

Manuál reklamy F≈M

ver. 1 2020

FRÝDEK≈MÍSTEK

Úvod

Co?

Manuál reklamy, tedy návod, jak navrhnout a umístit reklamu na jakékoli místo ve městě. Stanovení pravidel, která budou pro všechny stejná. Jak propagovat svůj obchod a byznys ve městě tak, aby reklama lákala zákazníky, neobtěžovala obyvatele a město nevypadalo nevzhledně?

Důraz na vizuální hygienu, omezení světelnosti, nechtěných informací a zvýšení komfortu vnímání reklamy. V době, kdy je možné regulovat reklamy na facebooku jedním klikem nemá smysl rezignovat na krásu náměstí, ulic a domů, naopak je to pravá chvíle na to, dohodnout se, jak město zkrášlit.

Manuál je opatření pouze proti té reklamě, která snižuje estetickou a architektonickou hodnotu objektů a celého města a snižuje bezpečnost silničního provozu. Není to opatření proti reklamě jako takové.

Lidé manuálem uplatňují nároky na podobu prostor, které sdílíme všichni spolu. Každá reklama je zásahem do veřejného prostoru a je potřeba respektovat svobodu prostého občana a tento nárok vidět.

Reklamu nikdo nevyžaduje, dere se do popředí před okna a výlohy, útočí na každého agresivním procentem slevy, nedá zapomenout na množství a barvy nabízených čepic, cibulí a čtyřkolek. Nenechává nás na omylu, že za okny je zboží. Vede nás za ruku, od křižovatky, ke křižovatce. Jak trefit na hřbitov? Kudy dojdu ke kostelu? Ne, ne, nenech se zmást, člověče, za rohem tě čeká nabídka úvěru, která tě do hrobu přivede mnohem snadněji.

Kde?

Pro jednoduchost všude. Život není jiný v památkové zóně nebo na sídlišti Slezská. Krása se nemění s místem a každý má nárok žít ve stejně hezkém prostředí, ať už jde o prostředí historické anebo moderní.

Jak?

Měkce, v první řadě jde o hledání shody a kompromisu tak, aby reklama sloužila svému účelu upozorňování na výrobky a služby, ale zároveň neomezovala osobní svobodu těch, kterým třeba není určena nebo kteří ji nechtějí vidět.

Zpracovali jsme tento jednoduchý návod, aby každý měl příležitost se v problematice zorientovat a zpracovat si označení svého obchodu nebo reklamu správně a v souladu s ostatními.

Upravili jsme dotační programy na obnovu hodnotných fasád ve městě tak, aby bylo možné z těchto prostředků hradit i změnu vývěsních štítů a další reklamy na domech. Tento manuál je tak hlavně prosbou o dohodu. Přijďte za hlavním architektem města a najdeme pro všechny prospěšné řešení.

Proč?

Nikomu není jasné, jaká jsou pravidla, podle jakých zákonů se řídíme, co úřad může a nemůže zakázat, kdy je nutný souhlas koho. Proto hlavní architekt města zpracoval tento přehled/návod a koordinuje umístování reklamy.

Proč hlavní architekt?

Protože **H**lavní **A**rchitekt města **F**rydka-**M**ístku jako hlídač pes usiluje o to, aby město bylo kultivované a krásné. Reklama je důležitou součástí architektury a podnikání a je neoddělitelná. Přímo zasahuje do vzhledu domů a městských prostorů a zaslouží si odpovídající péči. Od sametové revoluce jsme urazili obrovský kus cesty, několikanásobně se zvýšil komfort domů i prostor, zbavili jsme se jednotvárnosti totality a je pravý čas začít pečovat o to, čeho jsme dosáhli.

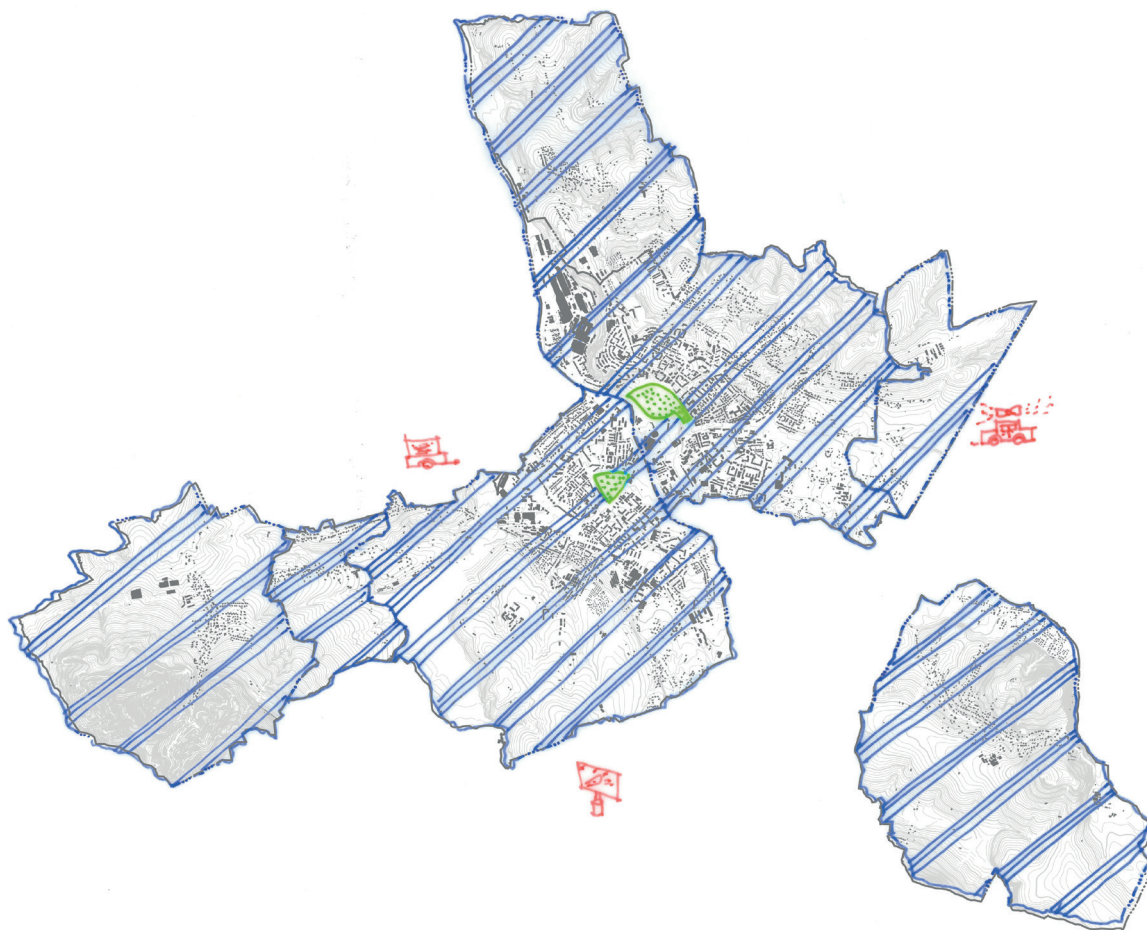


Obsah

| | | |
|--------------|-------------------------------|----|
| 1 | Úvod | 2 |
| 2 | Obsah | 4 |
| 3 | Územní platnost | 6 |
| 4 | Vysvětlivky / Kontakty | 7 |
| 5 | Jak pracovat s manuálem | 10 |
| 6 | Vysvětlení všech typů reklamy | 12 |
| 7 | Regulace reklamy | 15 |
| 8 | Provozovny | 17 |
| 8.1 | Typy fasád | 18 |
| 8.1.1 | Klasický dům | 20 |
| 8.1.2 | Moderní dům | 21 |
| 8.1.3 | Modernistický dům | 22 |
| 8.1.4 | Skleněný dům | 23 |
| 8.1.5 | Panelák | 24 |
| 8.1.6 | Rodinný dům | 25 |
| 8.2 | Typy reklamních prvků | 27 |
| 8.2.1 | Vývěsní štíty | 28 |
| 8.2.2 | Polepy | 30 |
| 8.2.3 | Vitríny | 32 |
| 8.2.4 | Výstrče | 34 |
| 8.2.5 | Áčka | 36 |
| 8.2.6 | Reklama na střeše | 38 |

| | | |
|----------|------------------------------------|-----------|
| 8.2.7 | Předzahrádky a stínění | 40 |
| 8.3 | Dobré příklady | 42 |
| 9 | Outdoor reklama | 45 |
| 9.1 | Typy zařízení | 46 |
| 9.2 | Reklamní zařízení | 47 |
| 9.2.1 | Rotundy | 48 |
| 9.2.2 | Plakátovací plochy | 49 |
| 9.2.3 | Hranoly | 50 |
| 9.2.4 | CLV vitríny, LED panely, totemy | 51 |
| 9.2.5 | Lavičky | 52 |
| 9.3 | Stavba pro reklamu | 53 |
| 9.3.1 | Lešení | 54 |
| 9.3.2 | Stánky | 55 |
| 9.4 | Volná reklama | 57 |
| 9.4.1 | Plachty | 58 |
| 9.4.2 | Převěsy | 59 |
| 9.4.3 | Plakáty | 60 |
| 9.4.4 | Malby | 61 |
| 9.4.5 | Billboardy | 62 |
| 9.4.6 | Přívěs | 62 |
| 9.4.7 | Auto nebo člověk s hlásnou troubou | 62 |
| 9.4.8 | Auto s reklamou | 62 |

Územní platnost









Reklama na celém území města je regulována nařízením Rady města Frýdku-Místku, č. 1/2018.

Na území městských památkových zón Místek a Frýdek je navíc regulována Zákonem č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči, který nařizuje dohled nad zónami orgánem státní památkové péče, která pro činnost v nich vydává vyjádření a závazná stanoviska (u zařízení a staveb a jejich změn).

Zároveň jako služba občanům funguje hlavní architekt města, který dohlíží na celkový vzhled města, a koordinuje stavební záměry.

LEGENDA:

| | |
|---|---|
|  | OBJEKT Domy, garáže, kůlny |
|  | KATASTRÁLNÍ HRANICE ÚZEMÍ Frýdek, Chlebovice, Lískovec, Lysávkvy, Místek, Panské Nové Dvory, Skalnice |
|  | VRSTEVNICE po 10 m |
|  | VRSTEVNICE po 2 m |
|  | PLATÍ NAŘÍZENÍ RADY MĚSTA. PLATÍ DOHLED STÁTNÍ PAMÁTKOVÉ PÉČE. |
|  | PLATÍ NAŘÍZENÍ RADY MĚSTA. |

Kdo je kdo

Státní správa × Samospráva

Na magistrátu sedí úředníci, kteří vykonávají státní správu, tj. činnost, kterou na obce přenesl stát, jde o tzv. přenesenou působnost obce, typicky stavební úřad, živnostenský úřad, ale také státní památková péče. Tito úředníci jsou sice zaměstnanci města, ale orgány města (primátor, rada města, zastupitelstvo města) jim nemohou dávat příkazy, jak mají rozhodovat. Nadřízenými orgány jsou krajský úřad a ústřední orgány, zejména ministerstva. Vedle toho na magistrátě sedí úředníci, kteří mají na starost samosprávu, tj. samostatnou působnost obce, sem patří zejména správa majetku obce a uspokojování potřeb svých občanů, především potřeby bydlení, ochrany a rozvoje zdraví, dopravy a spojů, potřeby informací, výchovy a vzdělávání, celkového kulturního rozvoje a ochrany veřejného pořádku. V oblasti samosprávy nemá obec nadřízený orgán. Může se stát, že jeden zaměstnanec vykonává jak samosprávu, tak státní správu, pak je třeba vždy rozlišovat, v jaké pozici zrovna vystupuje.

HAF-M

Hlavní architekt Frýdku-Místku, oficiálně hlavní architekt města, vykonává svou činnost výlučně v rámci

samosprávy, je nástrojem vedení města v kultivaci veřejného prostoru a architektury, a záruka dobré stavební praxe na území města. Je pomocníkem pro občany ve složitém světě stavebního práva, procesu, povolování, architektury a urbanismu.

Státní památková péče

V rámci magistrátu vykonává státní památkovou péči zaměstnanec zařazený do oddělení územního rozvoje odboru územního rozvoje a stavebního řádu. Pečuje o městské památkové zóny Frýdek a Místek, dohlíží na venkovní vzhled umístovaných staveb a zařízení. Spolupracuje s Národním památkovým ústavem, který pro státní památkovou péči zpracovává odborná stanoviska pro každou akci.

Odbor dopravy a silničního hospodářství

Řeší reklamu podél komunikací, v jejich ochranných pásmech a na veřejném prostranství.

Odbor životního prostředí a zemědělství

Řeší reklamu zasahující nebo ovlivňující nebezpečné a vodní plochy, záhony, stromy (například zastíněním).

Odbor správy obecního majetku

Vyřizuje umístování reklamy na pozemcích, stavbách a zařízeních ve vlastnictví města.

Národní památkový ústav

Národní památkový ústav (NPÚ) je státní příspěvkovou organizací řízenou Ministerstvem kultury ČR.

Poskytuje odborné zázemí státní památkové péči, vydává pro státní památkovou péči odborná stanoviska. Při schvalování staveb spolupracuje se státní památkovou péčí.

NPÚ poskytuje mnoho materiálů a návodů, jak o památky pečovat, které jsou výborným zdrojem inspirace:

<https://www.npu.cz/cs/opravujetepamatku/jak-postupovat>

<https://www.npu.cz/cs/opravujetepamatku/ke-stazeni>

Provozovatel

Osoba, která si pronajímá prostor v rámci budovy nebo část veřejného prostranství za účelem provozování svého podnikání.

Majitel

Osoba, která vlastní budovu nebo pozemek, ve které/na kterém buď sama podnikání provozuje, anebo jej pronajímá provozovatelům.

Hlavní architekt města

Ondřej Zdvomka

@architektfm

zdvomka.ondrej@frydekmostek.cz

558 609 348

Státní památková péče

Zita Matejovičová

matejovicova.zita@frydekmostek.cz

558 609 280

Odbor správy obecního majetku - pozemky města

Kateřina Kozelská

kozelska.katerina@frydekmostek.cz

558 609 175

Vysvětlivky

Prostorová vymezení

Město

Celé území statutárního města Frýdku-Místku.

Památková zóna

Městská památková zóna Frýdek a Místek. Přesné hranice jsou vyznačeny v územním plánu města a v kapitole 3.

Provozovna

Budova, její část nebo prostor vymezený pro podnikání.

Budova

Dům, který je využíván celý anebo z části jako provozovna, případně je na něm umístěna reklama.

Pozemek

Pozemek, na kterém je umístěno zařízení nebo stavba pro reklamu.

Nosič reklamy

Plot, zeď, dopravní prostředek,...

Pojmy obecné

Označení provozovny

Všechny prvky shrnuté v kapitole 8, použité na fasádě provozovny.

Reklama

Propagace výrobků a služeb.



Volně umístovaná reklama

Reklama, která není podporovaná nosnou konstrukcí jakéhokoli rozměru (plakáty, plachty, PVC a dibond cedule...) a reklama do 0,6 m² na nosné konstrukci.



Zařízení pro reklamu

Konstrukce pro umístování informací, například ve formě plakátů, s informační plochou od 0,6 m² do 8 m². Podléhá vydání územního rozhodnutí (příp. územního souhlasu).



Stavba pro reklamu

Konstrukce pro umístování informací, například „billboardů“, s informační plochou od 8 m². Podléhá vydání územního rozhodnutí (příp. územního souhlasu) a ohlášení.

Zařízení

Konstrukce, na kterou je umístována reklama a která je umístována na základě stavebního zákona.

Zákon 183/2006 Sb., §3, odst.2)

Zařízením se pro účely tohoto zákona rozumí informační a reklamní panel, tabule, deska či jiná konstrukce a technické zařízení, pokud nejde o stavbu podle § 2 odst. 3. V pochybnostech, zda se jedná o stavbu nebo zařízení, je určující

stanovisko stavebního úřadu. Zařízení o celkové ploše větší než 8 m² se považuje za stavbu pro reklamu.

