

Koncepcia povoľovania reklamných stavieb v centrálnej mestskej zóne mesta Prievidza

1.

Predmet a účel koncepcie

1. Koncepcia je východiskovým podkladom pre povoľovanie umiestňovania reklamných stavieb a reklamných objektov na verejných priestranstvách alebo miestach viditeľných z verejných priestranstiev v centrálnej mestskej zóne mesta Prievidza (CMZ).

2. Účelom koncepcie je zabrániť neprimeranej expozícii mestského prostredia reklamnými stavbami a reklamnými objektami a nastavenie základných kritérií ich umiestňovania tak, aby nebola obmedzená rozumná miera informačnej náplne verejného priestoru.

2.

Rozsah platnosti

1. Koncepcia povoľovania reklamných stavieb v centrálnej mestskej zóne mesta Prievidza sa vzťahuje na povoľovanie umiestňovania reklamných stavieb a umiestňovanie reklamných objektov na území vymedzenom hranicou historického jadra a za hranicou historického jadra v rámci záujmového územia CMZ v zmysle platného ÚPN – CMZ mesta Prievidza (grafická príloha č.1)

2. Podmienky a obmedzenia obsiahnuté v tejto koncepcii sa primerane použijú aj pre povoľovanie umiestňovania reklamných stavieb a reklamných objektov na ostatnom území mesta Prievidza.

3.

Vymedzenie pojmov

1. Reklama je predvedenie, prezentácia alebo iné oznámenie v každej podobe súvisiace s obchodnou, podnikateľskou alebo inou zárobkovou činnosťou s cieľom uplatniť produkty na trhu.

2. Reklamná stavba je stavebná konštrukcia postavená stavebnými prácami zo stavebných výrobkov, ktorá je pevne spojená so zemou alebo upevnená strojnými súčiastkami alebo zvarom o pevný základ na zemi alebo ktorej osadenie vyžaduje úpravu podkladu a ktorej funkciou je šírenie reklamných, propagačných, navigačných a iných informácií viditeľných z verejných priestorov. Reklamné stavby sa podľa zákona o územnom plánovaní a stavebnom poriadku (stavebný zákon) členia podľa veľkosti informačnej plochy na:

a) reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha je menšia ako 3 m²,

b) reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha má veľkosť od 3 m² do 20 m² a

c) reklamné stavby, na ktorých najväčšia informačná plocha je väčšia ako 20 m².

3. Reklamný objekt je zariadenie, ktoré nie je reklamnou stavbou, ale sprostredkúva ponuku najmä tovarov a služieb s cieľom uplatniť produkty na trhu a získať zákazníkov, poskytuje informácie o obchodnej, podnikateľskej alebo inej zárobkovej činnosti a informuje o udalostiach, podujatiach a pod.

4.

Všeobecné pravidlá umiestňovania

1. Reklamné stavby a reklamné objekty je možné po ich odsúhlasení architektom mesta umiestňovať len na dobu určitú, najviac na 4 roky s ohľadom na ich rozmery, konkrétne architektonicko-estetické a územno-technické podmienky.

2. Reklamné stavby a reklamné objekty umiestnené na budove nesmú rušiť vzhľad objektu, základné členenie priečelia a jeho významné detaily. Svojou veľkosťou, tvarovým, materiálovým a farebným vyhotovením sa musia prispôbiť architektúre objektov, okolitého prostredia a existujúceho mestského mobiliáru.

3. Reklamné stavby a reklamné objekty nesmú svojím umiestnením rušiť krajinný ráz, diaľkové pohľady na mesto, jeho siluety a panorámy, brániť rozhľad na pozemnej komunikácii a cestách, ohrozovať verejnú bezpečnosť a poriadok, nad prípustnú mieru obťažovať okolie a obytné prostredie hlukom, osvetlením alebo estetickým vzhľadom.

4. Nie je prípustné umiestňovať reklamné stavby a reklamné objekty:

a) v parkovej zeleni, na výtvarných dielach, drobnej architektúre a na mieste, na ktorom bráni vo výhľade na architektonickú dominantu územia,

b) pred a na šikmej streche stavby,

c) na štítových stenách objektov,

d) pred a na zábradliach, oploteniach a oporných múroch bez ohľadu na ich stavebno-technické vyhotovenie (s výnimkou propagovania kultúrnych akcií a podujatí povolených na časovo obmedzenú dobu vzťahujúcu sa na jednotlivú akciu a označenia dočasného oplotenia staveniska),

e) pred a na výplniach okenných a dverných otvorov a okenných parapetoch,

f) ktoré by na pozemnej komunikácii, verejnej ploche a verejnom priestranstve tvorili prekážku, neslúžia pre správu pozemných komunikácií ani pre riadenie cestnej premávky a prevádzku dopravy na križovatke a v rozhľadovom poli vodiča na križovatke.

