

Hlavní město Praha
RADA HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY

U S N E S E N Í

Rady hlavního města Prahy

číslo 2975
ze dne 4.11.2014

k návrhu nařízení, kterým se mění nařízení č. 26/2005 Sb. hl.m. Prahy, kterým se zakazuje reklama na veřejně přístupných místech, 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 na veřejně přístupných místech, 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: 10.11.2014

RNDr. Tomáš Hudeček, Ph.D.
primátor hl.m. Prahy

Jiří Vávra
I. náměstek primátora hl.m. Prahy

Předkladatel: radní Manhart
Tisk: R-15788
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 4.11.2014 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. 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., 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 a nařízení č. 10/2010 Sb. hl.m. Prahy, se mění takto:

1. V § 1 odst. 1 se za slova „Legerovy ulice“ vkládají slova „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“.

2. V § 3 písm. a) se slova „letáky, navštívenky a vizitky“ nahrazují slovy „letáky, navštívenky, vizitky, brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály“.

3. V § 3 písm. b) se za slovo „plakáty“ vkládají slova „z jakéhokoli materiálu“ a za slovo „mobiliáři,“ se vkládají slova „zařízení a plakáty na sloupech veřejného osvětlení kromě těch, které jsou zde umístěny na základě smlouvy uzavřené s hlavním městem Prahou,“.

4. V § 3 písm. g) se slova „upevněné či zavěšené na stavbách^{4b)}“ včetně poznámky pod čarou 4b) zrušují.

5. V § 3 se na konci textu písmene g) doplňují slova „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“.

6. V § 3 písmeno h) zní:
„h) reklamní převleky, do nichž jsou oblečeny osoby, které se pohybují nebo postávají.“

Čl. II

Toto nařízení nabývá účinnosti dnem 1. ledna 2015.

RNDr. Tomáš Hudeček, Ph.D.
primátor hlavního města Prahy v. r.

Jiří Vávra
I. náměstek primátora hlavního města Prahy v. r.

Důvodová zpráva

Obecná část

Nařízení č. 26/2005 Sb. hl. m. Prahy, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, bylo vydáno s účinností od 15.12.2005 na základě zmocnění v § 2 odst. 1 písm. f) 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. Podle tohoto zmocnění, které bylo vydáno na základě zákonodárné iniciativy hl.m. Prahy, může obec vydat v přenesené působnosti nařízení, kterým může zakázat šíření reklamy na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle stavebního zákona, v nařízení je třeba stanovit veřejně přístupná místa, na nichž je reklama zakázána, dobu, v níž je reklama zakázána, druhy komunikačních médií, kterými nesmí být reklama šířena, popřípadě též akce, na něž se zákaz šíření reklamy nevztahuje. Nařízením byly zakázány určité způsoby šíření reklamy na území Pražské památkové rezervace – např. rozdávání letáků, šíření reklamy pomocí plakátů, vyjma umístěných na městském mobiliáři, šíření reklamy na přídatných konstrukcích na automobilech a další.

Nařízením č. 9/2007 Sb. hl.m. Prahy byla provedena novela jmenovaného nařízení tak, že s účinností od 1.9.2007 bylo zakázáno šířit reklamu na převěsech a plachtách z jakéhokoliv materiálu, umístěných nebo zavěšených na stavbách, kromě těch, které jsou na nich nebo na stavebním lešení umístěny po dobu jejich výstavby, stavebních úprav a oprav, nebo jsou upevněné či zavěšené na sochách a stromech.

