

TENTO MANUÁL
NEPATŘÍ
DO ŠUPLÍKU

ESTETIKA KOPŘIVNICE

MANUÁL OZNAČOVÁNÍ PROVOZOVEN A REKLAMY

01

**Cíl a poslání
manuálu**

02

**Proč potřebuje
Kopřivnice tento
manuál**

03

**Doporučení
v kostce**

04

**Označení
a reklama
provozoven**

04.01 Inspirace

04.02 Firemní nápisy

04.03 Polepy výloh

04.04 Výstrče

04.05 Vitríny a výlohy

04.06 Markýzy a zahrádky

04.07 Áčka

04.08 Více provozoven v jednom objektu

04.09 Venkovní reklama

05

Postup žadatele o povolení reklamy

06

Související legislativa a zdroje

Územní platnost manuálu

Pravidla a doporučení uvedená v tomto manuálu se vztahují na celé katastrální území města Kopřivnice včetně místních částí. V žádné z těchto lokalit není vyčleněna památková zóna, kterou by bylo nutné zohledňovat.



Atraktivní Kopřivnice pro život a podnikání

01

Cíl a poslání manuálu

Manuál Estetika Kopřivnice vám pomůže přemýšlet o venkovní reklamě jako o nedílné součásti veřejného prostoru. Pomůže vám vidět ji očima vašich zákazníků, sousedů, spoluobčanů, náhodných návštěvníků města, ale i dalších skupin, jichž se její podoba přímo či nepřímo dotýká.

V několika jednoduchých krocích a s pomocí názorných příkladů vám tento manuál pomůže vytvořit fungující venkovní reklamu. A pomůže vám rozhodovat se o způsobech a formách reklamy koncepčně, smysluplně a funkčně.

Cílem je usnadnit práci podnikatelům a zatraktivnit město pro občany, turisty, nové obchodníky, investory ad. Přejeme si méně „reklamního smogu“, který z hlediska komunikace se zákazníky vlastně zcela postrádá svůj původní smysl. Rozptyluje a odpuzuje. Přejeme si více podtrhnout urbanistické a architektonické prvky městského prostředí, které pak dají lépe vyniknout příjemné a smysluplné komunikaci značek v přirozené kráse městského prostoru. Dejme společně vzniknout reklamě, vedle které se budeme všichni cítit dobře. Takové, která přitahuje a dobře prodává.

Předejte tento manuál designérovi nebo se jím sami inspirujte.

Máte dotaz? Neváhejte nás kontaktovat.

Oddělení architektury

č. dveří: 641 v 6. patře MÚ Kopřivnice

Oddělení architektury

Tel.: 556 879 709, 556 879 710

info@estetikakoprivnice.cz

Manuál „Estetika Kopřivnice“ je ke stažení na webu www.estetikakoprivnice.cz.

„Proč máme v Kopřivnici řešit zrovna reklamní smog? Je tolik jiných důležitějších věcí.“

Nejmenovaný občan
Kopřivnice

Velký
OBCHODNÍ CENTRUM
MÓDA PRO CELOU RODINU
Velký výběr - Super ceny

OBCHODNÍ CENTRUM T&H

OBCHODNÍ CENTRUM
TEXTIL
VELKÝ TEXTIL KABELKY DOMÁČÍ POTŘEBY DROGERIE
KOVANÉ VĚTINY

BANKROT LIKVIDACE
VŠE ZBOŽÍ
SLEVA -30%
OD 11.5 DO 30.6.2020
PLATBA U POKLADNY

DOHRA
POTŘEBY
Velký vý

OBCHODNÍ CENTRUM
BANKROT LIKVIDACE
VŠE ZBOŽÍ
SLEVA -30%
U pokladny
Od 11.5 do 30.6.2020.



02

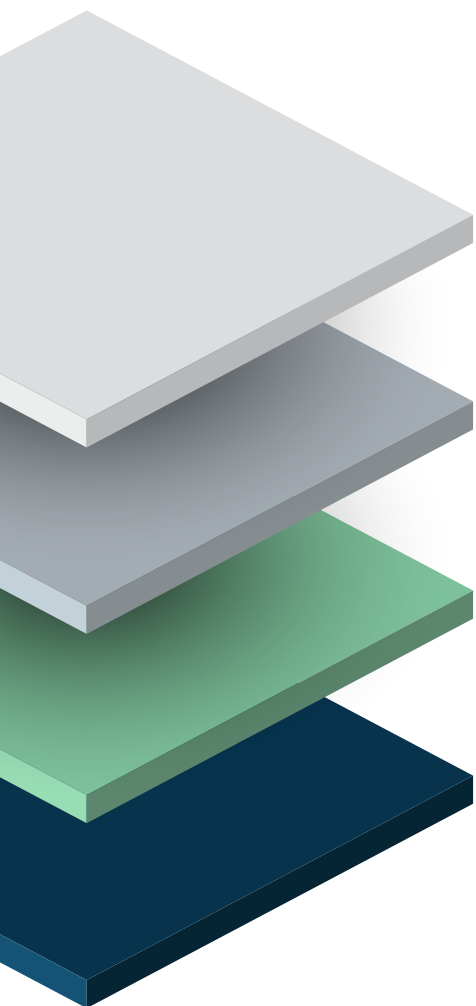
Proč potřebuje Kopřivnice tento manuál

K reklamnímu smogu a estetice veřejného prostoru přistupujeme jako k jedné z částí mnohem komplexnější problematiky, kterou můžeme pro zjednodušení souhrnně pojmenovat atraktivita města. Atraktivitou města máme na mysli nejen estetickou hodnotu, ale i ekonomický přínos pro město, její podnikatele, obyvatele i návštěvníky.

Stejně jako obchodník, kterému se daří udržet své zákazníky v prodejně déle, a zvyšuje tak šanci na vyšší tržby, rozhoduje i atraktivita města o jeho ekonomických úspěších. Atraktivita města – ať už z pohledu jeho obyvatele, podnikatele či turisty – totiž funguje na obdobných principech. Čím vyšší tato atraktivita bude, tím vyšší je pravděpodobnost, že z ní městu poplyne v dlouhodobém horizontu nemalý zisk. Jde o spojené nádoby. Každý nový obyvatel s trvalým bydlištěm, každý nový podnikatel se sídlem ve městě, každý turista a návštěvník, který je v místě spokojen a zdrží se déle, znamená pro městskou kasu přínos.