Zákon 183/2006 Sb., §79, odst. 2)

Rozhodnutí o umístění stavby ani územní souhlas nevyžadují informační a reklamní zařízení o celkové ploše do 0,6 m² umístovaná mimo ochranná pásma pozemních komunikací

Zákon č. 13/1997 Sb., §25, odst. 7)

Zvláštní užívání spočívající v zřízení a provozování reklamního zařízení může povolit příslušný silniční správní úřad nejdéle na dobu pěti let, bude-li zřízení a provozování reklamního zařízení splňovat tyto podmínky:

a) nebude jej možné zaměnit s dopravními značkami ani dopravními zařízeními,

b) nebude oslňovat uživatele dotčené pozemní komunikace nebo jinak narušovat provoz na pozemní komunikaci,

c) pozemní komunikace v místě, kde je umístěno reklamní zařízení, bude vybavena na náklad vlastníka reklamního zařízení svodidly nebo jinak zabezpečena proti možnému střetu vozidel s konstrukcí reklamního zařízení

d) reklamní zařízení bude sloužit k označení provozovny nacházející se v souvisle zastavěném území obce podle § 30 odst. 3 ve vzdálenosti do 50 metrů od reklamního zařízení nebo mimo souvisle zastavěné území obce v silničním ochranném pásmu ve vzdálenosti do 200 metrů od reklamního zařízení, jedná-li se o reklamní zařízení na dálnici, silnici I. třídy nebo na jejich silničním pomocném pozemku.

Nařízení města

Nařízení týkající se reklamy ve městě, které je Rada města zmocněna vydat zákonem o obcích a zákonem o regulaci reklamy.

Zákon 128/2000 Sb., § 11

(1) Obec může v přenesené působnosti vydávat na základě zákona a v jeho mezích nařízení obce, je-li k tomu zákonem zmocněna.

§ 102

(1) Rada obce připravuje návrhy pro jednání zastupitelstva obce a zabezpečuje plnění jím přijatých usnesení.

(2) Radě obce je vyhrazeno

...

d) vydávat nařízení obce,

§ 2

(1) Zakazuje se

...

d) reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu 5b), stanoví-li tak obec svým nařízením vydaným v přenesené působnosti 5c), v rozsahu uvedeném v odstavci 5,

...

(5) Obec v nařízení vydaném podle odstavce 1 písm. d) stanoví

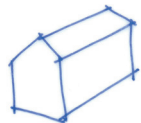
a) veřejně přístupná místa, na nichž je reklama podle odstavce 1 písm. d) zakázána,

b) dobu, v níž je reklama podle odstavce 1 písm. d) zakázána,

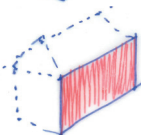
c) druhy komunikačních médií, kterými nesmí být reklama podle odstavce 1 písm. d) šířena, popřípadě též

d) akce, na něž se zákaz šíření reklamy nevztahuje.

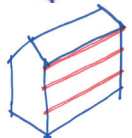
Pojmy architektonické



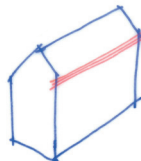
Dům
Stavba



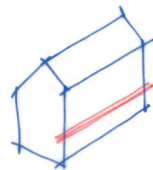
Fasáda
Obvodové stěny domu



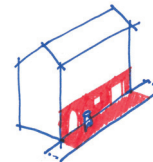
Římsa
Linie, která horizontálně a plasticky člení fasádu



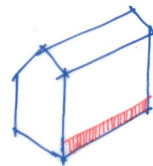
Korunní římsa
Linie, která ukončuje fasádu domu, nad ní začíná střecha, střešní krajina. Říká se jí také hlavní.



Římsa parteru
Římsa, která ukončuje parter.



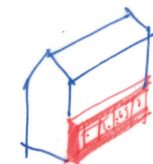
Parter
1. nadzemní podlaží domu, v přímém styku s ulicí.



Sokl
Spodní část domu od země do výše od 0,3 m až po římsu parteru. Slouží k ochraně domu před vlhkostí z odraženého deště, ušpinění fasády, zvýraznění tektoniky. Historicky šlo například o kamennou část přízemí domu.



Architráv
Prvek řeckých trámů, pro nás vodorovný pravouhlý překlad (nosník), nad sloupy. U nás se objevuje u domů s historizující fasádou, kde je naznačen v profilaci fasády pod římsou parteru jako volné místo o výšce cca 0,4–0,6 metru.



Výkladce
Zjednodušeně konstrukce výlohy. Konstrukce určená k prezentaci výrobků vsazená nebo předsazená před otvor pro okno ve fasádě, která má větší hloubku než například špaletové okno, a proto je do něj možné umístit například figuríny s oblečením.

5 Jak pracovat s manuálem

První otázka:

Co chci dělat?

01

1. Chci označit svou provozovnu vývěsním štítem, výstrčí, křídovou tabulí, polepem, malbou, zřídit předzahrádku se stíněním.
2. Chci umístit reklamu na cizí stavbu nebo zařízení, plot, tabuli, umístit zařízení pro reklamu s informační plochou do 0,6 m².
3. Umístit zařízení pro reklamu s informační plochou od 0,6 m² do 8 m² nebo stavbu pro reklamu (informační plocha od 8 m²).

Druhá otázka:

Kde to chci udělat?

02

- A.** V památkové zóně.
- B.** Mimo památkovou zónu.

Postup při různých kombinacích odpovědí:

Umístování upravuje zákon č. 20/1987 Sb., o státní památkové péči. Manuál detailněji prezentuje vhodné druhy a ztvárnění reklamy.

1 + A
2 + A

- 1) Nahlédnutí do manuálu, výběr vhodných prvků.
- 2) Konzultace s orgánem státní památkové péče a HAF-M.
- 3) Podání žádosti o vyjádření orgánu státní památkové péče.
- 4) Umístění reklamy po obdržení kladného vyjádření.

1 + B
2 + B

Při umístování reklamy je nutné řídit se tímto manuálem, který upravuje podmínky ve shodě s nařízením Rady města Frýdku-Místku č...

- 1) Nahlédnutí do manuálu, výběr vhodných prvků.
- 2) Konzultace s HAF-M.
- 3) Umístění reklamy.

3 + A

- 1) Nahlédnutí do manuálu, výběr vhodných prvků.
- 2) Konzultace s orgánem státní památkové péče, orgánem územního plánování, orgánem ochrany životního prostředí, příslušným silničním správním úřadem, HAF-M.
- 3) Podání žádosti o koordinované stanovisko k zařízení nebo stavbě pro účely územního řízení nebo územního řízení a stavebního povolení.
- 4) Podání žádosti o územní rozhodnutí nebo společné územní řízení a stavební povolení po obdržení kladného koordinovaného stanoviska.
- 5) Umístění reklamy po obdržení územního rozhodnutí nebo stavebního povolení.

3 + B

- 1) Nahlédnutí do manuálu, výběr vhodných prvků.
- 2) Konzultace s orgánem územního plánování, orgánem ochrany životního prostředí, příslušným silničním správním úřadem, HAF-M.
- 3) Podání žádosti o koordinované stanovisko k zařízení nebo stavbě pro účely územního řízení nebo územního řízení a stavebního povolení.
- 4) Podání žádosti o územní rozhodnutí nebo společné územní řízení a stavební povolení po obdržení kladného koordinovaného stanoviska.
- 5) Umístění reklamy po obdržení územního rozhodnutí nebo stavebního povolení.

Nezbytným předpokladem pro umístění reklamy je vždy zpracovatel návrhu reklamy tedy grafik. U zařízení a staveb pro reklamu, předzahrádek a stínění pak i architekt. Vyplatí se oslovit kvalitní profesionály. Výsledek je pak viditelný na první pohled a propagace je mnohem úspěšnější.

Konzultace s hlavním architektem města slouží hlavně ke koordinaci stavební činnosti ve městě. Hlavní architekt vás může upozornit na souvislosti, které vás třeba nenapadnou, případně přispět poznatky, které pomůžou viditelnosti reklamy.

6 Vysvětlení všech typů reklamy

V tomto manuálu se zabýváme reklamou. Ta se dá rozdělit do dvou kategorií

DRUHY:

1. Označení provozovny (např. „Řeznictví“, „Zverimex“, „Billa“)

Je to vše, co využíváme k označení provozovny, prezentaci výrobků a služeb. Vývěsní štít, polep, vitrína, výstrč, stojan na střeše, áčko, a neoddělitelná je i předzahrádka a stínění.

Jde o prezentaci výrobků a služeb na budově, kde jsou služby poskytovány a výrobky prodávány. Je to název „Trafika“ na trafice, nápis sleva na úvěr 30 % na okně banky, obědové menu ve vitríně, výstrč s klobásou u uzenin, neonový nápis OBB na střeše domu, áčko s křídovým nápisem Birell za 35 Kč, posezení a markýza.



Reklama na zařízení a stavbě pro reklamu:

Zákon 183/2006 Sb.,

§ 3

...

(2) Zařízením se pro účely tohoto zákona rozumí informační a reklamní panel, tabule, deska či jiná konstrukce a technické zařízení, pokud nejde o stavbu podle § 2 odst. 3. V pochybnostech, zda se jedná o stavbu nebo zařízení, je určující stanovisko stavebního úřadu. Zařízení o celkové ploše větší než 8 m² se považuje za stavbu pro reklamu.

2. Reklama

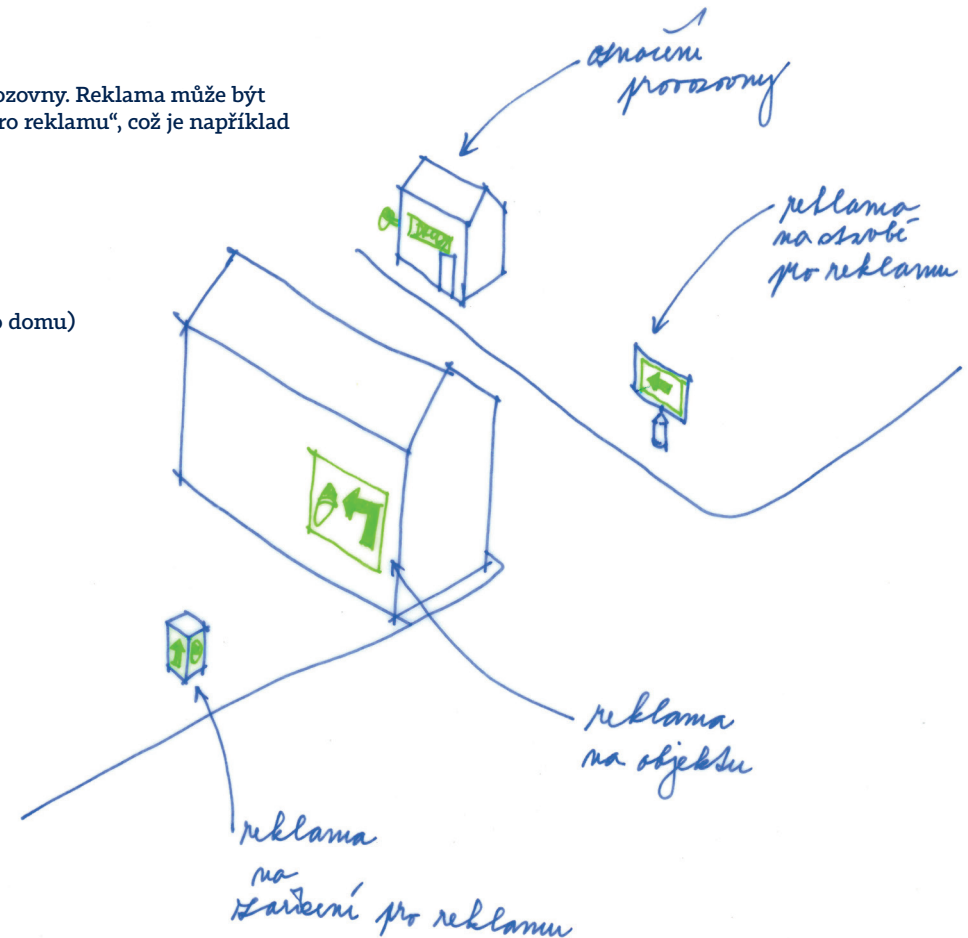
Reklamou, pro účely manuálu, rozumíme vše ostatní, co není umístěno přímo na budově provozovny. Reklama může být umístěna „samostatně“, například jako plachta na oplocení nebo na „zařízení nebo na stavbě pro reklamu“, což je například billboard nebo plakátovací plocha.

a) Reklama na objektu

b) Reklama na zařízení nebo stavbě pro reklamu

c) Reklama na zařízení na objektu (například billboard na fasádě bytového domu)

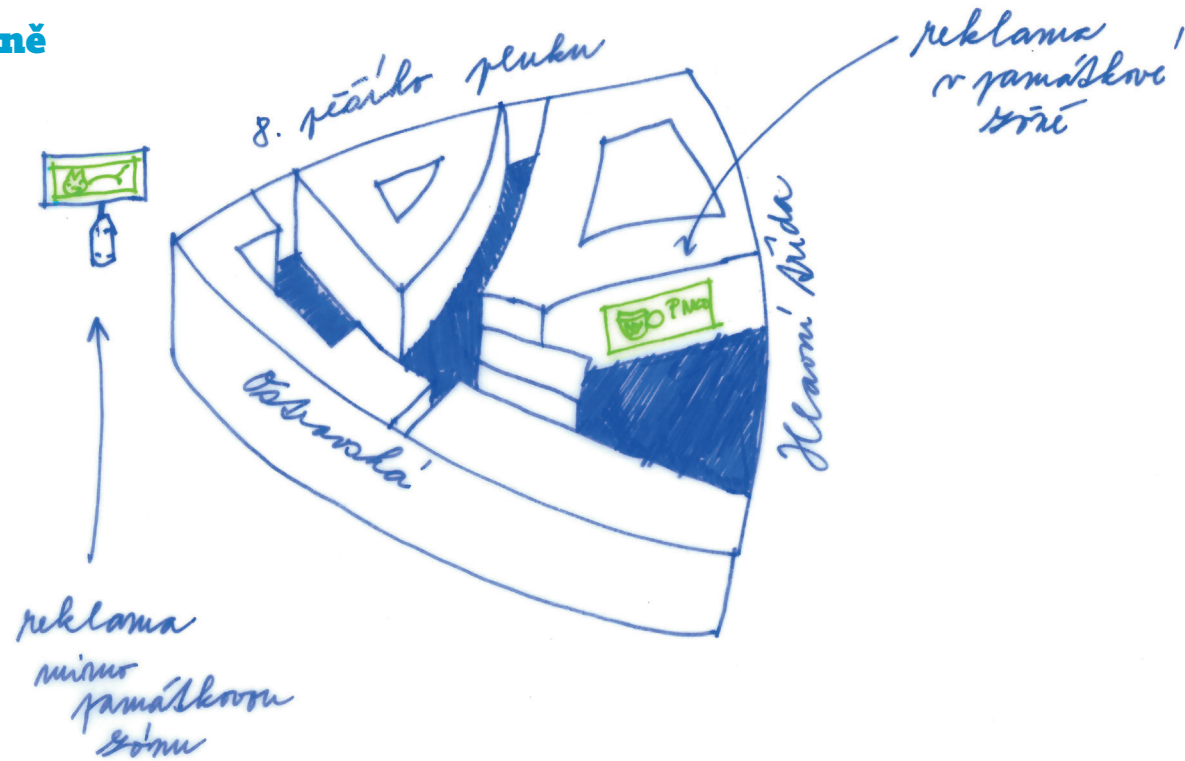
d) Reklama viditelná z komunikací



MÍSTA:

1. Reklama mimo památkovou zónu

2. Reklama v památkové zóně



1. Tvrdé způsoby regulace reklamy

Nářízením města

To se uplatní pro prvky zmíněné v kapitole 9. Použije se pro veškerou reklamu na výrobky, služby a provozovny, umístovanou mimo dotčené provozovny, na stavbách a objektech.

Stanovením podmínek při umístění na městských pozemcích a budovách

Týká se jak reklamy, tak označení provozoven, například v podobě předzahrádky nebo pergoly.

Stavebním zákonem

Ten, kdo zařízení pro reklamu nebo stavbu pro reklamu umísťuje, je povinen si obstarat souhlasné závazné stanovisko orgánu územního plánování, státní památkové péče (u reklamy v městské památkové zóně), silničního a správního úřadu (zábor veřejné komunikace), ochrany životního prostředí (zábor nebezpečných ploch).

Památkovou péčí

Státní památková péče dohlíží na správné umístování reklamy na území městských památkových zón Frýdek a Místek.

2. Měkké způsoby regulace reklamy

Dotačními programy

Město pravidelně vypisuje dva dotační programy, které lze využít:

Program regenerace města Frýdku-Místku

Dotaci je možné využít i na reklamu a označení provozoven, které se nacházejí na území městských památkových zón.

Program regenerace objektů s historickou nebo historizující fasádou na území města Frýdku-Místku

Dotaci je možné využít i na opravu nebo nové zřízení označení provozoven na architektonicky hodnotných budovách mimo městské památkové zóny.