Nařízením č. 10/2010 Sb. hl.m. Prahy, bylo nařízení dále novelizováno s cílem znemožnit zneužívání stanoveného režimu tak, že provádění jakýchkoli stavebních prací kdekoli v budově, nebo i pokud de jure stavba probíhá, ale de facto jsou stavební práce zastaveny, bylo bráno jako záminka k ověšení stavby reklamní plachtou. Reklamní plachty tak často pouze dlouhodobě kryly neutěšený stav objektů, aniž by za nimi skutečně probíhaly na základě vydaného stavebního povolení jakékoli stavební práce. Na základě tohoto stavu došlo uvedenou novelou ke změně § 3 písm. g) nařízení tak, že v současné době lze realizovat reklamu pouze na plachtách a převěsech na lešení umístěném na přilehlé komunikaci. Při stanovení tohoto režimu bylo přihlédnuto také k možnosti ovlivňovat v rámci nájemních smluv k umístění lešení i rozsah a obsah zde umístěvaných reklam, jejichž výnos by mohl sloužit rovněž k úhradám resp. určité kompenzaci výdajů spojených s umístěním lešení (povolení ke zvláštnímu užívání komunikace, místní poplatek za užívání veřejného prostranství) s tím, že v ostatních případech nejsou pokládány reklamy jakéhokoliv druhu pro území centra města za žádoucí.

Touto novelou byla zároveň rozšířena územní působnost nařízení na část severojižní magistrály přiléhající k Pražské památkové rezervaci v oblasti Legerovy ulice.

S ohledem na snahu o další omezení reklam umístěvaných na stavby v památkové rezervaci a kultivaci tohoto území, v souladu se závěrem, s nímž bylo nařízení v původní podobě přijato a které v návaznosti na event. poznatky z praxe a reakci na vývoj v oblasti reklamy v centru hl.m. Prahy, předběžně počítalo s dalšími pozdějšími úpravami tohoto obecně závazného právního předpisu, je navrhována další, v pořadí třetí, novelizace nařízení. Jejím cílem je omezení těch forem reklamy, které výrazně zasahují a ovlivňují veřejný prostor, dále rozšíření území působnosti nařízení a také pro potřeby praxe upřesnění některých, v nařízení používaných, termínů.

Uvažované změny se týkají především § 3 písm. g) nařízení, upravujícího šíření reklamy pomocí plachet a převěsů. Je navrhováno, aby i nadále bylo možno šířit v rámci

nařízením stanovené zejména historické části hl.m. Prahy reklamu pomocí plachet a převěsů pouze pokud jsou tyto poutače upevněny na lešení umístěném na přilehlé komunikaci, ale nově také za podmínky, že plachta či převěs bude zároveň zobrazovat objekt, který je touto plachtou či převěsem opatřen nebo zcela či částečně kryt, a kdy vlastní reklama (reklamní sdělení) nebude zabírat více než 20 % celkové plochy této plachty či převěsu. Tímto způsobem by došlo ke zpřísnění dosud platného režimu šíření reklamy, kdy nově by reklama pomocí těchto komunikačních médií mohla být v daném území realizována pouze, pokud bude umístěna na lešení umístěném na komunikaci (tzn. v praxi v případě oprav a rekonstrukce těchto objektů – budov, soch apod.) a zároveň, bude-li podstatná část plachty či převěsu zobrazovat tento opravovaný objekt.

Jiné případy šíření reklamy pomocí uvedených plachet či převěsů, tj. např. upevněných přímo na budově pomocí tzv. horolezecké techniky bez lešení, které by bylo umístěno na komunikaci, nebudou i nadále přípustné. Z toho důvodu je pro nadbytečnost vypouštěno samostatné ustanovení § 3 písm. h) stanovující zákaz reklamy pomocí plachet a převěsů upevněných na stromech a sochách, protože tyto případy jsou zahrnuty v režimu písm. g).

Nově je navrhováno doplnění zakázaných komunikačních médií o reklamní převleky, kterými je podle poznatků z praxe šířena reklama formou osob, převlečených za určité postavy (zvířata) nebo věci (ovoce, kelímek s kávou) apod., v případech, kdy tento převlek nemá charakter konstrukce – jako zakázaného reklamního média již uvedeného pod písmenem b). Tímto způsobem reklamy, kdy převlečené osoby se převážně pohybují v blízkosti určitých provozoven nebo prodejen, je realizována reklama či propagace těchto provozoven a jimi zabezpečovaných služeb či sortimentu prodávaného zboží.