Na eliminaci reklamního smogu tedy nahlížíme jako na jednu z „ingrediencí“ úspěchu, jednu z částí, která má vliv na celkovou atraktivitu města. Navíc, upravit a zlepšit otázku reklamního smogu je v porovnání s ostatními vrstvami výrazně rychlejší, viditelnější a často i nejlevnější změnou, kterou můžeme pro zvýšení atraktivity města provést. Z tohoto paradigmatu také vycházíme v tomto manuálu.

S ohledem na velikost města Kopřivnice přitom neaspírujeme na rozsah a podobu manuálu, které již představila města jako Praha, Brno nebo Ostrava. Manuál jsme vytvořili jako souhrn doporučení, směr, který má pomoci všem subjektům při rozhodování o umístění a typu reklamy, jako výchozí bod pro komunikaci s oddělením architektury města Kopřivnice, ale také jako osvětu pro širokou veřejnost. Domníváme se totiž, že Kopřivnice má v mnoha ohledech velký potenciál.



4

vrstva: čistota a kvalita prostředí a chování veřejnosti v/k prostoru - zde hraje nezastupitelnou roli osobní odpovědnost k veřejnému prostoru, ale třeba i zajišťování jeho bezpečnosti (městská policie)

3

vrstva: veřejný prostor - podoba veřejných prostranství, zeleně, městský mobiliář apod.

2

vrstva: reklamní prostor - jejíž vzhled ovlivňuje atraktivitu a hodnotu místa (reklamní smog)

1

vrstva: architektura a architektonický vzhled - fasády a „obaly“ budov, které je potřeba udržovat v určité estetické rovině

Vizuální smog / reklamní smog

Termín se používá pro označení přebujelé reklamy, která nás v přehnaném měřítku, koncentraci, velikosti, nevhodném umístění nebo s přílišnou agresivitou obklopuje nejen v městském prostoru. Vyznačuje se nevкусem, může jít o nelegálně umístěnou reklamu, často zakrývá, ničí nebo narušuje architekturu objektů s mnohem větší estetickou nebo historickou hodnotou. Vytváří a ovlivňuje celkový obraz města.

Estetika

Pro účely tohoto manuálu pracujeme s pojmem estetika (z řec. aisthetikos - vnímavost, cit pro krásu) ve smyslu „stavební estetika“ jako se souborem zákonitostí, které vzbuzují „pohledový soulad, harmoničnost, dojem ukončeného celku, charakter odpovídající okolí, princip přehledné členitosti, jasné, souladné a rytmické uspořádání hmot podle vnitřních prostorů, barevnost, nálada vlastní celku“. (Teyssler - Kotyška: 1929).

Kde se vám bude lépe žít a podnikat? Které z těchto míst přitáhne více turistů? A nebo B?

A

Na fotografiích: Lodž / Zlín / Barcelona



B

Na fotografiích: Kopřivnice / Kopřivnice / Kopřivnice



03

Doporučení v kostce

Reklama nepatří na fasádu. Použijte reklamní nosiče, výlohy a výkladce.

Reklama musí respektovat architekturu

Reklama nesmí překrývat architekturu domu a přebíjet jeho vzhled. Může se však stát jeho příjemným doplňkem.

Méně znamená více

Čím více reklamy vidíme, tím více trpíme reklamní slepotou. Nechcete zaniknout ve zvěti průměru? Vsaďte pouze na to, co je pro vaše zákazníky nejdůležitější.

Umožněte průhled až do interiéru

Netvořte bariéry. Nechte kolemjdoucí nahlédnout dovnitř. Jejich zvědavost vzroste a budou si přát vidět více.

Bez křiklavých barev a blikání

Dodržujte harmonii barev. Na své zákazníky nekřičte. Ani reklamou. Nabídněte zážitek a atraktivní místo, ke kterému se rádi hlásí.

Spolupracujte s profesionály

Usnadněte si to. Předejte tento manuál jako součást zadání dodavateli grafických a marketingových prací.

Budte online a smart

Nabízejte své zboží a služby chytře přímo tam, kde jsou vaši zákazníci každý den. Jděte zákazníkům naproti v online prostředí. Řiďte se heslem: Více komunikace, méně reklamy.

Čistota je nejlepší reklama

Starejte se o věci a prostor kolem sebe. Čistý prostor bez zbytečností se udržuje snadněji. A stane se vaší nejlepší vizitkou. Stejně jako pravidelná údržba.

Obraťte se na oddělení architektury

Nevíte, jak na to? Tápete, jakou formu venkovní reklamy zvolit, aby byla funkční a vkusná? Obraťte se na oddělení architektury. Rádi vám pomůžeme.

Častý argument

„Potřebuji být viděn.“

Na každého z nás se dennodenně valí velká záplava informací. Proto si sami intuitivně vybíráme, čemu budeme věnovat pozornost.

Nepotřebujete ještě větší reklamu a křiklavější barvu než mají ostatní. Vystupte z davu. Svou službou. Čistotou. Kvalitou.

Více služby, než velké množství reklamních nápisů, často udělá i dobrá komunikace v online prostředí. Promyslete si dlouhodobou strategii. Zvolte si, co chcete ukázat, kde a jakým způsobem to odprezentujete. Všechny tyto detaily rozhodují o tom, zda budete viděni - u svých zákazníků.

Častý argument

„Nemám peníze na kvalitní reklamu.“

O to více si dejte pozor, abyste nevyhodili zbytečně peníze za reklamu, která nefunguje a nepřináší kýžené výsledky.

Vsaďte raději na kvalitu, ne na kvantitu. Oslovte dobrého designéra nebo grafika, který má zkušenosti a dobré reference. Pokud si přesto nevíte rady, přijďte se poradit na oddělení architektury.

Lepší je jednou dobře odvedené jednoduché značení a kvalitní komunikace (nezapomeňte i na online prostředí, navigace v mobilech apod.), než několik neúspěšných pokusů o reklamu, které se jen hromadí vedle sebe a do nichž ve výsledku vložíte mnohem více peněz, než kdybyste to udělali jednou pořádně.

04

Označení a reklama provozoven



FORTUNA

BLACK CAT
IRISH PUB

KAVÁRNA
u kašny
CA CESTOMÁNIE

ZMRZLINA
Ice Cream
Ledová TRÍST

ZMRZLINA
Ice Cream
Ledová TRÍST

KAVÁRNA
u kašny
CA CESTOMÁNIE

GUINNESS

RODZEEGY

RODZEEGY

RODZEEGY



04.01 Inspirace





✓ Brno / Výloha vytváří scénu a láká k návštěvě. Za studií stojí kopřivničtí architekti Kamil Mrva a Monika Drholecá.



