat reklamu může **na základě ZoPK** (§ 9 odst. 3 a 6 ZoPK ve spojení s vyhláškou Ministerstva dopravy ČR č. 104/1997 Sb., která stanoví podrobnosti pro rozsah, obsah a způsob provádění prohlídek a údržby pozemních komunikací, dále dle (§28 ZoPK, který řeší znečišťování komunikací a umožňuje jejich správci, aby znečištění odstranil).*

## Pracovní úplné znění s komentářem navrhovaných změn

Nařízení č. 26/2005 Sb. hl.m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, ve znění nařízení č. 9/2007 Sb. hl.m. Prahy, nařízení č. 19/2014 Sb. hl.m. Prahy, nařízení č. 1/2017 Sb. hl.m. Prahy a nařízení č. ....

Rada hlavního města Prahy se usnesla dne ..... podle § 44 odst. 2 zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění zákona č. 320/2002 Sb. a § 2 odst. 1 písm. d) a odst. 5 zákona 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, ve znění zákona č. 384/2005 Sb., vydat toto nařízení:

### § 1

~~(1) Reklama šířená komunikačními médii podle § 3 na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu<sup>2)</sup> se na území Pražské památkové rezervace<sup>3)</sup> a přilehlém území ohraničeném východní frontou domů Legerovy ulice po křižovatku s ulicí Rumunskou, dále jižní frontou domů Rumunské ulice, náměstím Míru, severozápadní frontou domů Anglické ulice po křižovatku s ulicí Legerovou, a dále východní frontou domů Legerovy ulice zakazuje.~~

**(1) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. a) až h) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu<sup>2)</sup> se na území Pražské památkové rezervace<sup>3)</sup> zakazuje.**

**(2) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. a), b), c) a g) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu<sup>2)</sup> se na**

**a) území Památkové zóny "Vinohrady, Žižkov, Vršovice" v městské části Praha 2, 3 a 10<sup>3a)</sup>,**

**b) území Památkové zóny "Nusle" v městské části Praha 2 a 4<sup>3a)</sup>,**

**c) území Památkové zóny "Karlín" v městské části Praha 8<sup>3a)</sup>,**

**d) území Památkové zóny "Dejvice, Bubeneč, horní Holešovice" v městské části Praha 6 a 7<sup>3a)</sup>,**

**e) území Památkové zóny "Smíchov" v městské části Praha 5<sup>3a)</sup>,**

**f) území Památkové zóny "Vilová kolonie Ořechovka" v městské části Praha 6<sup>3a)</sup>,**

**zakazuje.**

**(3) Šíření reklamy komunikačními médii podle § 3 písm. c) a g) na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu<sup>2)</sup> se na katastrálních územích Vinohrady, Žižkov, Karlín, Holešovice, Bubeneč, Dejvice, Střešovice, Smíchov, Podolí, Nusle, Vršovice, Libeň, Troja, Veveslavín, Břevnov, Smíchov, Motol, Košíře, Radlice, Braník, Krč, Michle, Strašnice, v rozsahu nezahrnujícím území vymezené v odst. 1 a 2, zakazuje.**

**(4)(2)** Veřejně přístupným místem mimo provozovnu se pro účely tohoto nařízení rozumí prostory přístupné každému bez omezení, tedy sloužící obecnému užívání, a to bez ohledu na vlastnictví k tomuto prostoru.

*Změna spočívá v rozšíření stávající územní působnosti nařízení s tím, že se navrhuje nově 3 zóny s různou mírou regulace.*

## § 2

Reklama podle § 1 odst. 1 je zakázána od 0.00 hodin do 24.00 hodin.

*Beze změny.*

## § 3

Komunikačními médii, kterými nesmí být šířena reklama na veřejně přístupných místech dle § 1, jsou:

- a) letáky, navštívenky, vizitky, brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály šířené vůči neznámému adresátovi,
- b) plakáty z jakéhokoli materiálu, fólie s potiskem, kromě fólií na dopravních prostředcích, dále tabule, tyče, pulty, či jiné konstrukce a zařízení, ať pohyblivé se, nesené, **stojící**, opřené či zavěšené, včetně jejich osvětlení, upoutané balóny nebo jiné tvary a plovoucí předměty,
- c) dodatečné konstrukce na dopravních prostředcích prezentující reklamu jakýmkoli způsobem,
- d) zařízení šířící reklamu zvukem či obrazem, s výjimkou rozhlasového a televizního vysílání<sup>4</sup>),
- e) dopravní prostředky, umístěné na veřejně přístupném místě za účelem šíření reklamy nebo dopravní prostředky, u nichž je hlavním účelem jízdy šíření reklamy.
- f) reklamní periodický tisk<sup>4a</sup>),
- g) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na přiléhající pozemní komunikaci po dobu provádění stavebních prací na objektu, který kryjí, pokud tyto převěsy a plachty zároveň zobrazují tento objekt a plocha vlastní reklamy nečiní více než 20 % celkové plochy převěsu nebo plachty
- h) reklamní převleky, do nichž jsou oblečeny osoby, které se pohybují nebo postávají.

*Navrhuje se doplnit do výčtu „stojící“.*

#### § 4

Zákaz podle § 1 ~~odstavce 1~~ se nevztahuje na

- a) propagaci charitativních akcí, prezentaci politických stran a hnutí, včetně volební prezentace,
- b) shromáždění, pouliční průvody a manifestace svolané podle zvláštního právního předpisu<sup>6)</sup>.

*Jelikož má být § 1 nově rozčleněn do více odstavců, navrhuje se vypustit odkaz pouze na odst. 1.*

#### § 5

Toto nařízení nabývá účinnosti dnem 15. prosince 2005.

#### **Příloha: mapa**

---

1) zrušena

2) § 71 odst. 2 zákona č. 50/1976 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon), ve znění zákona č. 83/1998 Sb.

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

**3a) Vyhláška č. 10/1993 hl. m. Prahy, o prohlášení částí území hlavního města Prahy za památkové zóny a o určení podmínek jejich ochrany**

4) Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

4a) § 3 písm. a) zákona č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon).

6) Zákon č. 84/1990 Sb., o právu shromažďovacím, ve znění pozdějších předpisů.

*Nová poznámka pod čarou odkazující na vyhlášku, kterou byly zřízeny památkové zóny uvedené v § 1*