Další navrhované změny se týkají rozšíření působnosti nařízení i na část katastrálního území Vinohrady. Při vydání vlastního nařízení č. 26/2005 Sb. hl.m. Prahy bylo deklarováno, že po určité době účinnosti nařízení bude zváženo územní rozšíření působnosti nařízení i na další části hl.m. Prahy. S ohledem na poznatky z praxe a činnosti dozorového orgánu s cílem kultivovat a omezit přebujelou reklamu v širším centru hl.m. Prahy je navrhováno, aby se režim nařízení vztahoval také na část památkové zóny „Vinohrady, Žižkov, Vršovice“, a to část k.ú. Vinohrady, přiléhající k oblasti severojižní magistrály v oblasti Legerovy ulice, pro kterou již nařízení platí, a to o část ohraničenou ulicemi Rumunskou, náměstím Míru a ulicí Anglickou. Vzhledem k tomu, že se jedná se o území historicky i architektonicky cenné, navíc úzce spojené s vlastním centrem města a Pražskou památkovou rezervací, je žádoucí dosáhnout zde omezení reklamy.

Návrh dále reaguje na snahy některých širitelů reklamy o obcházení režimu nařízení. S ohledem na některé problémy ve vymezení obsahu pojmů je navrhováno zpřesnění či doplnění některých zakázaných komunikačních médií, kterými nesmí být reklama v předmětném území šířena.

Je proto navrhováno doplnění zakázaných způsobů šíření reklamy o brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály, které jsou šířeny vůči veřejnosti rozdáváním.

Rovněž je navrhováno výslovné upřesnění, že pod souhrnným pojmem „plakát“ je míněn tento reklamní nosič nejen z papíru, ale z jakéhokoli jiného materiálu – může se jednat o plakát (reklamu) z textilního materiálu, plastu, samolepky a další.

Další navrhovaná změna se vztahuje k šíření reklamy formou plakátů, ve vztahu k jejich umístění na městském mobiliáři a veřejném osvětlení. Termín „městský mobiliář“ nedefinuje žádný právní předpis, nicméně je běžně používán, a to včetně smluv uzavíraných hl. m. Prahou. Městský mobiliář („městský nábytek“) je volně specifikovaná a početně neuzavřená skupina trvalých i mobilních objektů, zařízení a stavebních úprav sloužících k oživení veřejných prostorů, ke zvýšení jejich „obyvatelnosti“ a přitažlivosti. S výjimkou uměleckých

děl není městský mobiliář určen k vlastní prezentaci, nýbrž má účelně sloužit obyvatelům a přispívat tak k celkovému kladnému vnímání architektury a veřejných městských prostorů.

Městský mobiliář tak může zahrnovat např. následující objekty či zařízení:

- parkové lavičky, sedáky, stoly,
- zábradlí, parkovací zábrany, mobilní zábrany, zamykatelné úchyty, ochranné mříže ke stromům,
- zahrazovací sloupky a patníky - pevné a vyjímatelné sloupky, pevné, vyjímatelné a výsuvné patníky,
- odpadkové koše, speciální odpadkové koše na psí exkrementy, koše pro tříděný odpad, popelníky, nádoby a kontejnery na odpad,
- nádoby na květiny, květníky, nádoby na písek a sůl,
- stojany a opory pro kola,
- informační a reklamní tabule, ukazatele směru, prosvětlené vitríny, plakátovací plochy, informační nosiče a označníky, orientační systémy,
- prodejní stánky a kiosky veřejného WC,
- zastávkové přístřešky, přístřešky na kola, přístřešky na popelnice a kontejnery, přístřešky pro automobily,
- komponenty dětských hřišť - herní sestavy, pískoviště, horolezecké stěny, hračky, lanové prvky,
- systém veřejného osvětlení,
- umělecká díla, a další.