✓ Ženeva / Prodejna, která na sebe strhává pozornost skvělou výlohou. Vše podtrženo decentním nápisem.



✓ Paříž / Restaurace s jednoduše řešenou předzahrádkou. Žádné zbytečné nápisy. Místo láká samo.



✓ Salzburg / Sjednocený design cukrárny, markýz i slunečníků. Cukrárna láká svou útulností.



✓ Vídeň / Nápis v horní části výkladce a průhled do prodejny. Vizualně skvěle zpracovaná výloha. Nic víc není potřeba.



✓ Praha / Značková prodejna bioproduktů. Jednoduchý podsvětlený nápis v kombinaci s decentní výlohou.

04.02

Firemní nápisy

Každá informace má své místo. Firemní nápis nechte na domě vyniknout. Do prostoru fasády patří pouze základní informace. Stejné principy platí i pro označování prodejních stánků a kiosků.

- ✓ Název provozovny umístěte do parteru nad vstup do provozovny. Necháte-li kolem jeho textu dostatek prostoru, lépe vynikne. Neplatí „čím větší logo, tím více budeme vidět“. Držte se jednoho jednoduchého a dobře čitelného fontu a nedeformujte jej.
- ✓ Pokud se nachází více různých provozoven vedle sebe nebo v jednom objektu, zohledněte při umísťování jejich názvů také doporučení v kapitole **04.08 Více provozoven v jednom objektu**.

- ✗ Neopakujte se. Lepší je jeden vhodně umístěný nápis na čisté fasádě, než opakování stejného názvu na několika místech.
- ✗ Neuvádějte nadbytečné detaily a doplňkové informace.
- ✗ Vyvarujte se agresivní barevnosti. Nepoužívejte příliš silné podsvícení a blikání. Je lepší volit podsvícení samotného loga, než předsunuté bodové zdroje.

NÁZEV FIRMY





✓ Linec / Výrazný, přitom decentní nápis nad vstupem, design propojený s objektem; nechybí ani decentní výstrč.



✓ Řím / Italská značka Salvatore Ferragamo a jejich jednoduchý a funkční styl, který nechává silně vyniknout obchod i brand.



✓ Brno / Skvělé použití neonového nápisu (a také markýzy) restaurace La Bouchée. Vše podtrhuje atmosféru místa.



✗ Kopřivnice / Velké množství informací, opakující se nápisy a nejednotná grafika působí velmi zmatečně.



✗ Kopřivnice / Nejasná identita kavárny je podtržena fotografiemi interiéru na fasádě.



✗ Kopřivnice / Zmatečné nápisy a různé druhy reklam bez respektu k architektuře sráží důstojnost historické vily.

04.03

Polepy výloh

Výlohy slouží hlavně k prosvětlení provozovny, propojení interiéru s exteriérem, jako prostředek komunikace a odprezentování produktu či služby.

- ✓ Polepy výloh by neměly přesáhnout $\frac{1}{3}$ plochy, doporučujeme používat polep pouze v horní části výlohy.
- ✓ Polepy oken používejte pouze na úrovni parteru. Okna ve vyšších patrech k tomu nejsou vhodná.
- ✓ Používejte výlohu způsobem, k jakému byla určena. Figuríny za výlohou řeknou více, než tisíc polepů.

- ✗ Nepoužívejte celoplošné polepy. Nechte raději kolemjdoucí nahlédnout dovnitř.
- ✗ Neopakujte se. Nápis stačí použít jen jednou.
- ✗ Polepy výloh neslouží k prezentaci konkrétních druhů zboží. Co prodáváte je všem zřejmé již z názvu.
- ✗ Minimalizujte používání amatérsky připravených cedulek typu „Přijdu hned“.

NÁZEV FIRMY





✓ Střídmost polepů, jednoduchost fontů a nadčasovost sdělení dávají vyniknout čistotě a obsahu výlohy.



✓ Výloha s polepem ve výšce očí umožňuje kolemjdoucím nahlédnout dovnitř a dává vyniknout vystavenému zboží.



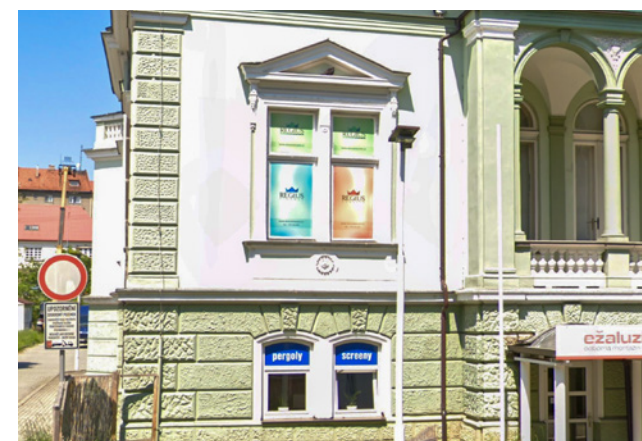
✓ Zboží je možné efektivně odprezentovat i na malém prostoru. Méně je více; u vizuální komunikace to platí dvojnásob.



✗ Kontraproduktivní přístup: každý chce být natolik vidět, že se v očích kolemjdoucích stanou neviditelnými úplně všichni.



✗ Výloha má zákazníky přitahovat, vtáhnout dovnitř, působit příjemně.



✗ Celopolep okenní výplně, výloh ani jejich částí není vhodný. Má negativní vliv na celkový vzhled budov a atraktivitu místa.

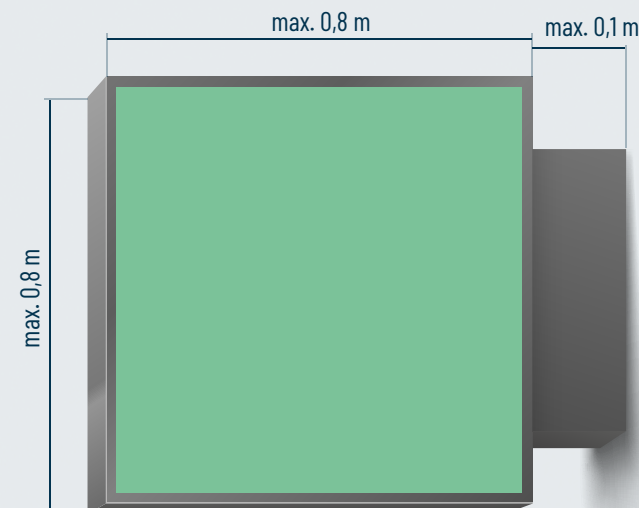
04.04

Výstrče

Reklamní nosič umístěvaný zpravidla kolmo k fasádě domu v dostatečné výšce. Sdělení je viditelné z obou stran.