Program regenerace města Frýdku-Místku

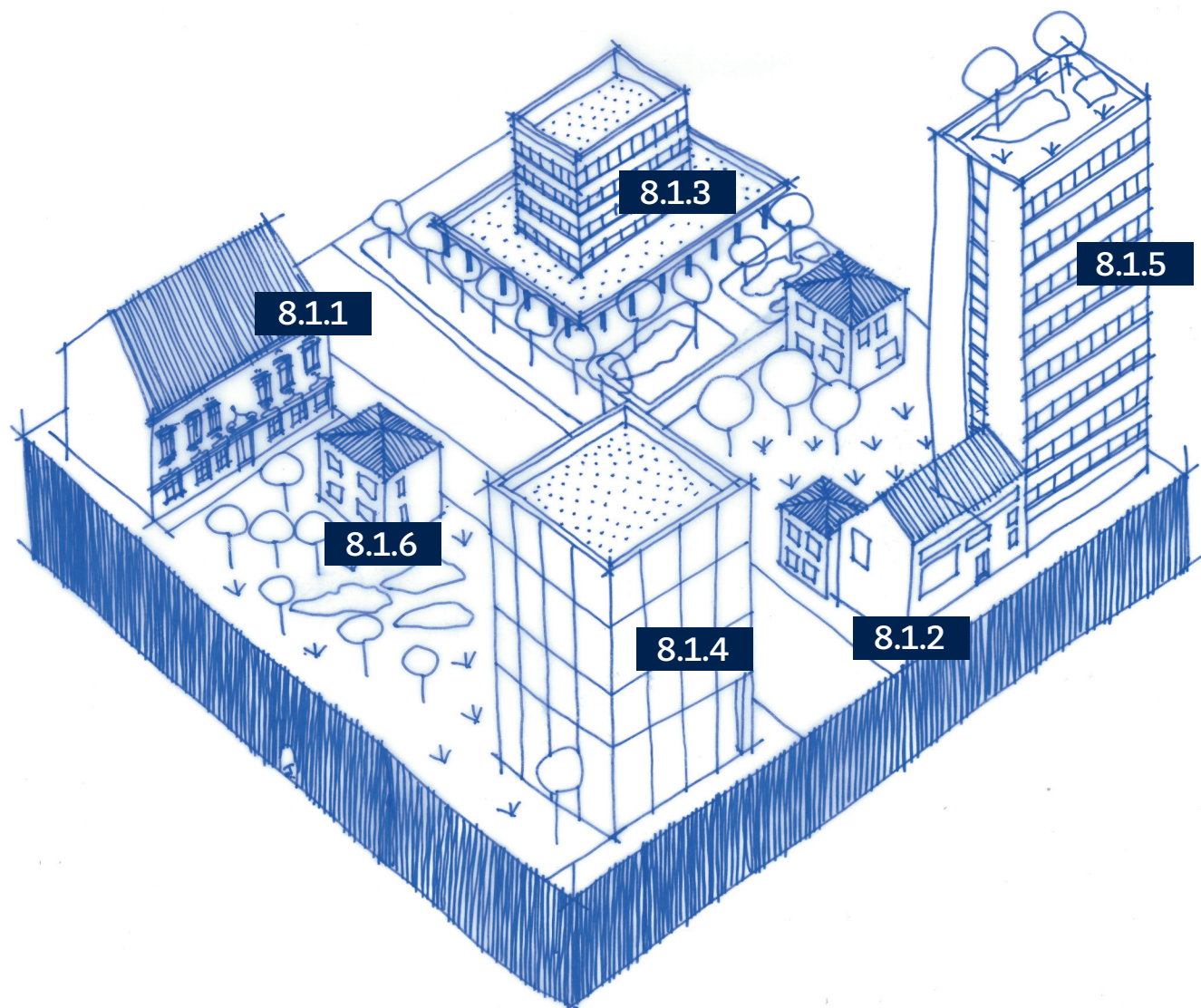
<https://www.frydekmistek.cz/magistrat/odbory-magistratu/odbor-uzemniho-rozvoje-a-stavebniho-radu/dotace/regenerace-mesta-frydku-mistku>

Program regenerace objektů s historickou nebo historizující fasádou na území města Frýdku-Místku

<https://www.frydekmistek.cz/magistrat/odbory-magistratu/odbor-uzemniho-rozvoje-a-stavebniho-radu/dotace/regenerace-objektu-s-historickou-nebo-historizujici-fasadou>

Provozovny

8.1 Typy fasád



8.1.1 - Klasický dům

8.1.2 - Moderní dům

8.1.3 - Modernistický dům

8.1.4 - Skleněný dům

8.1.5 - Panelák

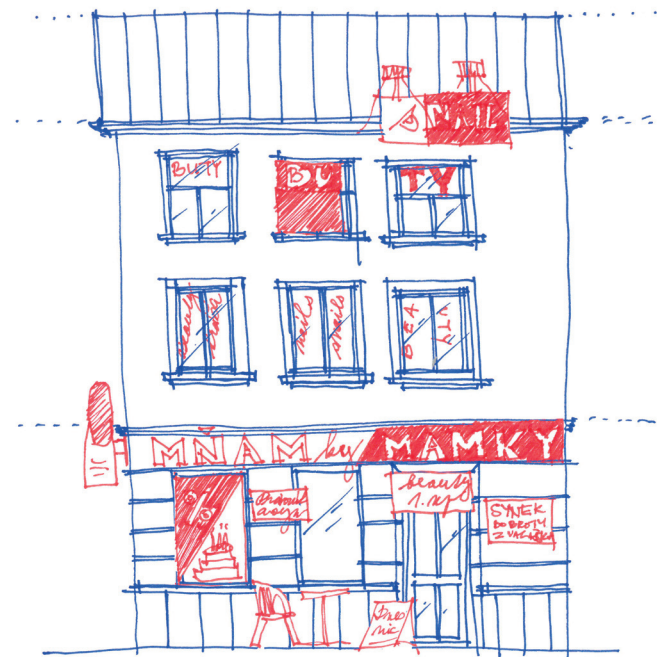
8.1.6 - Rodinný dům

Typy fasád 8.1

- | | | | |
|---|--|---|---|
| ✓ | Jasně uspořádání prvků reklamy | ✗ | Celoplošná reklama |
| ✓ | Respektování linií a prvků fasády | ✗ | Překrytí oken, dveří a dalších prvků fasády |
| ✓ | Kombinace max. 3 prvků na fasádě | ✗ | Neprůhledné plachty |
| ✓ | Nápisy na osách okenních a dveřních otvorů | ✗ | Zmnožení prvků |
| ✓ | Umístění nad přízemím | ✗ | Nad hranu přízemí budovy |

8.1.1 Klasický dům

Dům „jako malovaný“. Většinou starší, postavený v historizujícím slohu, s fasádou jako z 19. století, štukovou výzdobou a římsami

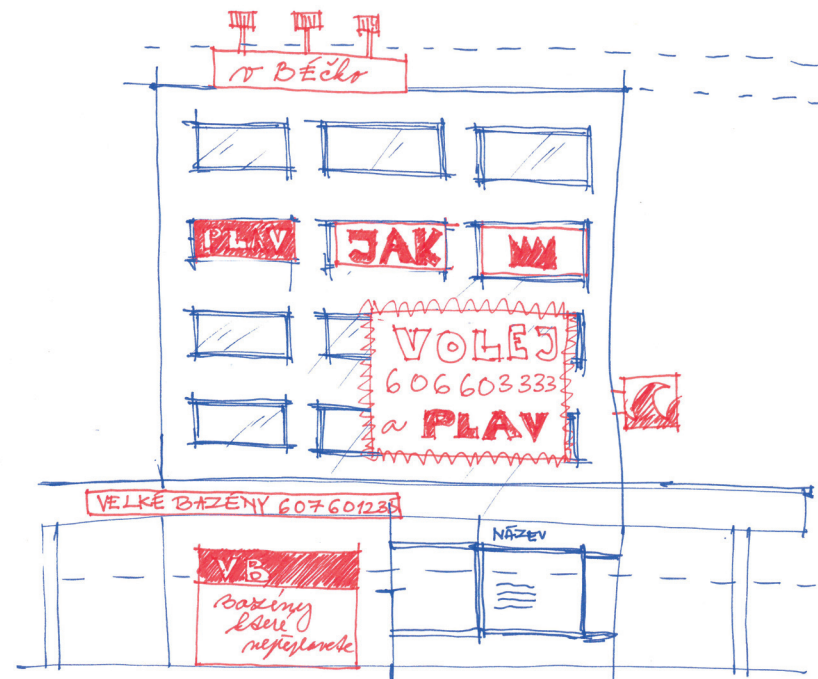
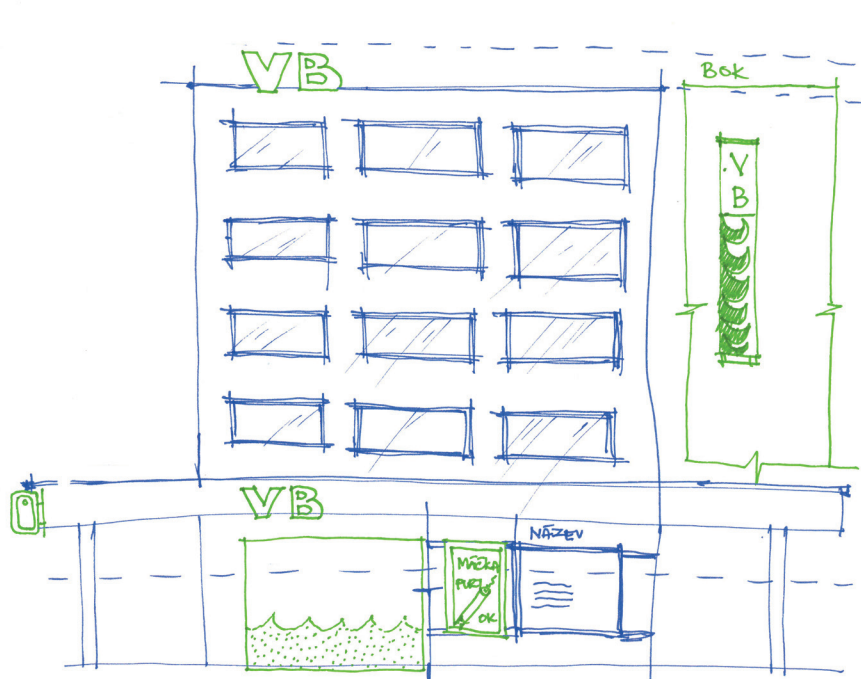


- ✓ Hlavní označení v architrávu
- ✓ Výstrč v rovině architrávu
- ✓ Názvy na osu okenních a dveřních otvorů
- ✓ Kvalitní logo
- ✓ Názvy pouze písmeny
- ✓ Jemné podsvícení bez modré složky
- ✓ Kombinace max. 3 prvků reklamy

- ✗ Nad římsu 1. nadzemního podlaží a pod hlavní římsu, tento prostor by měl vždy zůstat čistý
- ✗ Podsvícení v památkové zóně

Moderní dům 8.1.2

Dům postavený většinou v druhé polovině 20. století, který čerpá z čisté a jednoduché předválečné architektury v kombinaci s dalšími vlivy



- ✓ Využití okenních ploch a přirozených linií říms
- ✓ Polep jen s 50% sytostí
- ✓ Loga pouze písmeny
- ✓ Od každého možného prvku pouze jeden
- ✓ Malba na max. 30 % plochy fasády

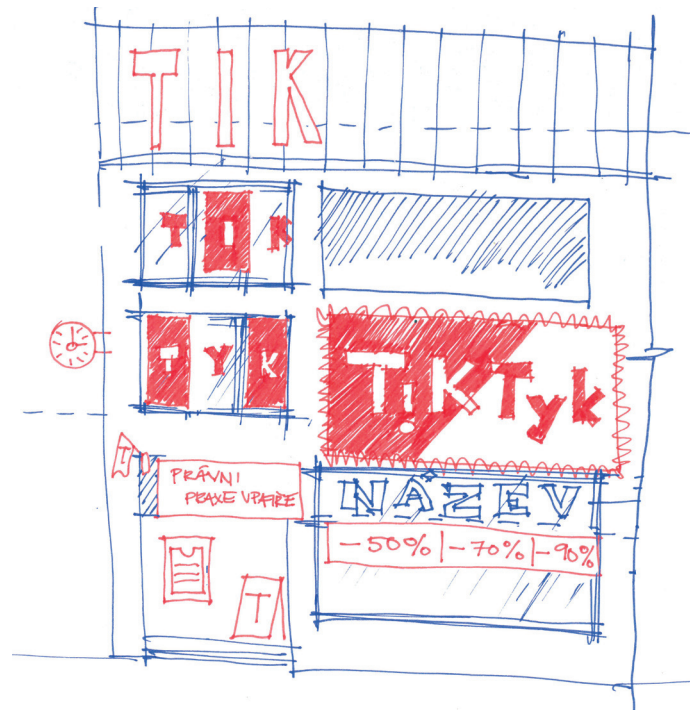
- ✗ Zmnožení prvků
- ✗ Nasvětlení fasády modrým a blikajícím světlem
- ✗ Reklama ve všech oknech objektu
- ✗ Zábor více než 30 % plochy volné fasády

8.1.3 Modernistický dům

Dům postavený většinou v první polovině 20. století (nebo tak alespoň vypadá), vyniká čistotou fasády, bez zdobení, často připomíná parník



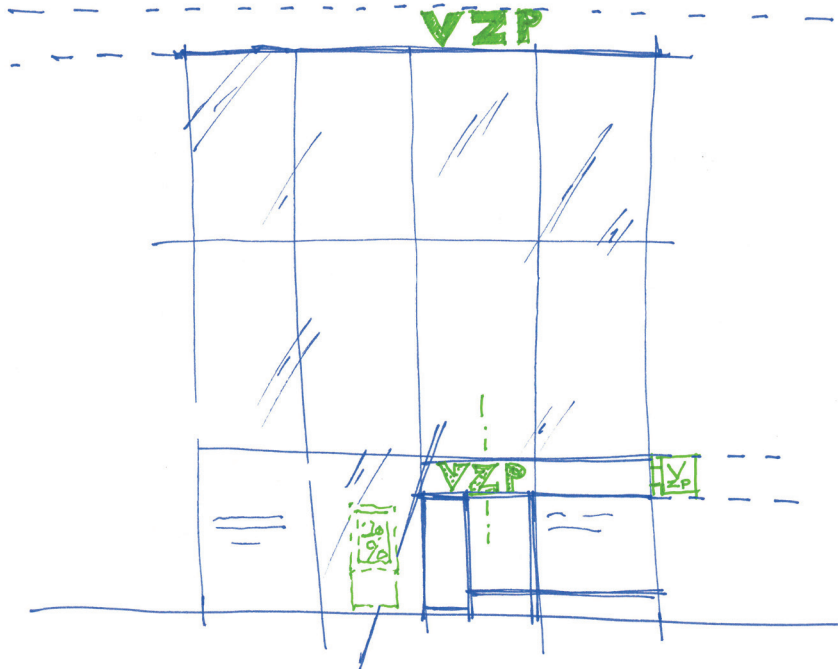
- ✓ Využití velkých okenních ploch
- ✓ Polepy syté pouze z 50 %
- ✓ Dodržení linií domů, pásů oken a podobně
- ✓ Využití střešní krajiny



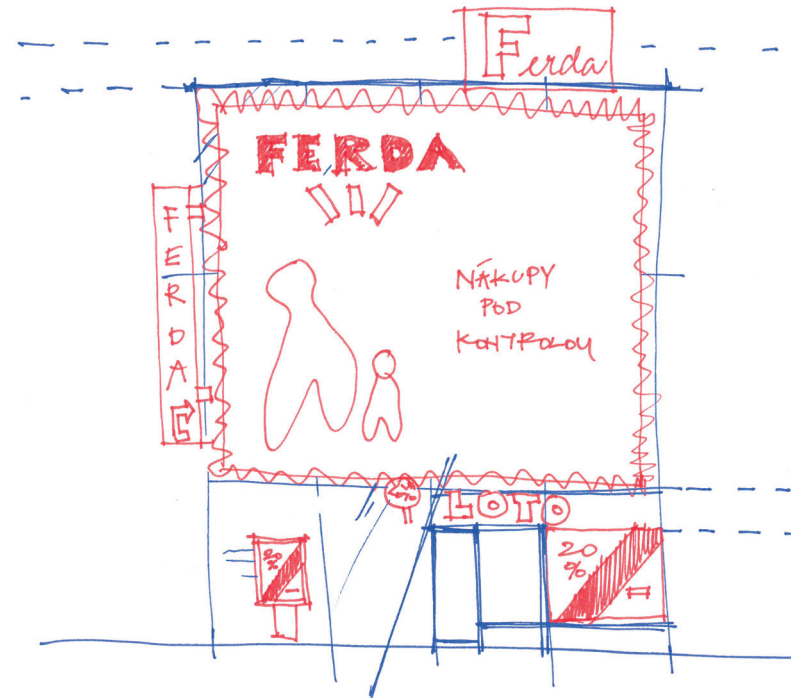
- ✗ Neprůhledné plachty
- ✗ Malba sytých reklamních ploch
- ✗ Zmnožení prvků