Předpokládá se, že pokud by neměla být reklama na mobiliáři umístěna, neuzavře na ni město smlouvu. Navrhuje se však pro přesnost výslovně určit, že za nařízením zakázanou reklamu se nepovažuje ani ta, která je umístěna na zařízení či jako plakát na sloupech veřejného osvětlení opět na základě smlouvy s městem.

Navrhovaným upřesněním nedochází k typovému rozšíření zakázaných komunikačních reklamních médií, ale pouze k upřesnění či doplnění, a to mj. i s ohledem na právní jistotu podnikatelských subjektů působících v této oblasti podnikání.

Účinnost navrhovaného nařízení je předpokládána od 1.1.2015, tzn. účinnost této části nové právní úpravy je posunuta tak, aby podnikatelské subjekty, kterých se nové podmínky pro aplikaci tohoto druhu reklamy dotkne, mohly přizpůsobit své závazky nové právní úpravě.

Změnou nařízení nedochází ke změnám v dohledu nad jeho dodržováním, které je v působnosti krajského živnostenského úřadu, tj. živnostenského a občanskosprávního odboru MHMP, ani ve způsobu sankcionování.

Porušení nařízení je v závislosti od subjektu, který se ho dopustí, jiným správním deliktem nebo přestupkem postižitelnými podle 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, uložením pokuty do výše 2 mil Kč.

Vzhledem k tomu, že nařízením nejsou navrhovány nové povinnosti či omezení, ale jedná se o upřesnění, resp. zpřísnění zákazu již dříve platného a další změny mají spíše legislativně technický charakter, nebude mít přijetí nařízení dopad na rozpočty městských částí ani na rozpočet hlavního města Prahy.

Návrh novely nařízení v předkládaném znění byl dne 15.10.2014 projednán a doporučen pracovní skupinou ke koordinaci řešení problematiky reklamy v hlavním městě Praze, utvořenou dle usnesení RHMP č. 2064 ze dne 19.8.2014.

Zvláštní část

Článek I.

Bod 1.

V tomto bodě je rozšiřována územní působnost nařízení stanovená v § 1 odst. 1 nařízení o oblast okolí náměstí Míru. Jedná se o část památkové zóny „Vinohrady, Žižkov, Vršovice“ prohlášené vyhláškou č. 10/1993 Sb. hl.m. Prahy.

Bod 2.

V tomto bodu je výčet zakázaných komunikačních médií, kterými je šířena reklama převážně formou jejich rozdávání kolemjdoucím osobám, dosud v nařízení určený termíny „letáky, navštívenky a vizitky“, rozšířen o „brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály“. S ohledem na poznatky z praxe, kdy jsou zaznamenávány snahy o šíření reklamy pomocí dalších, mnohdy obsáhlejších tiskovin (letáků spojených v jednu reklamní tiskovinu, různých katalogů apod.), kdy jejich šířiteli je argumentováno, že se nejedná o výslovně jmenované v nařízení zakázané komunikační médium, je navrhováno, aby výčet rozdáváných reklamních médií byl upraven tak, aby jednoznačně postihl i další formy šíření reklamy na veřejně přístupných místech.

Bod 3.

Tímto bodem je u plakátů - reklamních nosičů uvedených v § 3 písm. b) nařízení doplňováno, že jsou míněny nejen klasické plakáty papírové, ale tímto pojmem jsou míněna i reklamní média vyrobená z jiných materiálů, která jsou v rámci veřejného prostoru aplikována obdobně jako tradiční reklamní papírové plakáty. V praxi se může jednat např. o různé folie z plastu (i samolepící), textilu či různých přírodních materiálů, pokud obsahují reklamní sdělení. Dosud byla otázka materiálu, z něhož jsou vyrobeny plakáty, zmiňována pouze v rámci důvodové zprávy k nařízení, kde bylo jednoznačně deklarováno, že tato reklamní média mohou být vyrobena z různých materiálů, ale pro jednoznačnost a právní jistotu dotčených subjektů je tato skutečnost doplňována přímo do textu nařízení.