- ✓ Výstrče by měly být na fasádě domu umístěny v jednotné výšce (linii).
- ✓ Maximální doporučený rozměr výstrče je 0,8 x 0,8 m. Výška umístění nad chodníkem min. 2,2 m s odsazením od fasády do 0,1 m.
- ✓ Pokud je nad parterem římsa, výstrč do ní nesmí zasahovat.
- ✓ Prosvícení písma na výstrči je možné, nepoužívejte však blikání a obdobné efekty.
- ✓ Je-li v domě více provozoven, sjednoťte design, rozměry a umístění výstrčí.
- ✓ Výstrč by měla obsahovat jen ty nejn nutnější informace (název nebo logo).
- ✓ Pokud se nachází více různých provozoven vedle sebe nebo v jednom objektu, zohledněte při umísťování jejich názvů také doporučení v kapitole **04.08 Více provozoven v jednom objektu.**

- ✗ Výstrč by neměla přebíjet architektonické prvky domu.





- ✓ Minimalistické provedení zaujme, přesto do ulice nijak nekřičí a perfektně podtrhuje jedinečnost značky.



- ✓ Zavěšená výstrč vhodně umístěná na objektu jasně označuje vstup do provozovny.



- ✓ Elegantní výstrč, která upoutá pozornost a perfektně podtrhuje typ provozovny.



- ✗ Výstrč s blikajícím nápisem v kombinaci s dalšími druhy reklam. Graficky nesjednocené.



- ✗ Praha / Několik různých výstrčů a dalších druhů reklam a označení. Chaos a zmar.



- ✗ Kopřivnice / Poměrně elegantní výstrč je špatně umístěná a ztrácí se v záplavě dalších nápisů.

04.05

Vitríny a výlohy

Vitríny slouží k prezentaci informací vztahujících se k prodeji nebo službě v provozovně, na které jsou umístěny.

- ✓ Vitríny umístěte do výšky očí chodců.
- ✓ Formát a rozměry vitríny podléhají architektuře budovy a členění fasády.
- ✓ Minimalizujte rám, maximalizujte prezentační plochu.
- ✓ Osvětlení vitríny umísťte tak, aby zůstal přívod elektřiny skrytý. Nepoužívejte blikání a nepříjemné světelné efekty.

- ✗ Vitrína by neměla na fasádě pohledově dominovat.
- ✗ Vitrína není plakátovací plocha. Množství sdělení by mělo být přiměřené.

NÁZEV FIRMY





- ✓ Vitrína je dobře zakomponovaná mezi výkladce, dotváří celkově vyvážený vstup.



- ✓ Maximální důraz je kladen na vtažení zákazníka do prodejny. Vzhled vitríny je minimalistický.



- ✓ Dobrý příklad použití dvou vitrín, které zvýrazňují vstup a svým designem ladí se zbytkem provozovny.



- ✓ Minimalistický nápis a maximální otevření směrem k zákazníkovi. Nejlepší způsob jak prezentovat produkty.



- ✓ Zcela čisté výlohy dají vyniknout produktům. Nápis jsou umístěny mimo prosklení v jednotné linii.



- ✓ Vhodné osvětlení interiéru a maximální možný průhled do interiéru umožní redukovat nápisy na minimum.

04.06

Markýzy a zahrádky

Do veřejného prostoru zasahují také posezení před provozovnami - předzahrádky restaurací, hospod, kaváren, vináren apod., nebo markýzy, které slouží k odstínění prosklených výloh.

- ✓ Vybírejte mobiliář z kvalitních materiálů (např. dřevo, kov), které svým designem celý prostor povýší.
- ✓ Pro markýzy a slunečníky volte jednobarevné potahové látky ve světlých odstínech, které budou ladit s fasádami přilehlých objektů. Mohou nést decentní logo provozovny, jeho umístění je ovšem vhodné pouze na volánech.
- ✓ Vhodně umístěné truhlíky se zelení či květinami mohou být skvělým doplňkem, který pomůže zachovat přirozené průhledy, a zároveň hostům zprostředkuje dostatek soukromí.
- ✓ Zajistěte si souhlas vlastníka komunikace a souhlas se zvláštním užíváním komunikace.

- ✗ Vyvarujte se mobiliáře z nekvalitních materiálů (např. plastový zahradní nábytek).
- ✗ Nevytvářejte pohledové bariéry ve veřejném prostoru.
- ✗ Nepoužívejte provizorní konstrukce a plachtoviny.
- ✗ Barevné slunečníky s výraznou velkoplošnou reklamou působí lacině, degradují veřejný prostor a snižují jeho kvalitu.





✔ Logrono / Barevné ladění a jednotné umístění předzahrádek dotváří celkově příjemnou atmosféru ulice.



✔ Linec / Subtilní řešení předzahrádky restaurace včetně markýzy doplňuje celkovou architekturu budovy.



✔ Stockholm / Předzahrádka oddělena subtilním zábradlím je přehledná a vzdušná.



✘ Kopřivnice / Nevhodně zvolené folie a bannery působí provizorně. Chybí vzdušnost i kontakt s ulicí.



✘ Kopřivnice / Zahrádka svým umístěním a formou vytváří bariéru v prostoru.



✘ Praha / Nevhodně umístěné reklamní nosiče způsobují nepřehlednost v prostoru předzahrádky a zakrývají výhled.