Skleněný dům 8.1.4

Dům, který má fasádu tvořenu z velké části skleněnými plochami



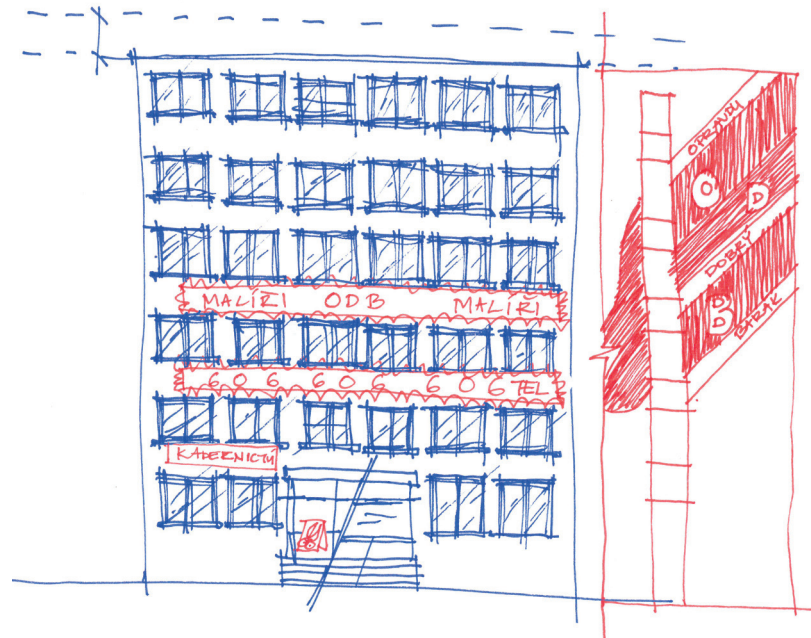
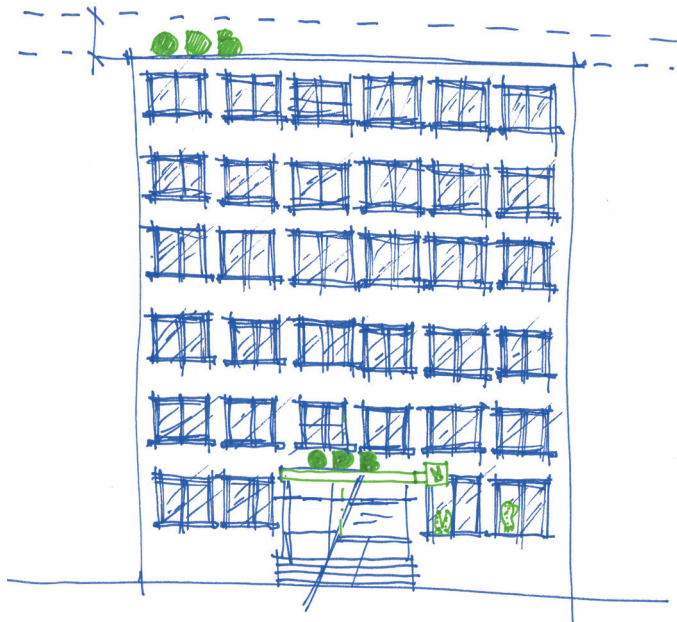
- ✓ Použití prostor nad hlavním vstupem do budovy
- ✓ Použití velkoplošného polepu, v 50% sytosti
- ✓ Využití střešní krajiny
- ✓ Vitríny za skleněnou plochou fasády
- ✓ Hlavní označení budovy na ose vstupu
- ✓ Výstrč ve výšce hlavního označení budovy



- ✗ Neprůhledné plachty
- ✗ Velké potisknuté plochy, pouze samostatná písmenka
- ✗ Vitríny, tabule neumísťujeme z vnější strany fasády
- ✗ Příliš mnoho prvků, většinou je dostatečná kombinace 3 prvků

8.1.5 Panelák

Velmi oblíbený, z betonových panelů postavený, často velmi barevně pomalovaný, vysoký či nízký, říká se mu „králíkárna“

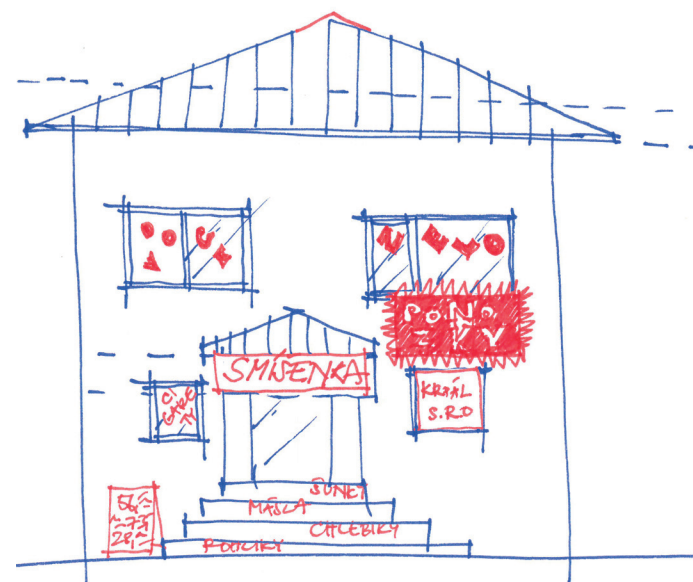
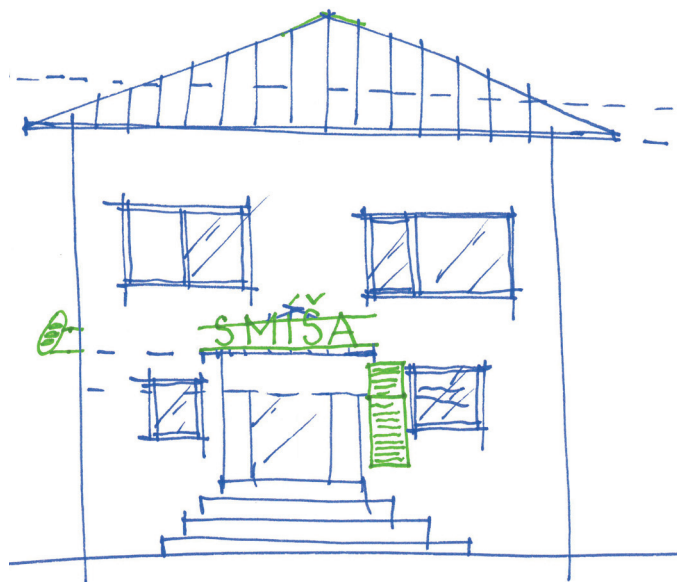


- ✓ Název provozovny nad hlavním vstupem do budovy
- ✓ Na krycí stříšce
- ✓ Na ose vstupních dveří
- ✓ Barva totožná s ostatními klempířskými prvky fasády
- ✓ Využití výhody výškových staveb, logo nad hranou atiky
- ✓ Pouze písmena

- ✗ Velké plochy
- ✗ Narušení okenních pásů dalších podlaží
- ✗ Pokrytí reklamou více než 30 % plochy volné fasády
- ✗ Nátěr se 100% krytím
- ✗ Telefonní čísla fasádních firem na parapetu
- ✗ Loga do všech oken, která jsou k dispozici

Rodinný dům 8.1.6

Dům pro mámu, tátu a děti. Často s šikmou střechou, dnes často velmi oblíbený typ „bungalov“



- ✓ Na ose hlavního vstupu
- ✓ Viditelné z ulice
- ✓ Využití stříšek nad vchody a dalších přirozených vodících linií
- ✓ Snahu zaujmout vtělujeme do tvořivého názvu, vtipného loga
- ✓ Využití střešní krajiny
- ✓ Označení názvem profese – řezník, tiskař, atd.
- ✓ Držíme se barevnosti klempířských prvků a fasády

- ✗ Zmnožení prvků reklamy
- ✗ Pokrytí fasády celkovou nabídkou obchodu – párky, rohlíky, ovoce, zelenina, cigarety, uzeniny

Reklamní prvky 8.2

• Postup 1+A, 1+B

- ✓ Respekt k liniím fasády
- ✓ Nápis pouze z písmen
- ✓ Jednoduché informace
- ✓ V barevné škále fasády
- ✓ Stavební preciznost a respekt k technickému řešení fasád

- ✗ Přesah přes plastické prvky fasády
- ✗ Celoplošný potisk
- ✗ Kombinace několika stylů a velikostí písma
- ✗ Zmnožování informací
- ✗ Divoká barevnost

8.2.1 Vývěsní štíty

Hlavní označení, většinou nad vchodem. Název provozu nebo název, čím provoz disponuje („Řeznictví“)



- ✓ Nápis sestavený z jednotlivých písmen
- ✓ Pouze název obchodu
- ✓ V architrávu budovy, pod římsou parteru
- ✓ Namalován na fasádě / Vytvořen z kovu / Kvalitního plastu, dibondu / Dřeva
- ✓ Uchycen na systému, který dovolí nápis měnit
- ✓ Jemně podsvícený světlem bez modré složky
- ✓ Barva odpovídá klempířským výrobkům, případně tmavšímu odstínu fasády při malbě
- ✓ Nápis umístíme na osu ostatních prvků fasády

- ✗ Zmnožení informací
- ✗ Kombinace několika stylů písma, kurzívy
- ✗ Nápis umístěný v těle budovy, případně do těla budovy
- ✗ Zakrytí prvků fasády nápisem
- ✗ Pevná, neprůhledná plocha s potiskem



- ✓ Nápis tvořen pouze literami
- ✓ Kvalitní materiál



- ✓ Nápis v rámci architrávu
- ✓ Umístěn na osu otvoru



- ✓ Vhodný font vůči moderní fasádě
- ✓ Odpovídající velikost
- ✓ Stabilní materiál



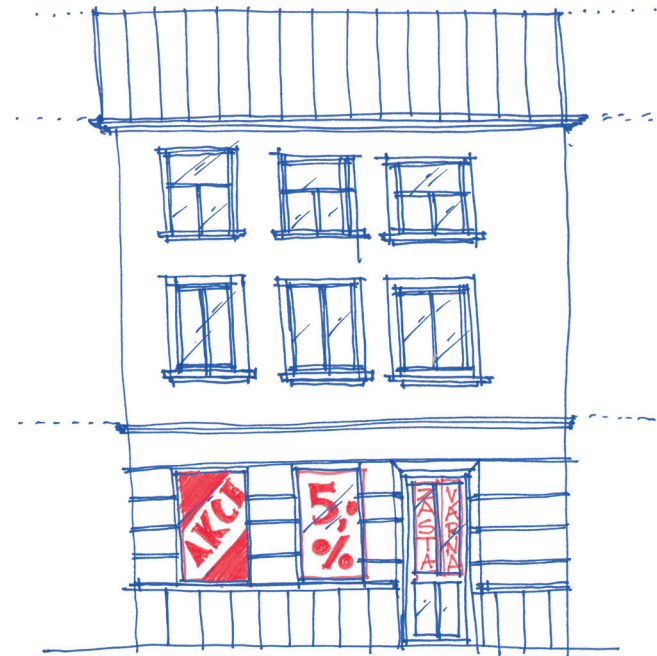
- ✓ Nápis v rámci omítky
- ✓ Na ose otvoru

8.2.2 Polepy

Nálepky v oknech a dveřích



- ✓ Okraje 10 cm od rámu okna
- ✓ Barva v odstínu barvy fasády
- ✓ Průhledná z 50%
- ✓ Použita pouze písmena



- ✗ Celoplošný polep
- ✗ Změny typů a velikostí písma
- ✗ Agresivní barvy



- ✓ Graficky stylizovaný polep v čarách na míru prodejně
- ✓ Méně než 50 % plochy
- ✓ Průhledná grafika, zdařilá grafická úprava



- ✓ Historizující polep, pouze z písmen a ozdobného prvku

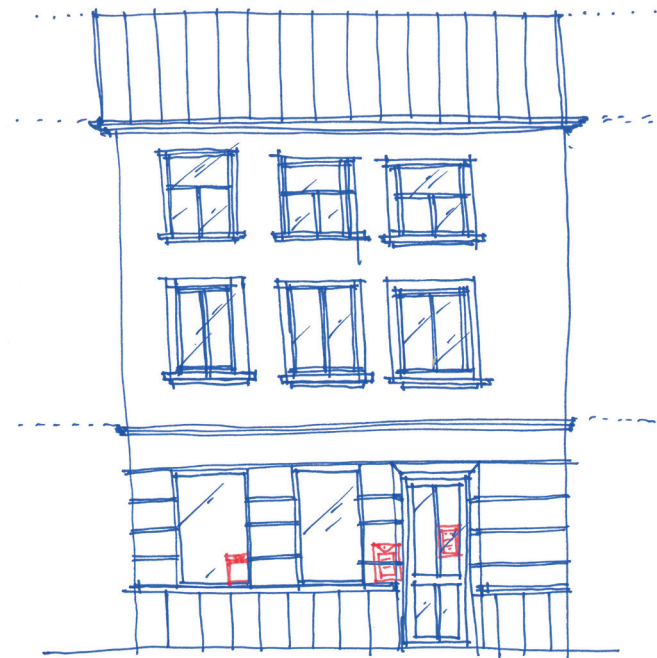


- ✓ Polep z písmen v korporátní grafice
- ✓ Úměrný dalším reklamním prvkům



8.2.3 Vitríny

Prosklené krabice a rámy připevněné k fasádě, které informují o denní nabídce



- ✓ Mezi sokl a architráv
- ✓ Respekt k dělení bosáže, hrany fasády, parapetů a další prvky
- ✓ Za rovinu okenního skla z vnitřní strany
- ✓ Velikost a tvar je libovolný, měl by vycházet ze základních geometrických tvarů
- ✓ Max. velikost plochy vitríny je velikost 1278 × 1865, tedy reklamní standart CLV
- ✓ Jemně podsvícená světlem bez modré složky
- ✓ Vitrínou myslíme krabici se sklem, křídovou tabulí, CLV panel,...
- ✓ Barva rámu - odstín klempířských prvků

- ✗ Na okno z venkovní strany
- ✗ Firemní vitríny (Budějovický Budvar, atd.)