Z režimu nařízení je dále pro jednoznačnost právní úpravy explicitně vyjímáno šíření reklamy umístěné na sloupech veřejného osvětlení, obecný stávající zákaz šíření reklamy jejím umístěním na objekty spadající do městského mobiliáře zůstává zachován.

Bod 4.

Vzhledem k tomu, že pro reklamu pomocí plachet a převěsů je stanoven jednotný režim v § 3 písm. g) – viz bod 5, je jako nadbytečné vypouštěno písmeno h) tohoto ustanovení s tím, že pro reklamu na plachtách upevněných na sochách po dobu jejich oprav se bude plně vztahovat režim písmene g), v jiných případech, včetně reklamních plachet na stromech je reklama zakázána.

Bod 5.

V tomto bodu je stanovován nový režim šíření reklamy pomocí velkoformátových plachet nebo převěsů. Jak je uvedeno v obecné části důvodové zprávy, novou právní úpravou je sledováno zpřísnění režimu tak, aby nadále bylo možno v rámci centra hl.m. Prahy tato reklamní média, kterými je výrazně ovlivněn vzhled veřejného prostoru, použít k šíření

reklamy pouze jejich vyvěšením na objektech, u nichž dochází k opravám či rekonstrukci takového charakteru, že jejich provádění vyžaduje postavení lešení na komunikaci, a zároveň tím způsobem, že vlastní reklama na těchto plachtách bude omezena pouze 20 % plochy a jinak bude plachta zobrazovat opravovaný objekt.

Bod 6.

Nově se jako zakázané komunikační médium stanoví reklamní převleky, kterými je šířena reklama pomocí do nich převlečených osob. Tato reklama slouží k propagaci provozoven (prodejen), v nich realizovaných služeb nebo zde prodávané zboží.

Článek II

Je navrhováno posunout účinnost nařízení o určité dostatečně dlouhé překlenovací období proto, aby subjekty, kterých se změna dotkne, měly možnost se novému režimu přizpůsobit a aby event. mohly doběhnout smlouvy na realizaci reklamy uzavřené za podmínek podle dřívější právní úpravy.

Přehled zaslaných připomínek

Městské části:

Praha 1 – bez připomínek

Praha 2 - připomínky

Praha 7 - bez připomínek

Praha 11 - bez připomínek

Praha 13 - bez připomínek

Praha 17 - bez připomínek

Praha 18 - bez připomínek

Praha 20 - bez připomínek

Praha 22 - bez připomínek

Praha – Zličín - bez připomínek

Po ukončení připomínkového řízení zaslaly stanovisko:

MČ Praha – Petrovice – bez připomínek

MČ Praha 16 – bez připomínek

MČ Praha 6 – bez připomínek

MHMP

Odbor legislativní a právní – připomínky

Odbor kontrolních činností - připomínky

Odbor rozvoje a financování dopravy - bez připomínek

Odbor životního prostředí - bez připomínek

Odbor památkové péče - bez připomínek

Odbor technické vybavenosti - bez připomínek

Odbor školství, mládeže a sportu - bez připomínek

Odbor podnikatelských aktivit - bez připomínek

Odbor informatiky - bez připomínek

Ministerstvo průmyslu a obchodu – bez připomínek

Městská policie hl.m. Prahy – bez připomínek

Přehled připomínek - vypořádání

MČ Praha 2

1) k § 1 odst. 1 - požaduje rozšířit místní působnost nařízení o „památkové zóny Vinohrady, Žižkov, Vršovice a Nusle v rozsahu území městské části Praha 2“ s tím, že se jedná o cenné území v těsné blízkosti Pražské památkové rezervace a Národní kulturní památky Vyšehrad.