5.

Pravidlá umiestňovania podľa riešeného územia

1. záujmové územie CMZ vymedzené hranicou historického jadra (v zmysle platného ÚPN – CMZ mesta Prievidza, viď grafická príloha č.1)

1. Reklamné stavby a reklamné objekty nie je možné umiestniť na pamiatkovo-chránených objektoch ani v ich blízkosti.

2. Prípustné umiestnenie reklamných stavieb a reklamných objektov je možné po odsúhlasení architektom mesta a za nasledovných podmienok:

a) najväčšia informačná plocha bude 3 m²,

b) samostatne stojace a prenosné reklamné stavby a reklamné objekty (citylights, reklamné panely a tabule, stojany, pútače a pod.) môžu byť umiestnené len na spevnených plochách, nesmú zachádzať do pešieho koridoru a obmedzovať chodcov a cyklistov,

minimálna svetlá šírka na prechod je 2m. Prenosné objekty musia byť umiestnené v blízkosti prevádzky a po jej uzatvorení odložené z verejného priestoru,

c) na fasáde a pred fasádou – musia byť mimo parteru stavieb, rovnobežné s fasádou objektu a odsadené od fasády max. 0,3m,

d) kolmo k fasáde – min. výška umiestnenia je 2,2m nad úrovňou terénu, max. šírka vystúpenia pred fasádu je 1m,

e) na plochej streche – nesmú byť vyššie ako 2m nad atikou alebo strešnou rímsou a musia byť zložené iba zo samostatných písmen, číslíc a log označujúcich budovu alebo konkrétnu prevádzku,

f) výklady a presklené výplne otvorov – transparentná plocha skla musí zostať priehľadná v rozsahu min. 50%,

g) môžu byť svietiace, alebo osvetlené neprerušovaným svetlom

3. Obmedzenia sa nevzťahujú na reklamné stavby a reklamné objekty propagujúce a informujúce o mestských podujatiach a kultúrnych a spoločenských akciách umiestnených na časovo obmedzenú dobu.

2. zvyšné záujmové územie CMZ za hranicou historického jadra (v zmysle platného ÚPN – CMZ mesta Prievidza, vid' grafická príloha č.1)

1. Prípustné umiestnenie reklamných stavieb a reklamných objektov je možné po odsúhlasení architektom mesta a za nasledovných podmienok:

a) najväčšia informačná plocha bude 13 m²,

b) samostatne stojace a prenosné reklamné stavby a reklamné objekty (citylighty, reklamné panely a tabule, stojany, pútače a pod.) môžu byť umiestnené len na spevnených plochách, musia byť 20 m vzdialené od inej reklamnej stavby alebo objektu, nesmú zachádzať do pešieho koridoru, obmedzovať chodcov, cyklistov a rozhľad vodičov. Prenosné objekty musia byť umiestnené v blízkosti prevádzky a po jej uzatvorení odložené z verejného priestoru,

c) na fasáde a pred fasádou – musia byť rovnobežné s fasádou objektu a odsadené od fasády max. 0,3m,

d) kolmo k fasáde – min. výška umiestnenia je 2,2 m nad úrovňou terénu, maximálna šírka vystúpenia pred fasádu je 1m,

e) na plochej streche – nesmú byť vyššie ako 2 m nad atikou alebo strešnou rímsou a musia byť zložené iba zo samostatných písmen, číslíc a log označujúcich budovu alebo konkrétnu prevádzku,

f) výklady a presklené výplne otvorov – transparentná plocha skla musí zostať priehľadná v rozsahu min. 50%,

g) môžu byť svietiace, alebo osvetlené neprerušovaným svetlom

2. Obmedzenia sa nevzťahujú na reklamné stavby a reklamné objekty propagujúce a informujúce o mestských podujatiach a kultúrnych a spoločenských akciách umiestnených na časovo obmedzenú dobu.

6.

Platnosť a účinnosť

Koncepcia nadobúda platnosť a účinnosť dňom jej schválenia Mestským zastupiteľstvom v Prievidzi. Ostatné neupravené časti sa riadia platným zákonom o územnom plánovaní a stavebnom poriadku (stavebný zákon) a územným plánom mesta Prievidza.