✓ Jednoduché řešení nabídkové tabule

✗ Nestabilní uchycení



✓ Dřevěný rám, křídlová tabule s denní nabídkou



✓ Dibondová deska, kovový povrch

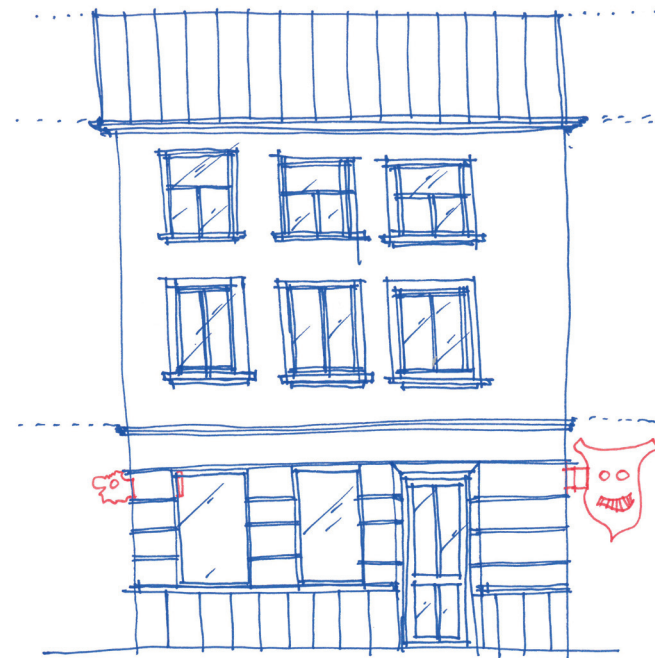
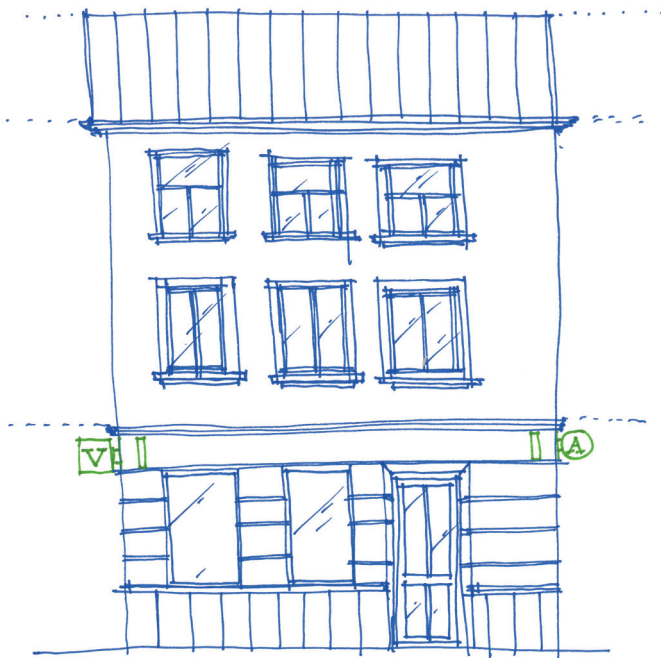
✓ Přiměřený rozměr



✓ Jednoduché pop-up řešení, v odpovídající kvalitě

8.2.4 Výstrče

Konzoly, které trčí z fasády a nesou logo provozu, případně i název



- ✓ Pod římsu parteru, do oblasti architrávu, hlavního horizontálního prvku budovy
- ✓ Výstrč není větší než výška architrávu
- ✓ Základní geometrické tvary, čtverec, kruh
- ✓ Na nároží budovy, případně mezi okna
- ✓ Barva odpovídá barvě klempířských výrobků
- ✓ Jemné podsvícení bez modré složky

- ✗ Mimo hlavní horizontální prvek budovy - architráv
- ✗ Do okenních prostor
- ✗ Více než 1 výstrč na 1 provozovatele
- ✗ Příliš velké výstrče (dodržíme pomyslný čtverec výšky architrávu)



- ✓ Pop-up verze výstrče využívající okenní konstrukce
- ✓ Nezasahuje do fasády



- ✓ Jednoduchý ocelový rám s informacemi o podniku
- ✓ Respektuje celkový ráz budovy – cihly, ocel



- ✓ Výstrč v jednoduchém provedení,
- ✓ Z kvalitních materiálů
- ✓ Respektující barevnost fasády



- ✓ Klasická podoba a umístění výstrče
- ✓ V odpovídajícím měřítku
- ✓ Respektuje členění fasády

8.2.5 Áčka

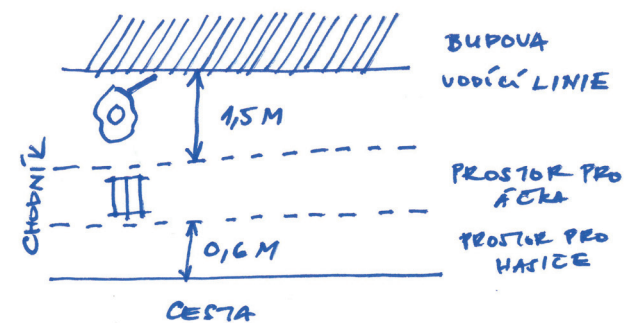
Reklamní stojany ve tvaru písmene A s denní nabídkou



- ✓ Křídlová tabule umístěná vodorovně s fasádou
- ✓ Dodržení požadavků vyhlášky 398/2009 Sb. nepřerušené vodící linie pro slepce, kterou tvoří hrana budovy



- ✗ Potisknutá plocha
- ✗ Tisky s nabídkou v ochranných fóliích





- ✓ Jednoduché zpracování
- ✓ Umístění mimo vodící linii budovy a vodorovně s fasádou
- ✓ Křídová plocha pro denní nabídku



- ✓ Áčko skryté ve výstupku fasády
- ✓ V materiálovém řešení odpovídajícím zbytku prodejny

8.2.6 Reklama na střeše

Reklama nad hlavní římsou, nad kterou začíná střešní krajina - tašky a pokrývači, komíny a kominíci, kočky



- ✓ Výška reklam nepřesahuje výšku architrávu
- ✓ Barva v odstínu fasády
- ✓ Pouze písmena
- ✓ Stejná velikost a typ písma

- ✗ Reklama v ploše (na desce)
- ✗ Svítící reklama
- ✗ Agresivní barvy



- ✓ Umístění nad atikou
- ✓ V odpovídajícím měřítku a kvalitním zpracování, které odolá zubu času



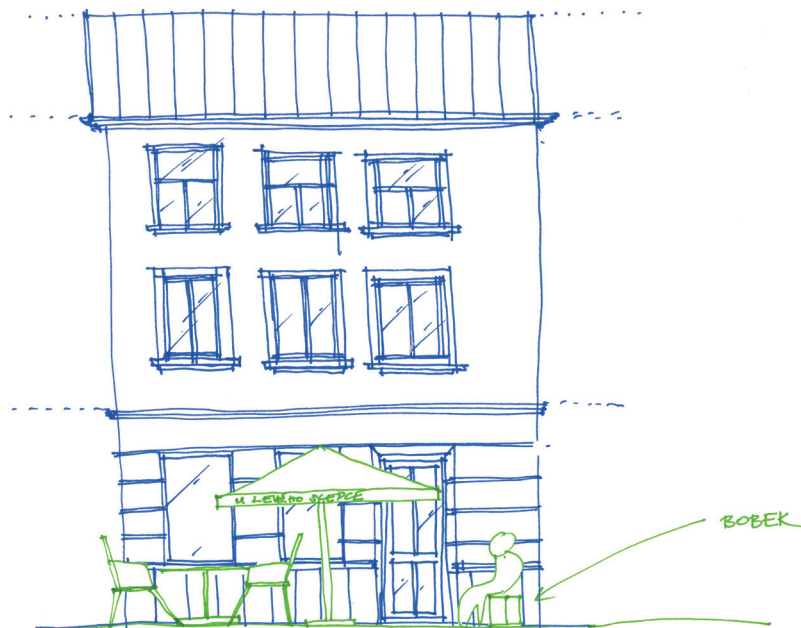
- ✓ Použití reklamy na střeše v souladu s rázem budovy
- ✓ Mimum dalších prvků na fasádě



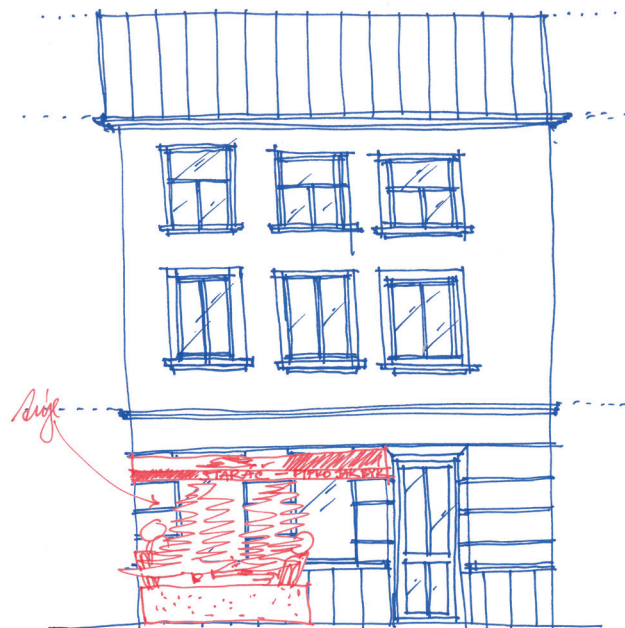
- ✓ Reklama umístěna na stavebním prvku střešní krajiny
- ✓ V odstínu fasády

8.2.7 Předzahrádky a stínění

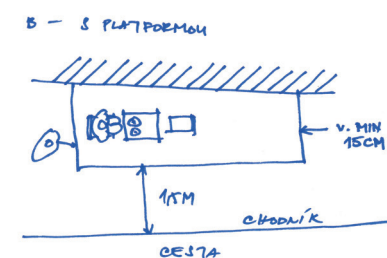
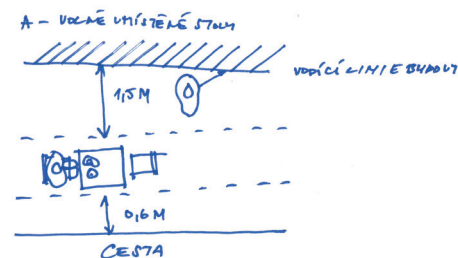
Stolky a židle s espressem před kavárnami, slunečníky, pergoly, květináče, dřevěné platformy



- ✓ Kvalitní nábytek z kovu, dřeva, kvalitního plastu
- ✓ Předzahrádku tvoří stůl, židle, slunečník nebo markýza, kvalitní truhlíky
- ✓ Stůl je orientován kratší stranou k fasádě
- ✓ Kostra nábytku je v barvě klempířských prvků, pokud je kovová, plastová
- ✓ Kostra nábytku je přírodní, pokud je dřevěná
- ✓ Tkanina slunečníku nebo pergoly, případně tkanina použitá u nábytku, například sedáky je ve světlém odstínu fasády
- ✓ Nápis na tkanině jsou provedeny v tmavším odstínu fasády, a umístěny do převisu
- ✓ Případnou vodící linii vyznačujeme kvalitními truhlíky s okrasnou květenou, bez jehličnanů
- ✓ Stínění navrženo v rámci projektové dokumentace celku jako jeho nedílná součást
- ✓ Je dodržena nepřerušovaná vodící linie pro slepce (předzahrádka je odsazena 1,5 m od fasády objektu)



- ✗ Nekvalitní, na slunci degradující plast
- ✗ Standardní výrobky dodavatelů, například brčálově zelené slunečníky
- ✗ Dodatečně uchycovaná pergola, která nekoresponduje s architektonickým ztvárněním budovy
- ✗ Pergola v pamákové zóně
- ✗ Příliš blízko trávniku





- ✓ Předzahrádka v souladu s ostatní reklamní grafikou
- ✓ Umírněná, ale přitom výrazná



- ✓ Tvořivé řešení využívající nezvyklého tvaru budovy
- ✓ Přidání další architektonické vrstvy
- ✓ V rámci architrávu, dodržena barevnost fasády, zastínění v duchu barevného řešení



- ✓ Ohleduplné řešení, respektující vodící linii budovy
- ✓ V tlumených odstínech fasády, ale přitom dostatečně viditelné



- ✓ Předzahrádka umístěná v dostatečné vzdálenosti od budovy
- ✓ Jednoduchá, tvořená pouze stoly a židlemi
- ✓ Ideální pro historické centrum

8.3 Dobré příklady

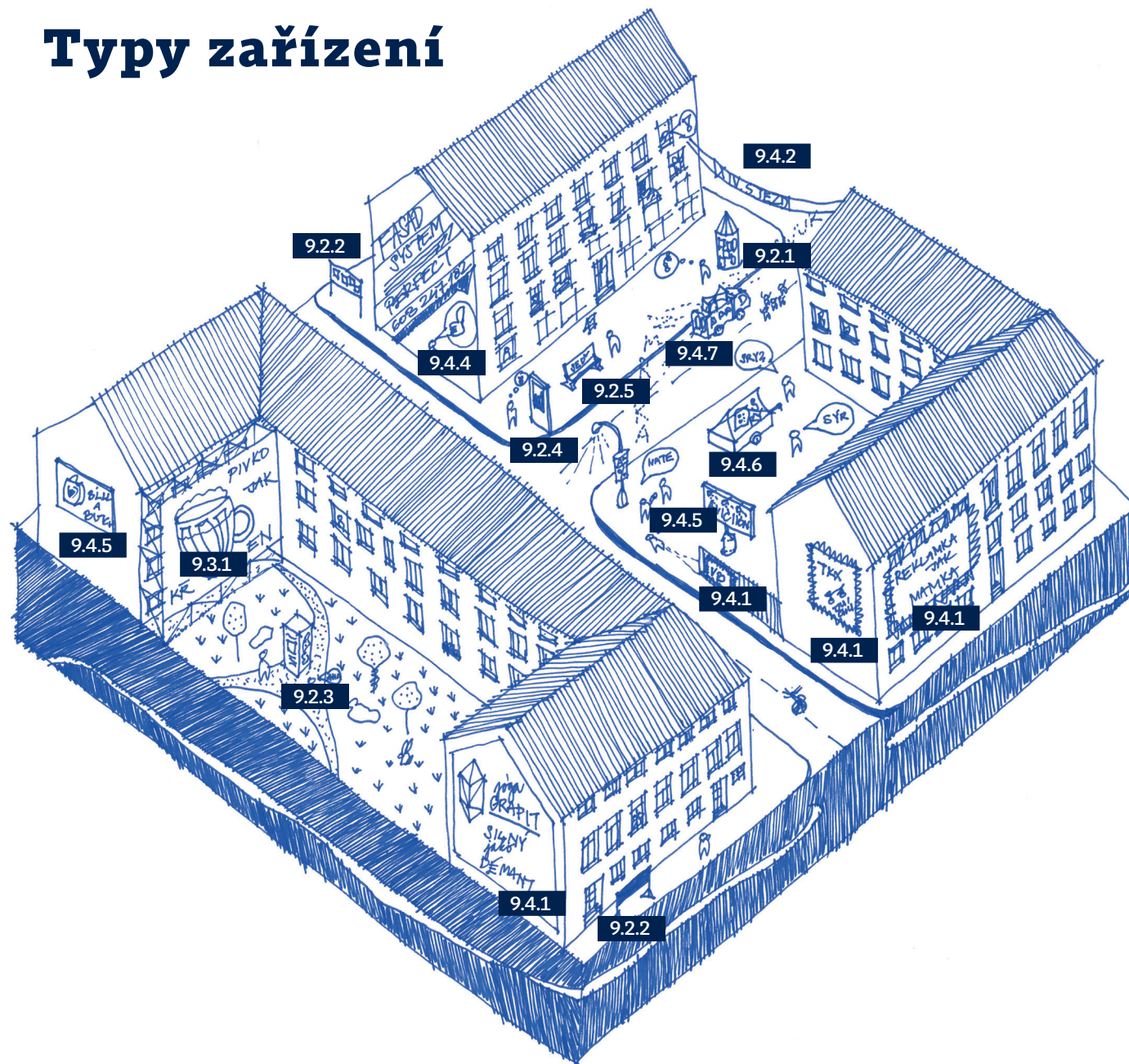




Foto provozoven
ve Frýdku-Místku, které splňují
nároky dané manuálem

Volná reklama

9.1 Typy zařízení



Reklamní zařízení

- 9.2.1 - Rotundy
- 9.2.2 - Plakátovací plochy
- 9.2.3 - Hranoly
- 9.2.4 - CLV vitríny, LED panely, totemy
- 9.2.5 - Lavičky

Stavby pro reklamu

- 9.3.1 - Lešení
- 9.3.2 - Stánky

Outdoor reklama

- 9.4.1 - Plachty
- 9.4.2 - Převěsy
- 9.4.3 - Plakáty
- 9.4.4 - Malby
- 9.4.5 - Billboardy
- 9.4.6 - Přívěs
- 9.4.7 - Auto nebo člověk s hlásnou troubou
- 9.4.8 - Auto s reklamou