Připomínce se nevyhovuje, neboť rozsah novelizace nařízení byl odsouhlasen Radou hl.m. Prahy usnesením č. 2064 ze dne 19.8.2014 s tím, že rozšíření územní působnosti nařízení bylo předpokládáno pouze o okolí náměstí Míru, tj. o vymezené bezprostředně navazující území, kde režim nařízení v současné době již platí. V případě požadavku městské části Praha 2 se jedná o zásadní rozšíření působnosti nařízení o památkové zóny, takové rozšíření nařízení nebylo součástí radou původně projednávaného a schváleného záměru. V případě vyhovění požadavku by do režimu nařízení bylo zahrnuto celé území této městské části. Předmětné památkové zóny „Vinohrady, Žižkov, Vršovice“ a „Nusle“ byly prohlášeny vyhláškou hlavního města Prahy č. 10/1993 Sb. hl.m. Prahy, území těchto památkových zón zasahuje i do městských částí Praha 3, 4 a 10, v nichž by však nařízení neplatilo. Městské části Praha 3,4 a 10, ani jiné městské části v rámci připomínkového řízení nepožadovaly rozšíření územní působnosti nařízení o památkové zóny, nacházející se na jejich území.

Při zvažování uvedeného požadavku MČ Praha 2 bylo dále přihlédnuto k tomu, že jmenované památkové zóny jsou ve vyhlášce č. 10/1993 Sb. hl.m. Prahy vymezeny pouze grafickým zobrazením s omezeným rozlišením, není zde specifikován seznam ulic, náměstí či dalších prostor, které do území zón spadají. Vzhledem k tomu, že i hranice jednotlivých městských částí, které jsou vymezeny Statutem hl.m. Prahy, nejsou obecně veřejnosti vždy jednoznačně známy, přineslo by akceptování požadavku MČ Praha 2 v praxi řadu problémů s přesným vymezením územní působnosti nařízení. Navíc by docházelo k poukazování na nelogické rozdělení režimu reklamy v rámci předmětných zón, kdy části zón nacházejících se na území MČ Praha 2 by měly jiný (přísnější) režim než části zón na území jiných městských částí.

2) k § 3 písm. b) – požaduje u zakázaných komunikačních médií – plakátů, kde je stanovena výjimka pro plakáty na městském mobiliáři a nově navrhována výjimka pro plakáty na sloupech veřejného osvětlení, které jsou zde umístěny na základě smlouvy uzavřené hl.m. Prahou, doplnit tuto výjimku i pro plakáty umístěné na základě smlouvy uzavřené městskou částí. Podle MČ se jedná o uvedení do souladu s kontextem stávajícího nařízení v § 4 písm. c) a d), s ohledem na svěřenou správu a místní podmínky.

Připomínce se nevyhovuje – v případě uvedené změny se nejedná o sladění s § 4 písm. c) a d) nařízení, jak je uvedeno v připomínce, protože tato ustanovení se vztahují, resp. z režimu nařízení vylučují „akce“ pořádané hl.m. Prahou nebo městskými částmi (může se jednat o různé slavnosti, trhy, sportovní akce apod.). Ust. § 3 se netýká akcí, ale v tomto ustanovení jsou v souladu se zákonným zmocněním stanovována zakázaná komunikační média, kterými nesmí být reklama šířena, konkr. v písmenu b) jsou za zakázaná komunikační média prohlašována plakáty.

V případě vyhovění tomuto požadavku by na základě nové právní úpravy bylo městským částem umožněno, aby v území, kde platí režim nařízení, byla na základě jimi uzavřené smlouvy realizována reklama pomocí plakátů. S ohledem na skutečnost, že účelem navrhované novelizace nařízení je další omezení reklamy v centru města, není žádoucí

vytvářet naopak další možnosti k umístování reklam pomocí plakátů na základě svěřeni této pravomoci městským částem. Vyhověním požadavku by došlo k prolomení zásadního zákazu realizace reklamy pomocí plakátů v území, na které se režim nařízení vztahuje. Nelze ani vyloučit, že by takové oprávnění mohlo být městskými částmi využíváno k účelovému uzavírání smluv k pronájmu majetku, který je jim svěřen do správy nebo jejich vlastnímu majetku (např. k parkům ve správě městských částí, resp. zde umístěnému vybavení – lavičkám, některým sloupům veřejného osvětlení, odpadkovým košům, informačním tabulím, mapám, oplocení, vybavení dětských hřišť apod.) k reklamním účelům s cílem dosáhnout či podílet se na zisku z reklamní činnosti.