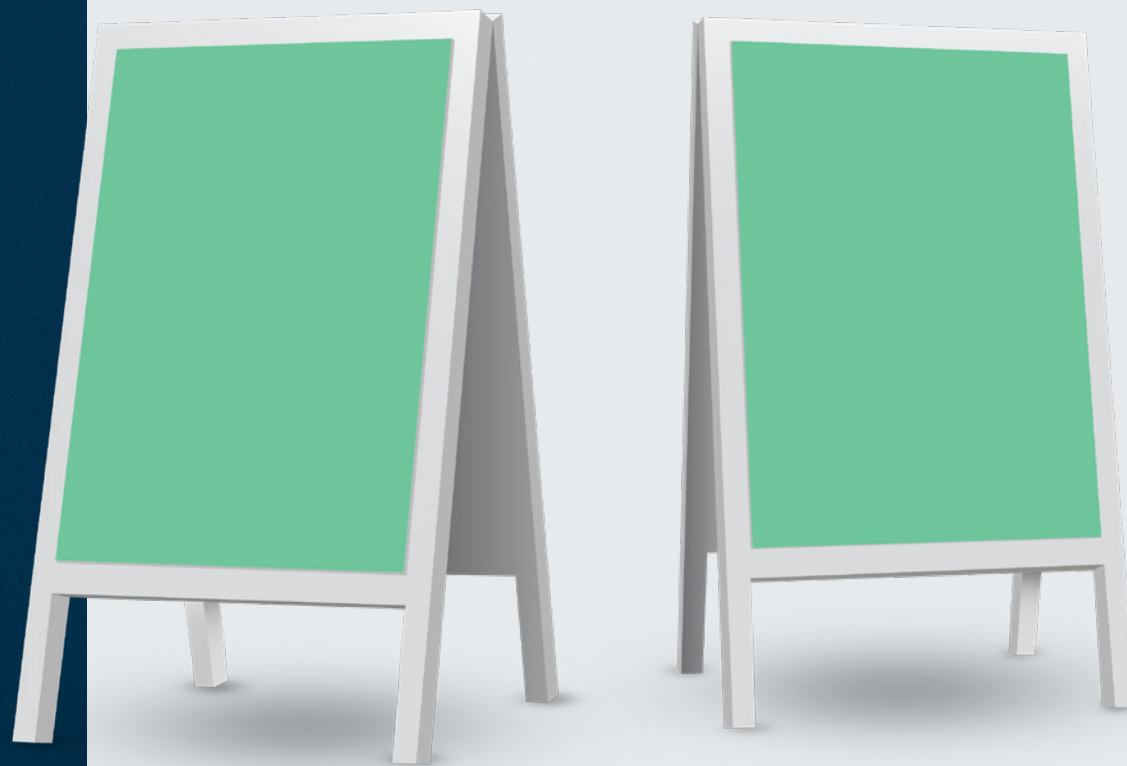
04.07

Áčka

Reklamní tabule umístěné na nosiči ve tvaru písmene A zpravidla umístěné v předprostoru provozoven.

- ✓ Než áčko do veřejného prostoru umístíte, ověřte si, že disponujete potřebným povolením pro zvláštní užívání komunikace.
- ✓ Dbejte na vkusné a kvalitní designové provedení reklamního nosiče.
- ✓ Eliminujte množství obsahu, které na nosič umístíte. Ověřte si čitelnost z pohledové vzdálenosti.

- ✗ Bezpečnost je na prvním místě. Áčko nesmí zasahovat do slepecké vodící linie, bránit provozu na komunikaci nebo jiným způsobem vytvářet bariéry ve veřejném prostoru.
- ✗ Vyvarujte se nekvalitních materiálů, nekvalitního a nestabilního provedení konstrukce, které zapříčiňuje jeho samovolný posun nebo převrácení.





✓ Vhodně umístěný a dobře čitelný nápis na reklamním áčku obsahuje jen nejnütnější informace.



✓ Design reklamního áčka je sladěn s celkovým konceptem prodejny.



✓ Jednoduchá konstrukce, která svou lehkostí spoluvytváří příjemný vzhled provozovny.



Foto: Jakub Valenta, Chrudimské noviny

✗ Změř mnoha áček v různých designech a provedeních zasahuje do prostoru chodníku.



Foto: Elmira Talirova, Budejcká drbna

✗ Samotný obsah reklamy je zmatečný a graficky nevhodný.



✗ Příliš mnoho reklamních nosičů na malém prostoru způsobuje reklamní slepotu.

04.08

Více provozoven v jednom objektu

Jste-li majitelem objektu, ve kterém se nachází více provozoven:

- ✓ Nechte si vypracovat jednotnou koncepci značení provozoven, případně orientační systém budovy.
- ✓ Nabídněte nájemníkům prostor na vertikálních výstrcích nebo reklamních totemech.
- ✓ Seznamte své nájemníky s novými pravidly a vyžadujte jejich dodržování.

Funkční designová koncepce pozvedne celkovou hodnotu budovy. Nájemníkům vytvoříte férové prostředí a zjednodušíte jim prezentaci vlastních služeb. V případě, že se nájemníci změní, reklamní nosiče jednoduše vyměníte.

Co když jednotná koncepce zatím neexistuje?

- ✓ Nesnažte se překřičet ostatní.
- ✓ Mimo provozovnu prezentujte pouze to nejpodstatnější.
- ✓ Používejte jednotné druhy reklamních nosičů, držte shodný design.
- ✓ Dodržujte shodné horizontální linie značení.
- ✓ Neváhejte se obrátit na Oddělení architektury města Kopřivnice. Kontakty najdete v tomto manuálu nebo na našem webu www.estetikakoprivnice.cz.



Vertikální výstrč

Reklamní totem



- ✔ Praha / Nákupní centrum s jasně danými pravidly pro grafiku i umístění nápisů.



- ✔ Kopřivnice / Příklad umístění nápisů více obchodníků na reklamním totemu a s jednotnou barevností.



- ✔ Zlín / Obchodní dům s jasně danými pravidly pro nájemníky. Férové řešení, které podtrhuje architekturu domu.



- ✘ Kopřivnice / Nevzhledné plachty na oplocení a provizorní nápisy vytvářejí celkově špatný dojem.



- ✘ Kopřivnice / Velké množství informací a chybějící pravidla pro reklamu mají za následek zmatek a špatnou orientaci.



- ✘ Kopřivnice / Opakující se a nejednotná prezentace. Špatná orientace pro klienta. Zajímavá architektura je potlačena.