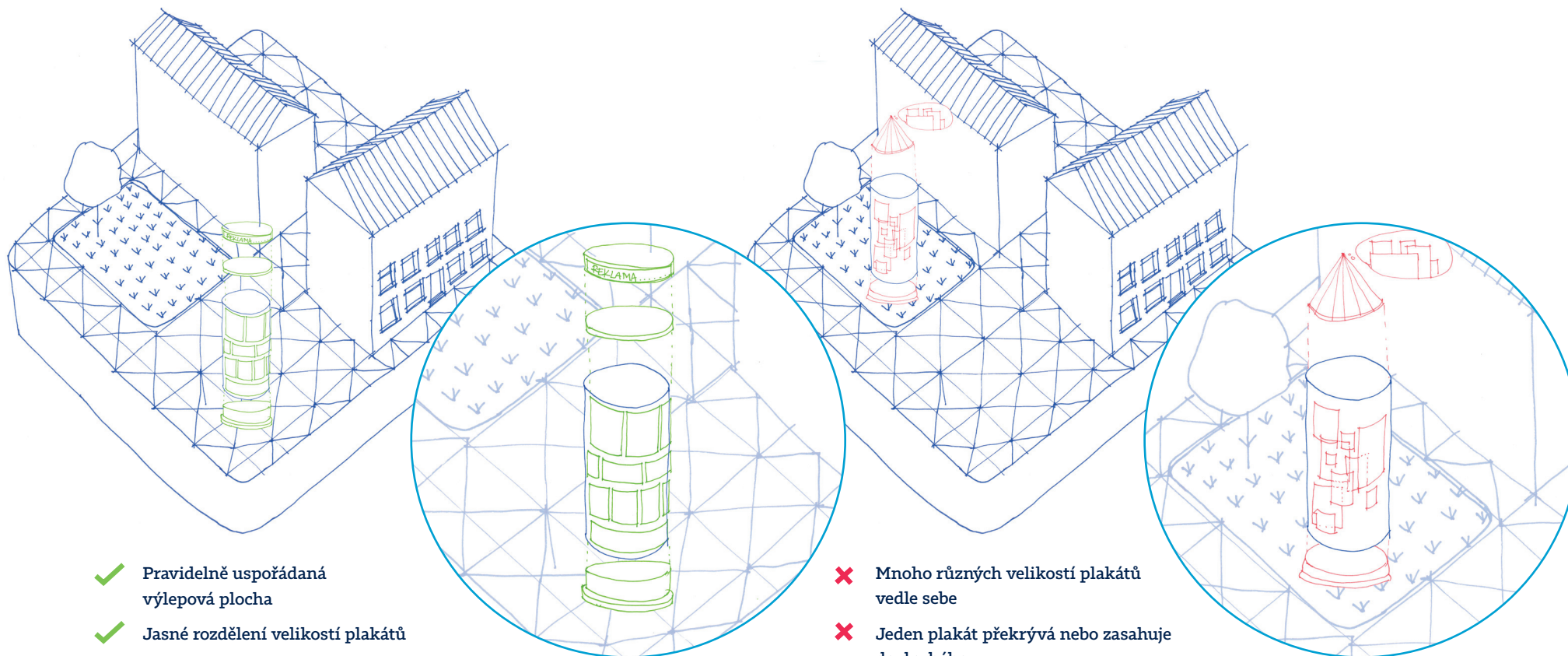
Reklamní zařízení 9.2

- 0,6–8 m² reklamní plochy
- Nutno vyřídit územní souhlas a ohlášení stavby
- Nutno vyřídit souhlas se zvláštním užíváním komunikace
 - Nutno vyřídit pronájem části pozemku od majitele
 - Postup 3+A, 3+B

| | |
|--|---|
| ✓ Pravidelné uspořádání | ✗ Různé druhy písma |
| ✓ V souladu s přirozenými vodícími liniemi | ✗ Celoplošný potisk |
| ✓ V dostatečné vzdálenosti od trávníku (30 cm) | ✗ V trávníku |
| ✓ Méně informací | ✗ Překážka v prostoru |
| ✓ Jednoduchá grafika | ✗ Bez barevných ploch |
| | ✗ V rozhledovém trojúhelníku zakrývajícím dopravní značení poutající pozornost řidiče |
| | ✗ Světelné zdroje |
| | ✗ Zastínění stromů a keřů |
| | ✗ V průhledu na okrasné květiny, záhony a dřeviny |

9.2.1 Rotundy

Válce s patkou a stříškou, s polepovou plochou

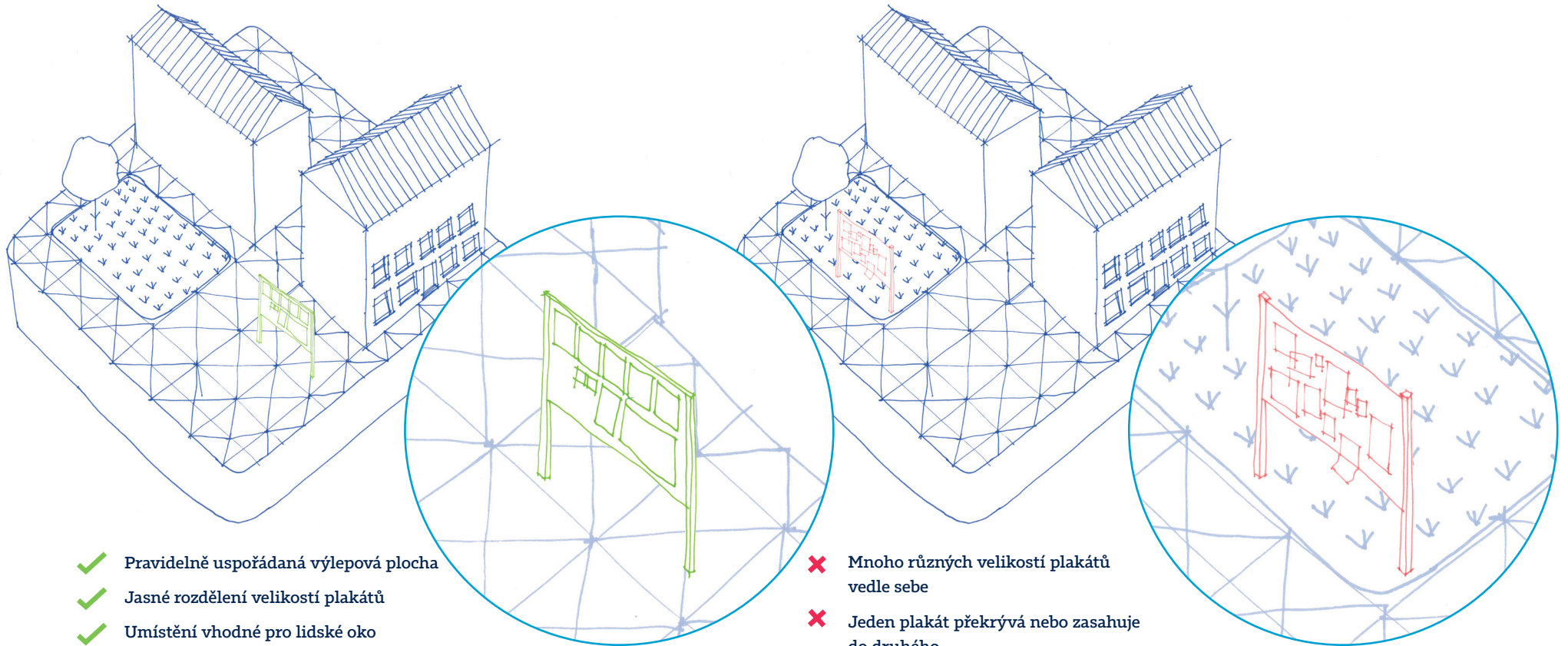


- ✓ Pravidelně uspořádaná výlepová plocha
- ✓ Jasně rozdělení velikostí plakátů
- ✓ Umístění vhodné pro lidské oko
- ✓ Obnovovaný, svěží výlep
- ✓ Vhodná architektonická forma rotundy
 - pro moderní městské prostředí
 - pro památkovou zónu
- ✓ Dostatečný prostor kolem dle vyhlášky č. 398/2009 Sb.

- ✗ Mnoho různých velikostí plakátů vedle sebe
- ✗ Jeden plakát překrývá nebo zasahuje do druhého
- ✗ Hromadění nových plakátů na staré
- ✗ Odlepující se tlusté vrstvy starých plakátů
- ✗ Historizující forma v modernistické části města a naopak
- ✗ Na trávě nebo v keři
- ✗ V cestě přirozeného směru chůze na veřejném prostranství

Plakátovací plochy 9.2.2

Plochy v ocelovém rámu, upevněné na nohách, případně na stěně budovy nebo plotu

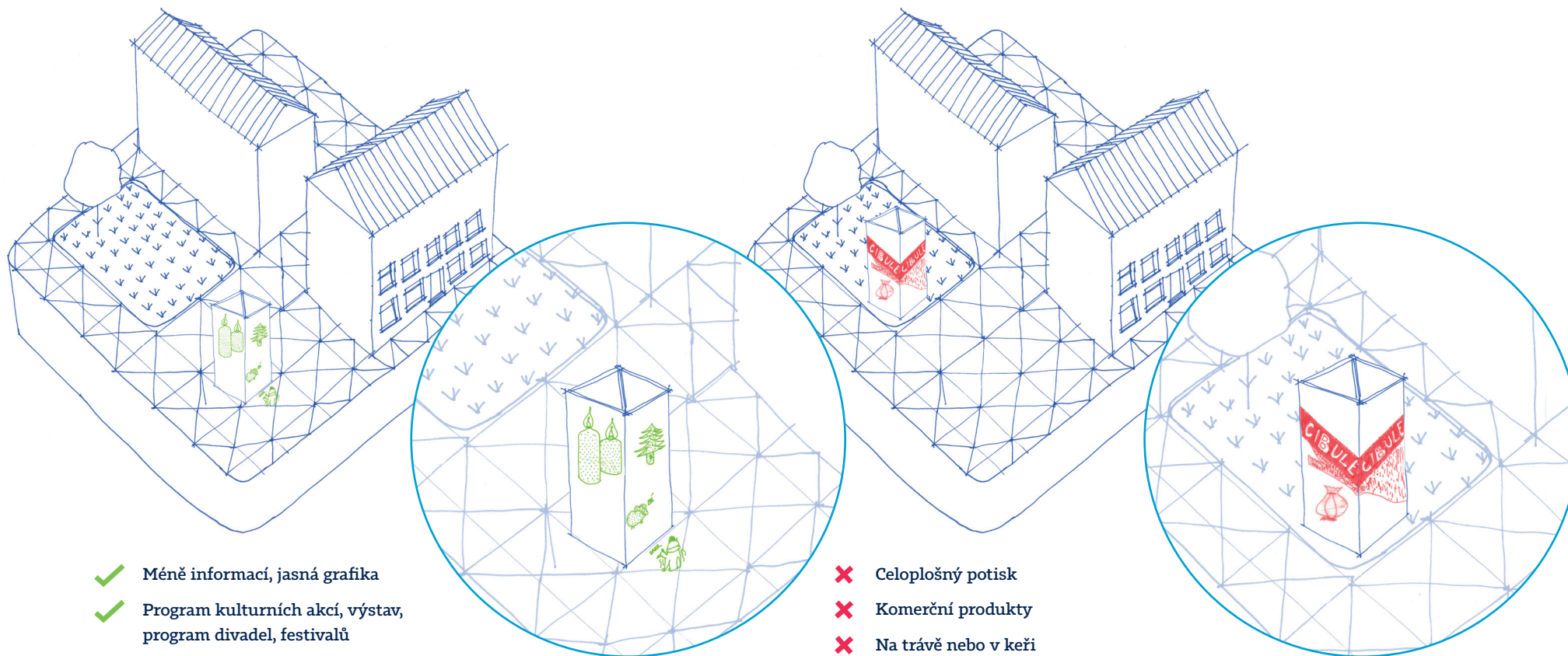


- ✓ Pravidelně uspořádaná výlepová plocha
- ✓ Jasně rozdělení velikostí plakátů
- ✓ Umístění vhodné pro lidské oko
- ✓ Obnovovaný, svěží výlep
- ✓ Vhodná architektonická forma
 - pro moderní městské prostředí
 - pro památkovou zónu
- ✓ Dostatečný prostor kolem dle vyhlášky č. 398/2009 Sb.

- ✗ Mnoho různých velikostí plakátů vedle sebe
- ✗ Jeden plakát překrývá nebo zasahuje do druhého
- ✗ Hromadění nových plakátů na staré
- ✗ Odlepující se tlusté vrstvy starých plakátů
- ✗ Historizující forma v modernistické části města a naopak

9.2.3 Hranoly

Bannery, PVC plachty v ocelovém rámu, upevněné na nohách, případně na stěně budovy nebo plotu

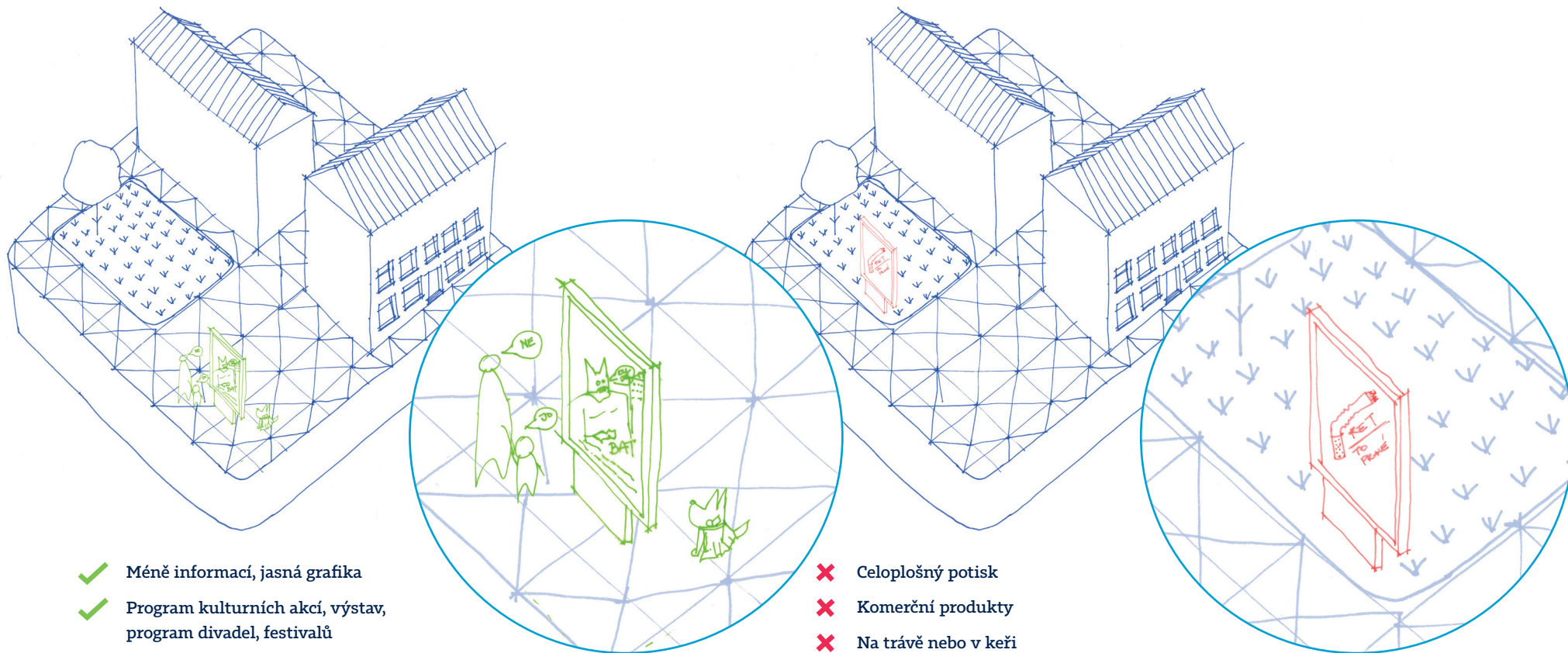


- ✓ Méně informací, jasná grafika
- ✓ Program kulturních akcí, výstav, program divadel, festivalů
- ✓ Potisk na 60 % plochy
- ✓ Maximálně 1,5 × 1,5 × 2,5 m
- ✓ Dostatečný prostor kolem dle vyhlášky č. 398/2009 Sb.
- ✓ Dostatečný odstup od vodících linií, tj. minimálně 1,5 m od hrany budovy, obrubníku
- ✓ Rovnoběžně s přirozenými vodícími liniemi, obrubníky, chodníky, budovami, trávníkem

- ✗ Celoplošný potisk
- ✗ Komerční produkty
- ✗ Na trávě nebo v keři
- ✗ V cestě přirozeného směru chůze na veřejném prostranství

CLV vitríny, LED panely, totemy 9.2.4

Vitrína s vnitřním systémem uchycení a cirkulace plakátů, LED panel nahrazující plakátovací plochu