3) doporučuje opravit odkazy pod čarou na platné předpisy, především na zákon č. 83/2006 Sb., stavební zákon.

Připomínce nemůže být vyhověno - je nutno respektovat stávající znění § 2 odst. 1 písm. f) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, obsahující zmocnění k vydání nařízení, kde je pod čarou uveden odkaz na starý stavební zákon, navíc odkaz pod čarou nemá normativní charakter - viz čl. 47 odst. 1 Legislativních pravidel vlády.

Odbor kontrolních činností MHMP – upozorňuje, že v § 1 nařízení je v rozporu s účinnou právní úpravou odkazováno na zrušený zákon č. 50/1976 Sb. a mělo by být odkazováno na nový stavební zákon č. 183/2006 Sb. a jím užívanou terminologii. Navrhuje proto slova „jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu“ nahradit textem: „jiným způsobem než prostřednictvím reklamního zařízení nebo stavby pro reklamu podle zvláštního právního předpisu“ a v poznámce pod čarou odkázat na § 2 odst. 3 a § 3 odst. 2 zákona č. 183/2006 Sb.

Připomínce nemůže být vyhověno - je nutno respektovat textaci platného znění § 2 odst. 1 písm. f) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, obsahujícího zmocnění k vydání nařízení, kde je uvedena terminologie odpovídající době vydání tohoto zmocnění a pod čarou je tak odkazováno na starý stavební zákon; navíc odkaz pod čarou nemá normativní charakter - viz čl. 47 odst. 1 Legislativních pravidel vlády.

Odbor legislativní a právní MHMP - vznesl připomínky sledující soulad textace jednotlivých ustanovení s Legislativními pravidly vlády; připomínkám bylo vyhověno, text nařízení upraven.

Úplné znění

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 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 provozovnu¹⁾ jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu²⁾ se na území Pražské památkové rezervace³⁾ 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.
- (2) 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 a vizitky~~ **letáky, navštívenky, vizitky, brožury, katalogy a jiné obdobné tištěné propagační materiály**, šířené vůči neznámému adresátovi,
- b) plakáty **z jakéhokoli materiálu**, kromě těch, které jsou na základě smlouvy uzavřené s hlavním městem Prahou umístěny na městském mobiliáři, **zařízení a plakáty na sloupech veřejného osvětlení kromě těch, které jsou zde umístěny na základě smlouvy uzavřené s hlavním městem Prahou**, a dále tabule, tyče, pulty, či jiné konstrukce a zařízení, ať pohyblivé se, nesené, 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 vysílání⁴⁾,
- 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^{4a)},

g) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu upevněné či zavěšené na stavbách^{4b)}, kromě těch, které jsou umístěny pouze na stavebním lešení stojícím na přiléhající 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) převěsy a plachty z jakéhokoliv materiálu upevněné či zavěšené na sochách a stromech.~~

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

§ 4

Zákaz šíření reklamy se nevztahuje na

a) charitativní akce, prezentace politických stran a hnutí,

b) shromáždění, pouliční průvody a manifestace svolané podle zvláštního právního předpisu⁶⁾,

c) akce pořádané nebo spolupořádané hlavním městem Prahou nebo městskými částmi,

d) akce pořádané na základě smlouvy uzavřené mezi pořadatelem a hlavním městem Prahou nebo městskými částmi.

§ 5

Toto nařízení nabývá účinnosti dnem 15. prosince 2005.

¹⁾ § 62 odst. 2 a § 82 odst. 3 zákona č. 50/1976 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon), ve znění zákona č. 83/1998 Sb.

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), ve znění pozdějších předpisů.

~~^{4b)} Zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon).~~

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