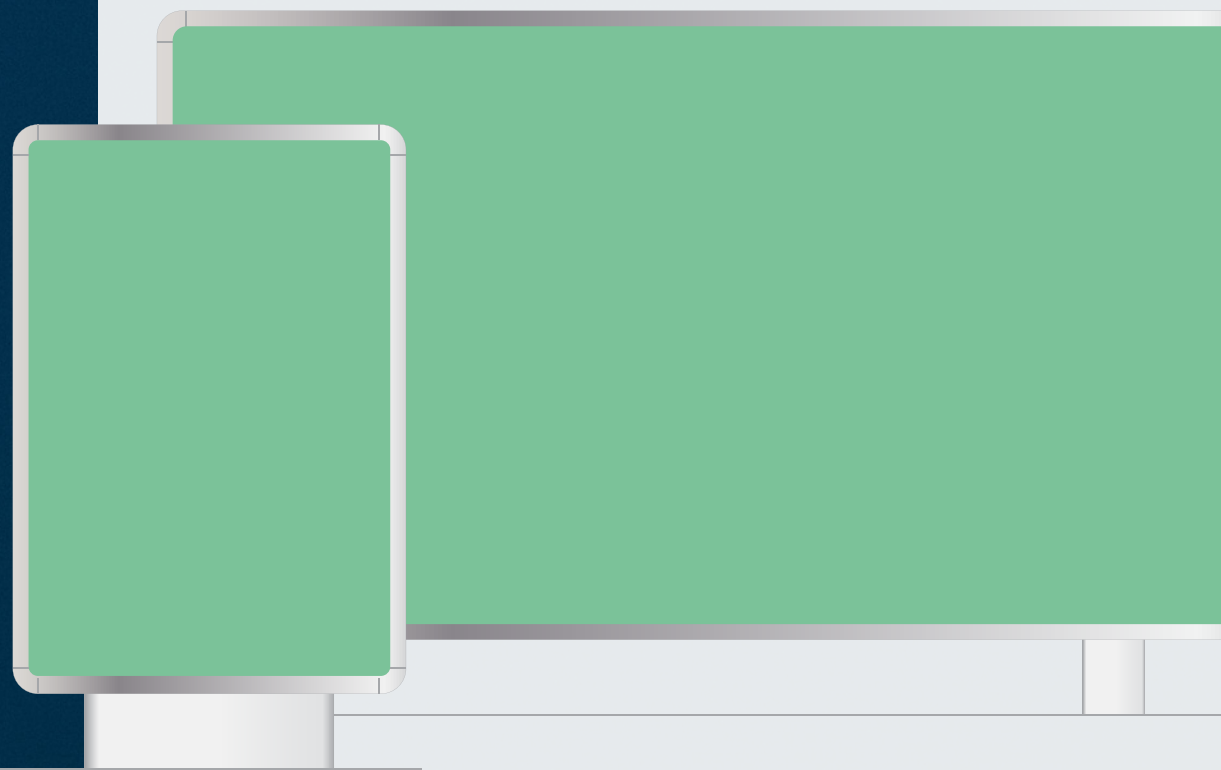
04.09

Venkovní reklama

Na podobu veřejného prostoru mají významný vliv reklamy prezentující zboží a služby mimo místo jejich prodeje či přímého poskytování. Jedná se o trvalé nebo dočasné venkovní nosiče: především směrové ukazatele, billboardy, bannery, vlajky, citylight vitríny, různé typy dočasných reklamních stojanů apod.

Uvažujete-li o této formě reklamy a máte nějaký specifický dotaz, neváhejte a konzultujte to s oddělením architektury města. Zvažte také modernější a efektivnější komunikační nástroje v on-line prostředí, které osloví relevantní publikum (web, sociální sítě, mediální prostor).

- ✓ Město zajišťuje ucelený soubor městského informačního a komunikačního systému včetně billboardů, citylightů aj. reklamních nosičů. Kontaktujte nás pro bližší informace.
- ✗ Důrazně nedoporučujeme používání jakýchkoli nelegálních výlepových ploch.
- ✗ Nedoporučujeme umisťovat reklamní nosiče na ploty a obdobná nevhodná místa.



Estetika Kopřivnice



- ✓ Faro / Komplexní komunikační systém města s důrazem na svou estetickou funkci podtrhuje atraktivitu místa.

Značení a reklama provozoven



- ✓ Hamburg / Město v rámci svého komplexního komunikačního systému může využívat například prostory zastávek.



- ✓ Salzburg / Pokud se vše správně a citlivě uchopí, dá se ve veřejném prostoru pracovat téměř s jakýmkoliv formátem.



- ✗ Kopřivnice / Nevzhledné plachty na oplocení a provizorní nápisy vytvářejí celkově špatný dojem.



- ✗ Kopřivnice / Velké množství informací a chybějící pravidla pro reklamu mají za následek zmatek a špatnou orientaci.

Máte dotaz? Neváhejte nás kontaktovat.

Oddělení architektury
č. dveří: 641 v 6. patře MÚ Kopřivnice
Tel.: 556 879 709, 556 879 710
info@estetikakoprivnice.cz

Nenašli jste, co jste hledali? Obráťte se na oddělení architektury města Kopřivnice

Máte dotaz? Neváhejte nás kontaktovat.

Oddělení architektury

č. dveří: 641 v 6. patře MÚ Kopřivnice

Oddělení architektury

Tel.: 556 879 709, 556 879 710

info@estetikakoprivnice.cz

Manuál „Estetika Kopřivnice“ je ke stažení na webu www.estetikakoprivnice.cz.



**Předejte tento manuál
designérovi nebo se jím
sami inspirujte.**

05

Postup žadatele o povolení reklamy

Díky dodržení následujícího postupu se vyhnete zbytečným nákladům a komplikacím a získáte jistotu, že je vaše reklama v souladu s legislativou a s principy nastíněnými v tomto manuálu.

Návrh reklamy

Předejte tento manuál svému designérovi nebo architektovi jako součást zadání, nebo se jím sami inspirujte. Vytvořte návrh, který je v souladu s nastíněnými principy tohoto manuálu.



Konzultace

Přijďte návrh zkonzultovat na oddělení architektury města. Ujistěte se, zda typ reklamy, který plánujete realizovat, nepodléhá stavebnímu zákonu.



Povolení

Vyžaduje-li to ve vašem případě legislativa (zpravidla záleží na typu a velikosti reklamního nosiče), podejte u stavebního úřadu žádost o územní souhlas nebo ohlášení stavby. Správný postup konzultujte u místního stavebního úřadu.

Více informací o související legislativě najdete v kapitole Právní a závazná stanoviska.



Výroba

Schválené návrhy nechte vyrobit a instalujte je podle dohodnutých pravidel.



06

Související legislativa a zdroje

Související legislativa

Níže uvádíme platné zákony a vyhlášky upravující obsah a formu reklamních nosičů.

Zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů

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

Vyhláška č. 502/2006 Sb. o obecných požadavcích na využívání území

Zdroje

Nováková V. a kol. (2017). Manuál dobré praxe reklamy a označování provozoven v městské části Brno-střed. [online]. [Cit. 30.3.2020]. Dostupné z: <http://manual.brno-stred.cz/?download=3941>

Drápalová K. a kol (2020). Manuál pro kultivovanou Prahu. [online]. [Cit. 30.3.2020]. Dostupné z: https://kultivovana.praha.eu/files/manual_d-prax-ozn-provoz_MHMP_digital.pdf

Magistrát města Ostravy (2019). Ostrava 360° - Kvalitní venkovní reklama ze všech úhlů. [online]. [Cit. 30.3.2020]. Dostupné z: <https://www.ostrava360.cz/upload/manual-reklamy-ostava.pdf?5a57e3a3>

Teyssler – Kotyška (1929). Technický slovník naučný, díl IV. [online]. [Cit. 25.6.2020]. Dostupné z: <http://fast10.vsb.cz/depts/226/teorie/est.htm>

Autoři

Texty: Ing. arch. Václav Kocián, Ing. Petr Čaník,
Mgr. Petra Čaníková

Ilustrace, fotografie a grafický design:
Ing. Petr Čaník, Hynek Tekula

Pracovní skupina ke vzniku dokumentu Estetika
Kopřivnice: Ing. Lenka Krhovjáčková,
Ing. arch. Václav Kocián, Ing. Petr Čaník,
Mgr. Petra Čaníková

Konzultace
MgA. Dita Krouželová

Publikaci vydalo Město Kopřivnice – Oddělení
architektury. Verze 1.01.

Publikace je neprodejná, vydává se zdarma
a v elektronické verzi je ve formátu PDF ke stažení
na webu estetikakoprivnice.cz

© Město Kopřivnice, 2020

TENTO MANUÁL
NEPATŘÍ
DO ŠUPLÍKU

ESTETIKA KOPŘIVNICE

MANUÁL VIZUÁLNÍ PODOBY VEŘEJNÉHO
PROSTORU KOPŘIVNICE

01

**Cíl a poslání
manuálu**

02

**Proč potřebuje
Kopřivnice tento
manuál**

03

**Doporučení
v kostce**

04

**Barevné
řešení fasád**

04.01 Inspirace

04.02 Barvy

04.03 Fasáda není billboard

04.04 Materiály

05

Veřejná prostranství

05.01 Inspirace

05.02 Zpevněné plochy

05.03 Městská zeleň

05.04 Mobiliář

06

Postup schvalování

07

Právní a závazná stanoviska

08

Vysvětlivky a zdroje

Ulice, v nichž se cítí dobře občané i návštěvníci

01

Cíl a poslání manuálu

Manuál Estetika Kopřivnice se v části „Reklama“ zabývá reklamním prostorem jako jednou z vrstev, které spoluvytváří atraktivitu města (viz část Reklama str. 8-9). Architektura, vzhled budov a veřejný prostor jsou témata, na která se zaměřujeme v této části manuálu.

Následující kapitoly jsou určeny zejména majitelům objektů, investorům, developerům, stavebním firmám a také samotným odborům městského úřadu spravujícím městský majetek.

Veřejný prostor patří k oblastem, které byly dosud v Kopřivnici spíše přehlíženy. Naším cílem je nastavit koncepci a jednotná pravidla, díky jejichž dodržování se Kopřivnice bude stávat atraktivnější. Inspirujte se.

**Předejte tento manuál
svému architektovi
a projektantovi jako
součást zadání.**

**Máte dotaz? Neváhejte
nás kontaktovat.**

Oddělení architektury města Kopřivnice

č. dveří: 641 v 6. patře MÚ Kopřivnice

Tel.: 556 879 709, 556 879 710

info@estetikakoprivnice.cz

Manuál „Estetika Kopřivnice“ je ke stažení
na webu www.estetikakoprivnice.cz.

**„Stav krajiny a architektury je
obrazem našich duševních hodnot.
Nejenom že vyjadřuje naše ideály,
ale dává jim i fyzickou formu.“**

Léon Krier (architekt, urbanista)




[01] Ögmios, Švédsko / Autoři studie: D0 Architects

02

Proč potřebuje Kopřivnice tento manuál

Kopřivnice poskytuje řadu zajímavých služeb a pracuje na jejich zlepšování, přesto soustavně trpí handicapem neatraktivního města.

 [02] Bytový dům, ul. Lidická, Kopřivnice



03

Doporučení v kostce

Šaty dělají člověka. A fasáda dělá dům. Spolupracujte vždy s profesionály. Předajte tento manuál svému architektovi a projektantovi jako součást zadání.

Nechte úpravy fasády navrhnout odborníka – architekta

To samé platí i pro prostor okolo domu. Chodníky, lavičky, stromy, záhony – i těm je potřeba věnovat náležitou pozornost, od návrhu až po jejich umístění. Hledejte profesionála se zkušenostmi či s dobrými referencemi. Nechte si poradit. Předějte mu tento manuál jako součást zadání.

Méně je více

Nesnažte se dům za každou cenu a na sílu ozvláštnit. Jednoduchostí dosáhnete čistoty a necháte vyniknout podstatné části, jako jsou vstup do domu, plastické prvky fasády či celková geometrie domu. Jednoduchost = přehlednost.

Fasáda není billboard

Na fasádu nepatří žádné reklamy a už vůbec ne velkoformátové nápisy. Tyto prvky nabourávají celkový dojem. Myslete na to, že váš dům je součástí celku.

Pravidlo 10 %: Jemné barvy hrají prim

Dbejte na to, aby syté barvy zabíraly max. 10 % fasády. Jejich kompozice musí respektovat geometrii budovy. Barvy nechte krajíně. Svět kolem nás je dost barevný a není potřeba ho překřičet barevnými domy. Zejména bytové domy jsou díky své ploše velmi výrazné při pohledu na město z dálky či z okolních kopců.

Zodpovědně k ulici

Ulice je veřejný prostor, který by měl dobře sloužit všem. Rozmístění laviček, odpadkových košů, lamp veřejného osvětlení a dalšího mobiliáře musí být řešeno komplexně ve vztahu ke zbytku ulice. Použité materiály musí být trvanlivé a odolné.