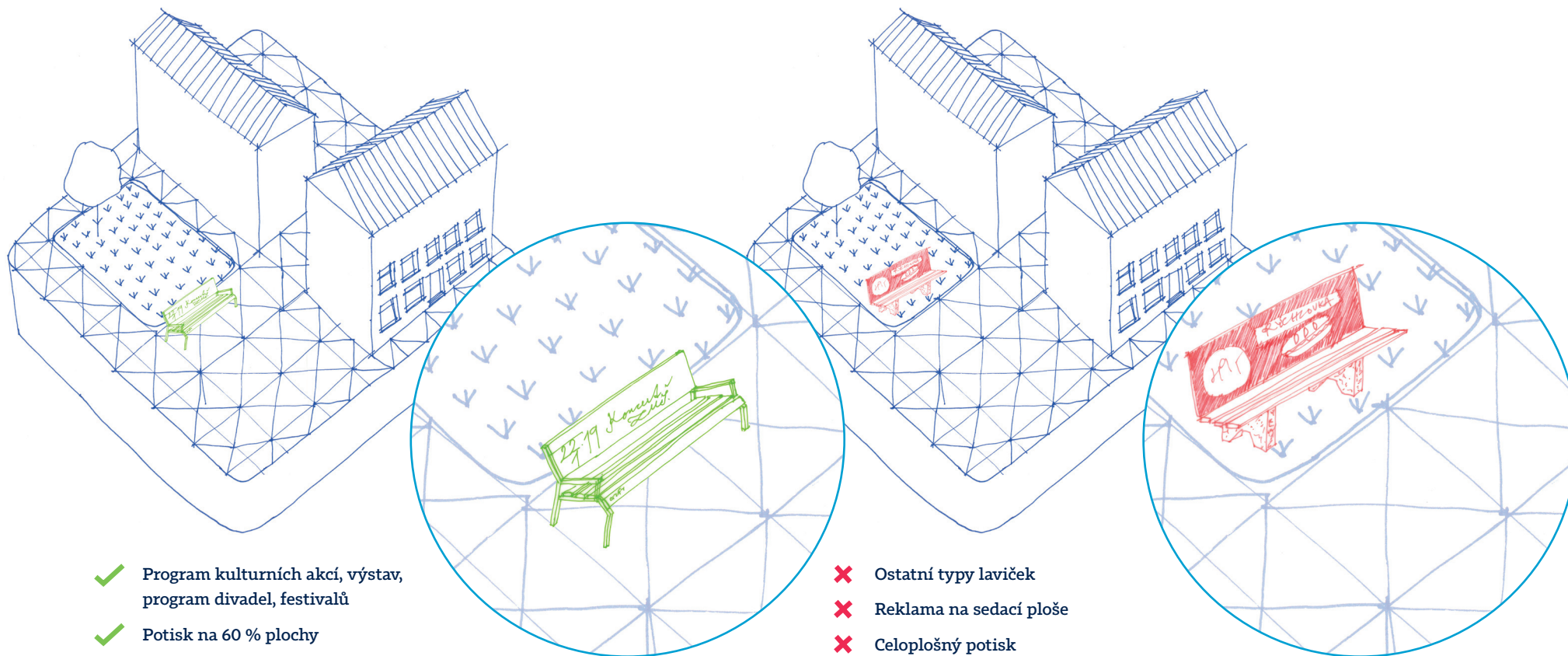


- ✓ Méně informací, jasná grafika
- ✓ Program kulturních akcí, výstav, program divadel, festivalů
- ✓ Potisk na 60 % plochy
- ✓ Na noze, na zdi
- ✓ Maximálně 1,185 × 1,850 m informační plochy
- ✓ Dostatečný prostor kolem dle vyhlášky č. 398/2009 Sb.
- ✓ Dostatečný odstup od vodících linií, tj. minimálně 1,5 m od hrany budovy, obrubníku
- ✓ Rovnoběžně s přirozenými vodícími liniemi, obrubníky, chodníky, budovami, trávnikem

- ✗ Celoplošný potisk
- ✗ Komerční produkty
- ✗ Na trávě nebo v keři
- ✗ V cestě přirozeného směru chůze na veřejném prostranství

9.2.5 Lavičky

Mobiliář s reklamní plochou na opěradle



- ✓ Program kulturních akcí, výstav, program divadel, festivalů
- ✓ Potisk na 60 % plochy
- ✓ Lavičky typ TS1
- ✓ Reklama na opěradle
- ✓ Dostatečný prostor kolem dle vyhlášky č. 398/2009 Sb.
- ✓ Dostatečný odstup od vodících linií, tj. minimálně 1,5 m od hrany budovy, obrubníku
- ✓ Rovnoběžně s přirozenými vodícími liniemi, obrubníky, chodníky, budovami, trávnikem

- ✗ Ostatní typy laviček
- ✗ Reklama na sedací ploše
- ✗ Celoplošný potisk
- ✗ Na trávě nebo v keři
- ✗ V cestě přirozeného směru chůze na veřejném prostranství
- ✗ V parku
- ✗ Na hlavních tazích
- ✗ V památkové zóně
- ✗ S politickou reklamou

Stavba pro reklamu 9.3

- Více než 8 m² reklamní plochy
- Nutno vyřídit územní souhlas a ohlášení stavby
- Nutno vyřídit souhlas se zvláštním užívání komunikace
- Nutno vlastnit pozemek nebo vyřídit pronájem části pozemku od majitele
 - Postup 3+A, 3+B

✓ Pravidelné uspořádání

✓ V souladu s přirozenými vodícími liniemi

✓ V dostatečné vzdálenosti od trávníku (30 cm)

✓ Méně informací

✓ Jednoduchá grafika

✗ Různé druhy písma

✗ Celoplošný potisk

✗ V trávníku

✗ Překážka v prostoru

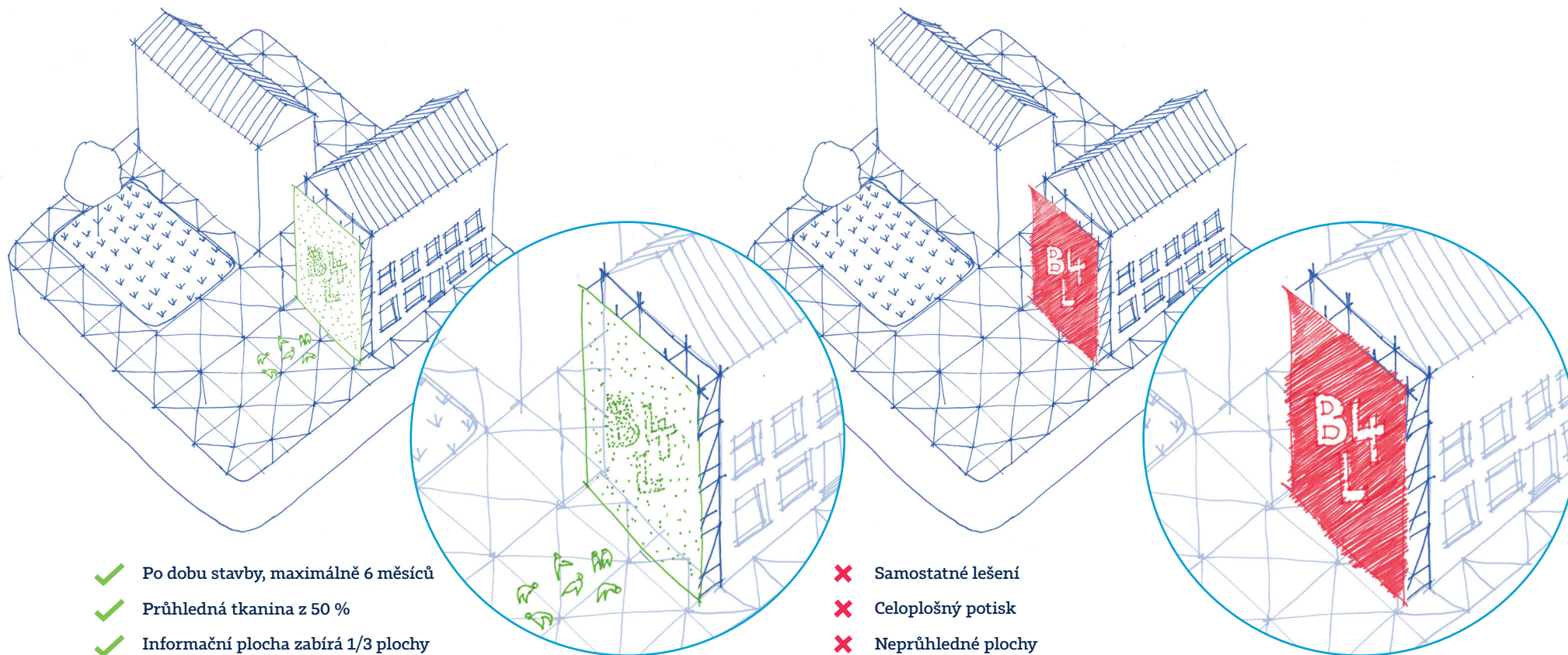
✗ Bez barevných ploch

✗ V rozhledovém trojúhelníku
zakrývajícím dopravní značení
poutající pozornost řidiče

✗ Světelné zdroje

9.3.1 Lešení

Velkoplošná reklamní plocha na konstrukčním rámu lešení

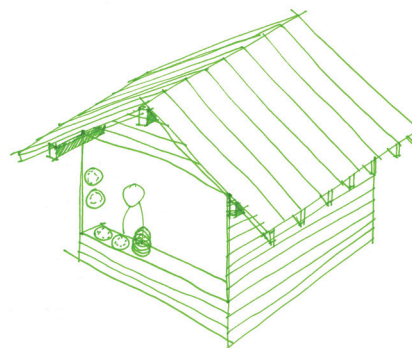
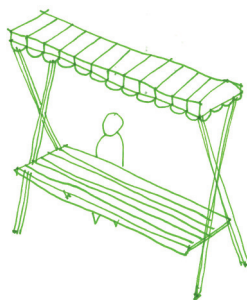
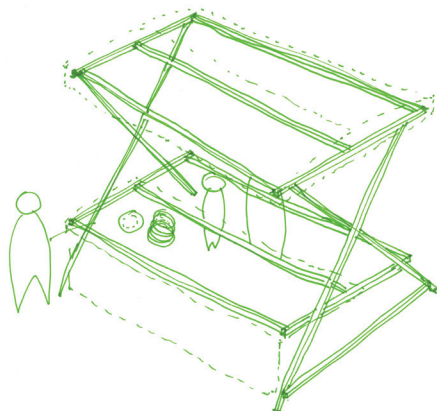


- ✓ Po dobu stavby, maximálně 6 měsíců
- ✓ Průhledná tkanina z 50 %
- ✓ Informační plocha zabírá 1/3 plochy
- ✓ Pouze písmena a čísla, případně grafika produktu
- ✓ Dostatečný prostor kolem dle vyhlášky č. 398/2009 Sb.
- ✓ Dostatečný odstup od vodících linií, tj. minimálně 1,5 m od hrany budovy, obrubníku

- ✗ Samostatné lešení
- ✗ Celoplošný potisk
- ✗ Neprůhledné plochy
- ✗ Plné stěny
- ✗ Velké barevné plochy

Stánky 9.3.2

Velkoplošná reklamní plocha na konstrukčním rámu umístěná na noze volně nebo na fasádě budovy



- ✓ Dočasné stánky
- ✓ Po dobu maximálně 1 měsíce v roce
- ✓ Světlý barevný podklad
- ✓ Světlá barva stánku
- ✓ Informační plocha zabírá 1/3 plochy stánku
- ✓ Pouze písmena a čísla, případně grafika produktu
- ✓ Dostatečný prostor kolem dle vyhlášky č. 398/2009 Sb.
- ✓ Dostatečný odstup od vodících linií, tj. minimálně 1,5 m
- ✓ Rovnoběžně s přirozenými vodícími liniemi, obrubníky, chodníky, budovami, trávníkem

- ✗ Celoplošný potisk
- ✗ Plastové, foliové stánky
- ✗ Velké barevné plochy
- ✗ Na trávě nebo v keři
- ✗ V cestě přirozeného směru chůze na veřejném prostranství
- ✗ Trvalé stánky

Volná reklama 9.4

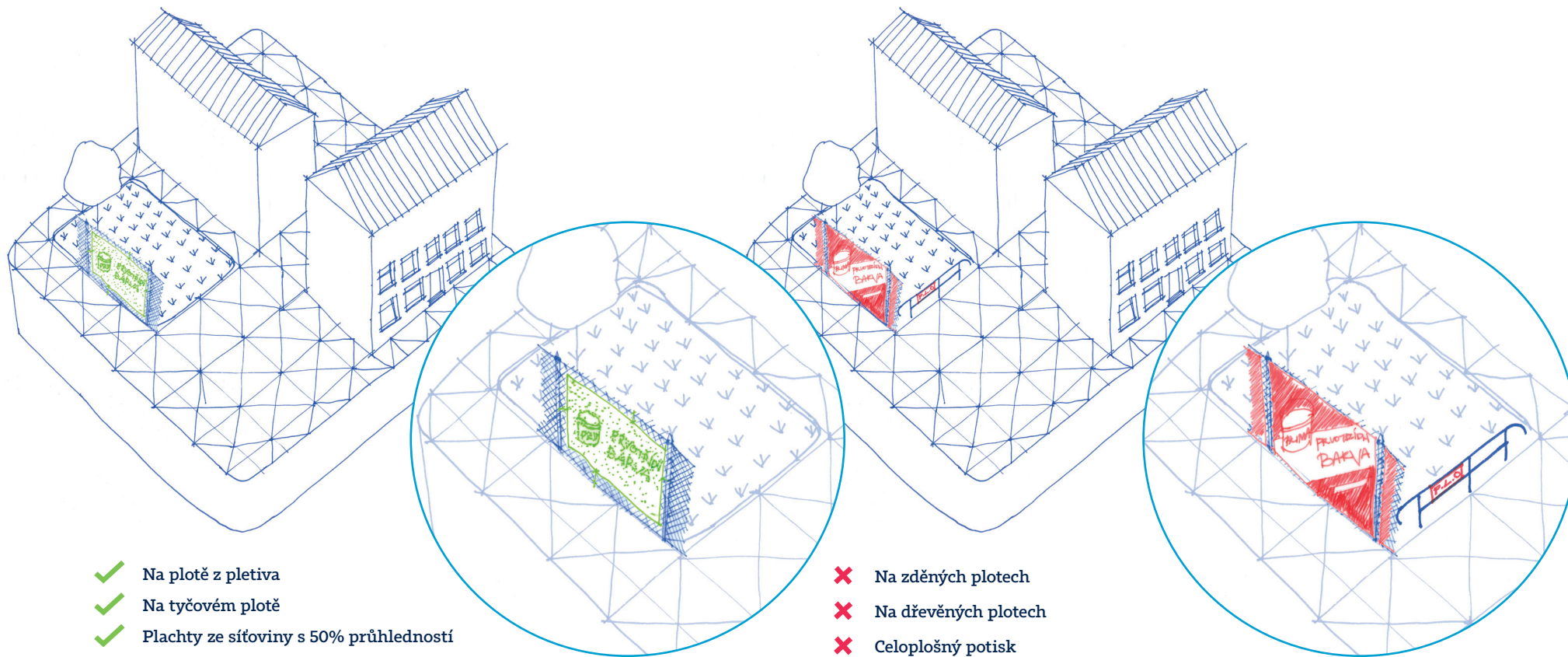
- Nepodléhá stavebnímu zákonu
- Podléhá Nařízení Rady města
 - Postup 2+A, 2+B

- ✓ Pravidelné uspořádání
- ✓ V souladu s přirozenými vodícími liniemi
- ✓ V dostatečné vzdálenosti od trávniku (30 cm)
- ✓ Méně informací
- ✓ Jednoduchá grafika

- ✗ Různé druhy písma
- ✗ Celoplošný potisk
- ✗ V trávniku
- ✗ Překážka v prostoru
- ✗ Bez barevných ploch

9.4.1 Plachty

Plachty na plotech a budovách, stavbách, zařízeních mimo zařízení pro reklamu

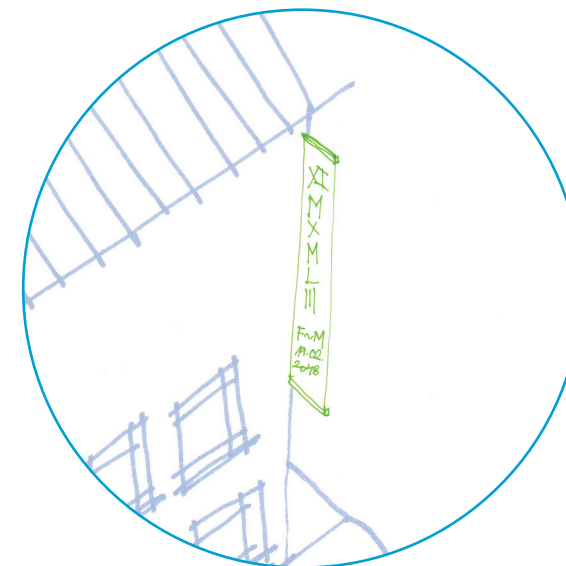
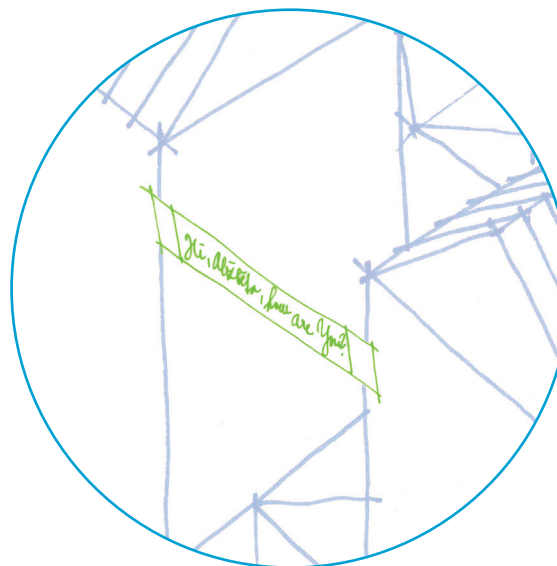
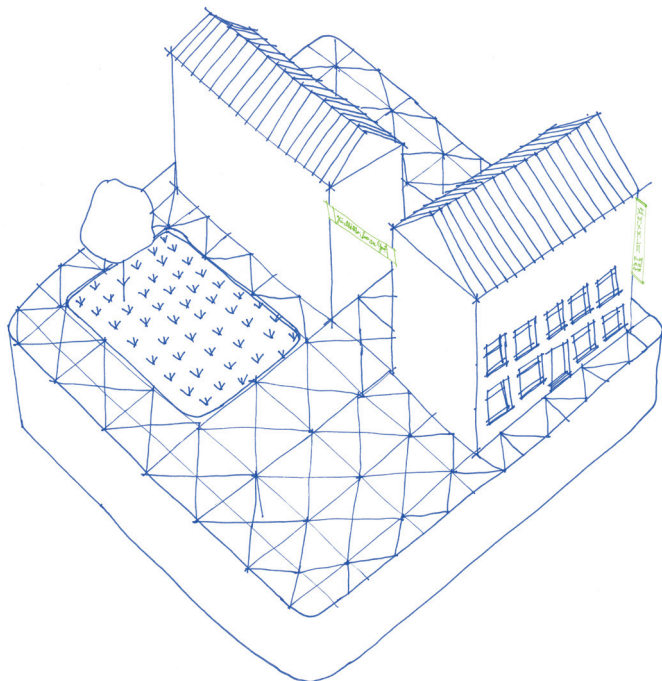


- ✓ Na plotě z pletiva
- ✓ Na tyčovém plotě
- ✓ Plachty ze síťoviny s 50% průhledností
- ✓ Potisk na 30 % plochy
- ✓ 15 cm ochranné pásmo po obvodu plotového dílce
- ✓ Maximálně 10 % z plochy fasády

- ✗ Na zděných plotech
- ✗ Na dřevěných plotech
- ✗ Celoplošný potisk
- ✗ Divoká barevnost
- ✗ Nepřípustné v památkově chráněných územích
- ✗ Plachty na zábradlí

Převěsy 9.4.2

Plachty zavěšené mezi dvěma budovami



- ✓ Při významných státních návštěvách
- ✓ Při demonstracích
- ✓ Při oslavách
- ✓ Maximální doba trvání 3 týdny
- ✓ Označení významných kulturních institucí a jejich programů

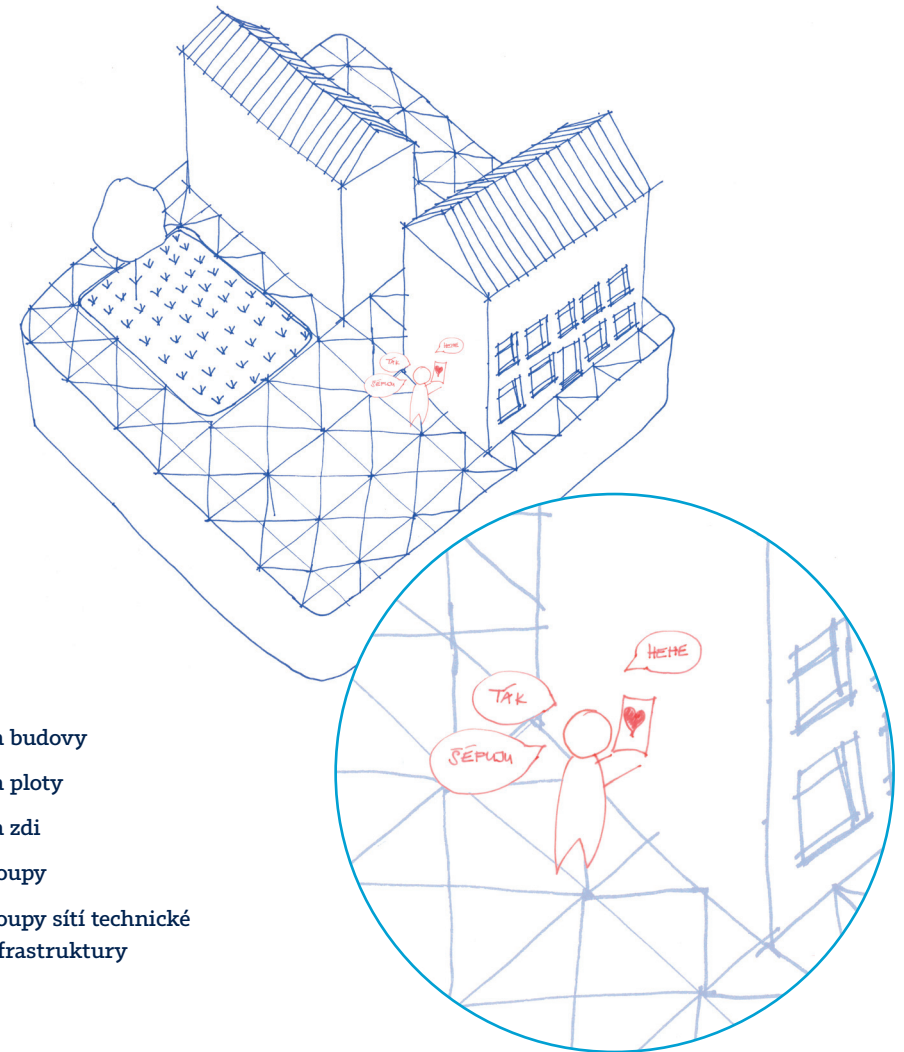
✗ Trvale umístěné převěsy

9.4.3 Plakáty

Papírové formáty s upoutávkou na akci nebo produkt. Vizitky, letáky,...



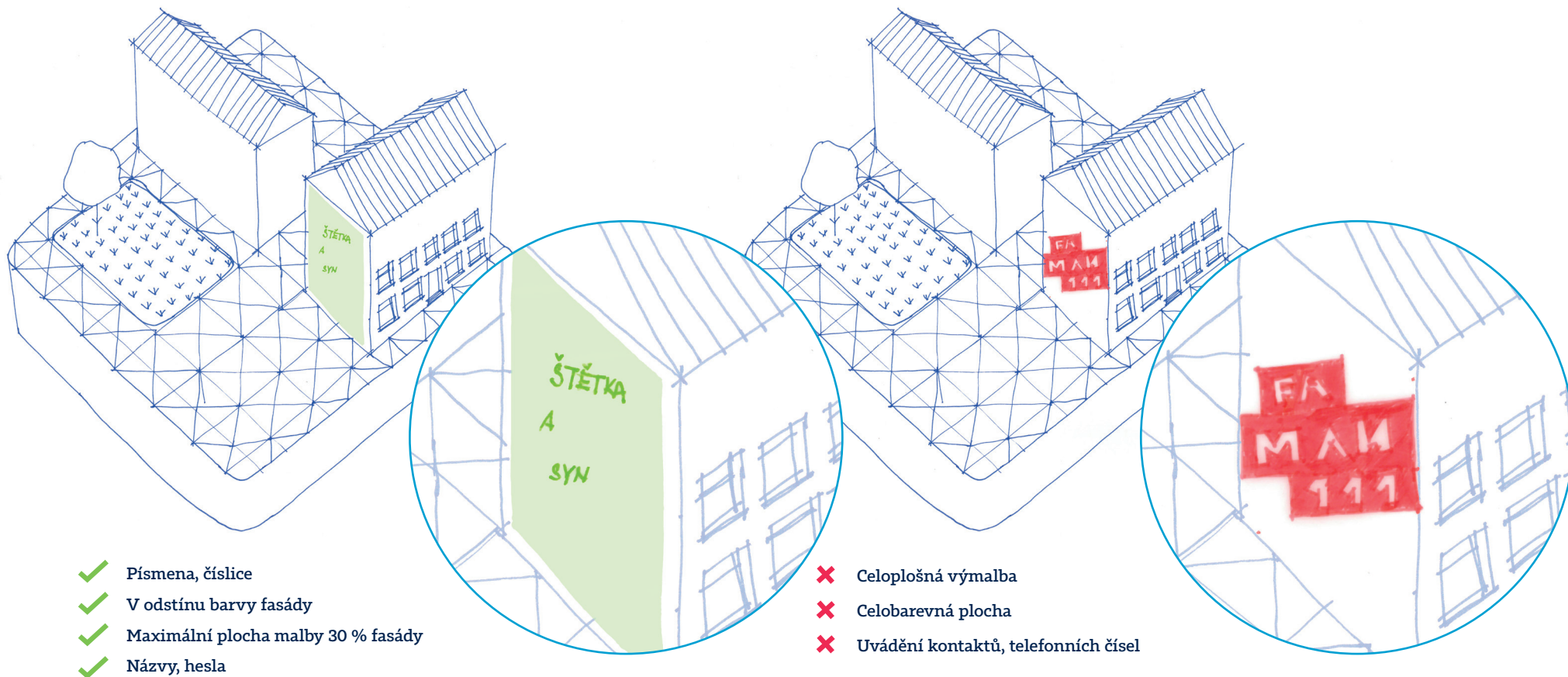
- ✓ Rozdávání plakátů
- ✓ Na plakátovací plochy
- ✓ Na rotundy
- ✓ Maximální formát A2



- ✗ Na budovy
- ✗ Na ploty
- ✗ Na zdi
- ✗ Sloupy
- ✗ Sloupy sítě technické infrastruktury

Malby 9.4.4

Malby inzerující produkt nebo akci na budově, plotě a dalších plochách



9.4.5 ~~Billboardy~~

Velkoplošná reklamní plocha na konstrukčním rámu umístěná na noze volně nebo na fasádě budovy

9.4.6 ~~Přívěs~~

Přívěs s jakoukoli formou reklamního oznámení

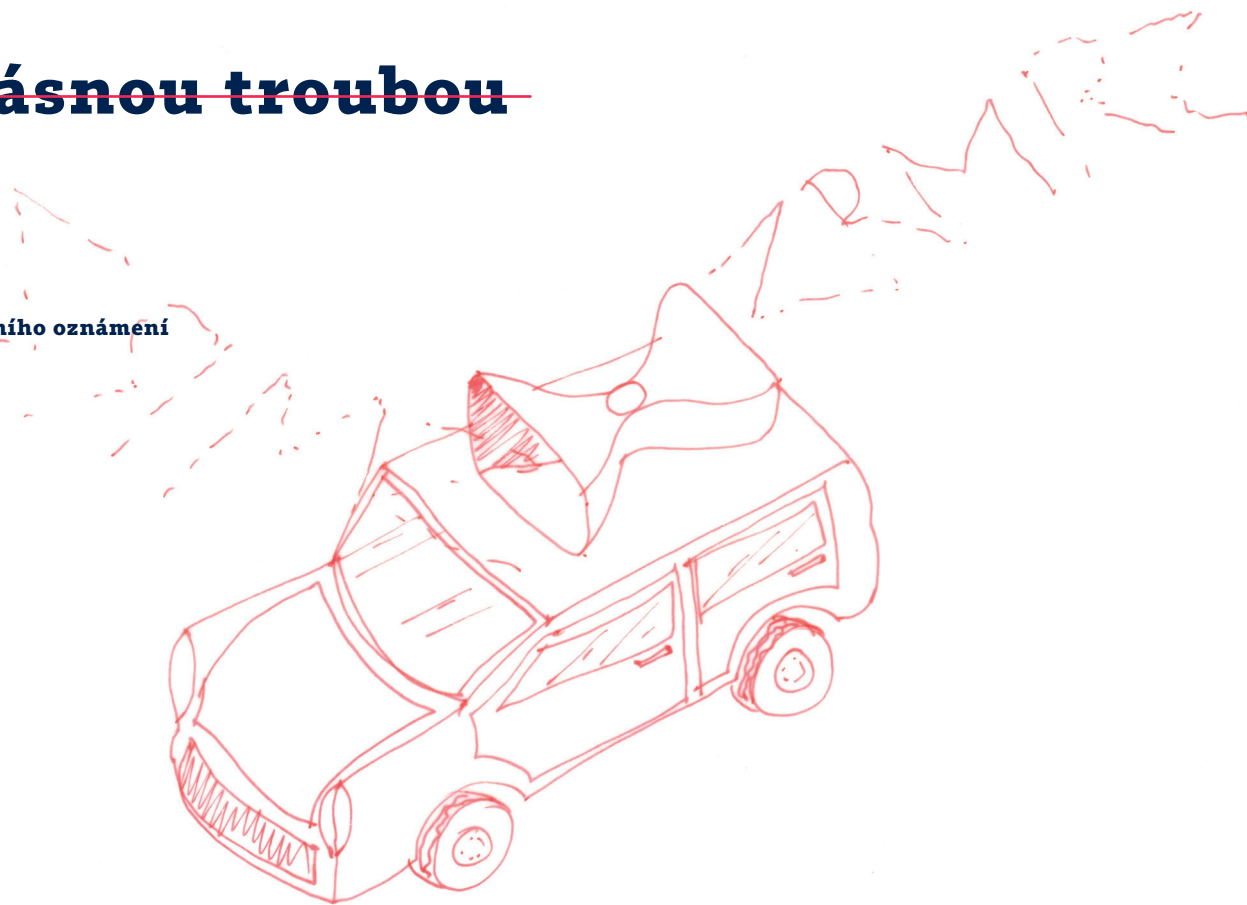
9.4.7 ~~Auto nebo člověk s hlásnou troubou~~

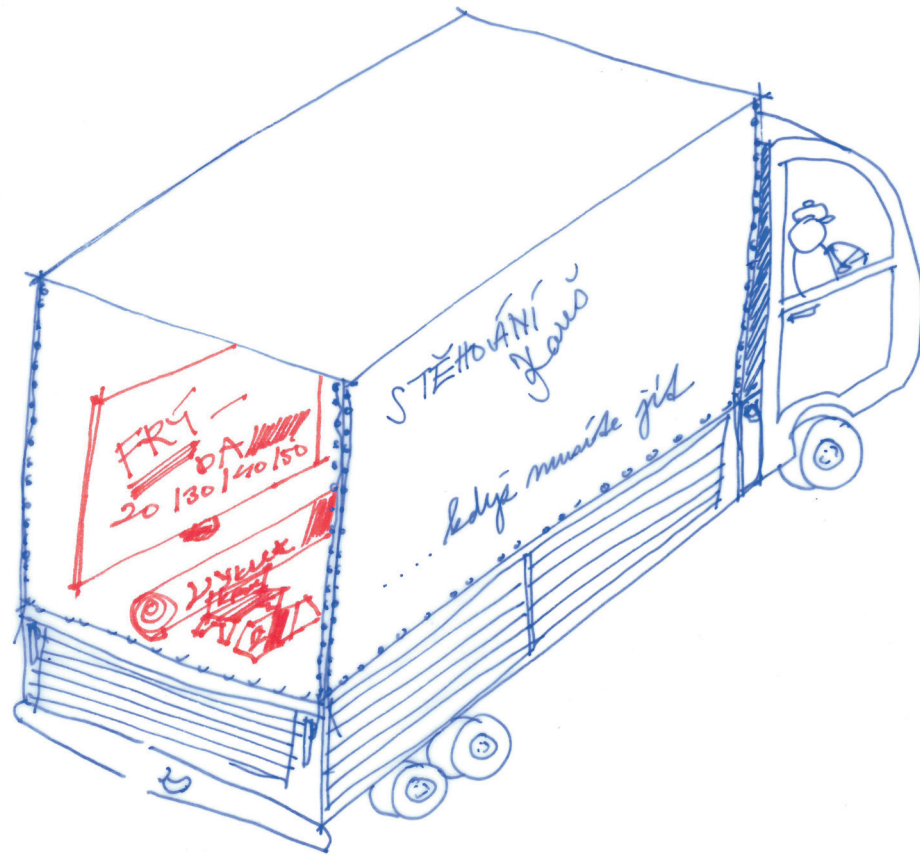
Automobil nebo člověk se zvukovým reklamním systémem

9.4.8 ~~Auto s reklamou~~

Automobil dlouhodobě zaparkovaný na místě, za účelem reklamního oznámení

Na území města není povoleno.





FRÝDEK
≈
MÍSTEK