Dbejte na čistotu a zachovalost

Chovejte se k veřejnému prostranství a k fasádě domu se stejnou pečlivostí, s jakou se věnujete svému bytu. Někdy stačí prostor uklidit či vyčistit a hned působí nově.

04

Barevné řešení fasád



[03] Bytový dům, ul. Kpt. Nalépký, Kopřivnice

04.01

Inspirace



[04] Dům dětí a mládeže, Kopřivnice

Stavba z montovaného systému MS-OB, typická pro školská zařízení. Řešení fasády zachovává průběžné pásy oken s barevnými meziokenními vložkami. Tmavé okenní rámy jsou velmi nenápadné a díky jednobarevné bílé fasádě vyniká hravě barevný mobiliář.



[05] Bytový dům, ul. Kpt. Nálepky, Kopřivnice

Věžový dům s 11 nadzemními podlažími je ukázkou decentního přístupu, který zachovává krytý ochoz v přízemí a tím domu ponechává určitou lehkost. Tmavším odstínem barvy jsou podpořeny „pruhy“ jednotlivých pater, zachovány jsou i ustupující meziokenní části.



[06] Bytový dům na rohu Příčné a Obránců míru, Kopřivnice

Čistě bílá fasáda dává vyniknout racionální geometrii domu. Různobarevná ostění a vnitřní stěny lodžii pak domu dodávají určitou hravost, ovšem nepůsobí přitom směšně.



[07] Internationales Gästehaus, Dresden

Hostel v Drážďanech je skvělou ukázkou rekonstrukce a přístavby věžového „paneláku“. Za zmínku stojí zejména práce s barvou, která je použita velmi citlivě a s respektem ke geometrii domu. Lesklý plášť v sobě mírně zrcadlí okolí, čímž se rozbíjí zdánlivá fádnot velkých ploch.



04.02

Barvy

PRAVIDLO

10%

Dbejte na to, aby syté barvy zabíraly max. 10 % fasády. Jejich kompozice musí respektovat geometrii budovy. Barvy nechte krajíně. Svět kolem nás je dost barevný a není potřeba ho překřičet barevnými domy. Zejména bytové domy jsou díky své ploše velmi výrazné při pohledu na město z dálky či z okolních kopců.

Jemné barvy hrají prim, sytých jako šafránu

Pro velké plochy je potřeba používat velmi světlé barvy. Ideální jsou světlé odstíny zemitých barev či stupně šedi.

Pestré barvy se dají použít pouze jako doplněk, který zdůrazní například vstup, balkon nebo nějaký plastický prvek na fasádě. Při práci s pestrými nebo sytými barvami je potřeba respektovat geometrii domu.

Barevné obrazce na fasádě jsou často rozmisťovány bez návaznosti na proporce domu a rozmístění oken.

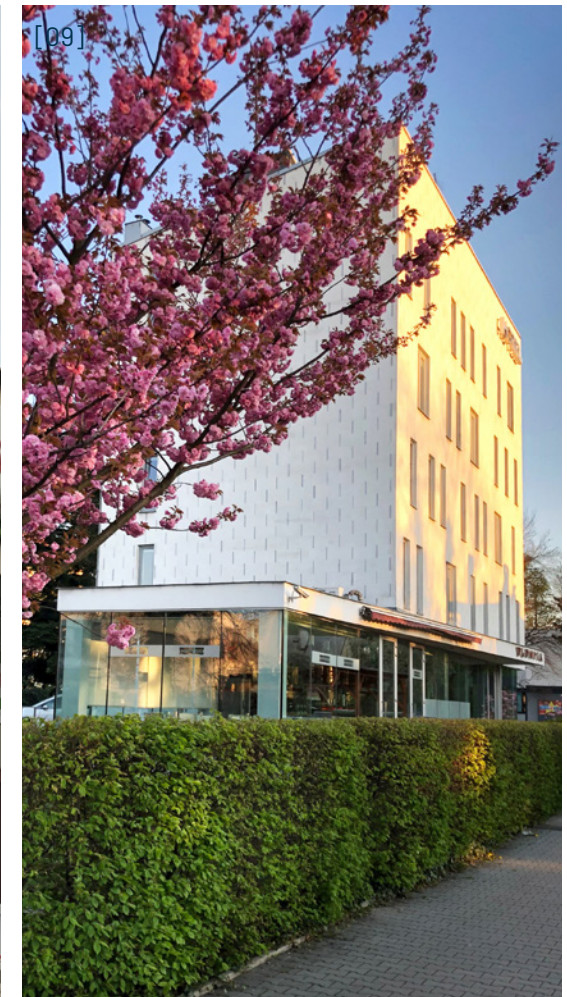


04.03

Fasáda není billboard



Velkoformátové reklamní nápisy na stěnách sráží celkový obraz města a narušují architekturu domu.



Nechte vyniknout samotnou architekturu domu a hmotové řešení objektu.

04.04

Materiály

Pokud má dům stále ještě původní fasádu, je nutné zanalyzovat její stav a kvalitu (význam pro dům původnost, autenticitu) – u bytových domů z období 60. – 80. let 20. stol. jsou to zejména různé druhy keramických obkladů (mozaiky, kabřince), skleněné meziokenní výplně, ocelové konstrukce zábradlí a další zajímavé technické detaily.

Doporučujeme dodržet v maximální možné míře původní hodnotné materiály, případně je nahradit adekvátní náhradou (např. sokl obložený cihelným páskem či keramickým obkladem nahrazovat marmolitem).



[10] Zlín / Minimalistické pojetí fasády kombinuje pouze dva materiály - sklo a omítka. Materiálová čistota je zárukou čitelnosti a důstojnosti domu.



[11] Kopřivnice / U historizujících fasád je důležité počítat s plastickými prvky a podpořit je decentním barevným řešením.



[12] Kopřivnice / Dobrý příklad kombinace modřínového dřeva a světlé omítky. Ztvárnění fasády respektuje geometrii domu, opakování dřeva, omítky a skla působí celkově harmonicky.



[13] Batumi, Gruzie / Nejednotná koncepce může vest až k úplnému chaosu. Fasády bytových domů je potřeba tvořit jako jeden celek.



[14] Kopřivnice / Dům není billboard ani vzorník barev. Velké plochy výrazných odstínů působí disharmonicky až bizarně.



[15] Kopřivnice / Žádný dům si neudrží dobrý vzhled, pokud nebude procházet pravidelnou údržbou. Pod nánosy špíny se často skrývají zajímavé domy.

05

Veřejná prostranství

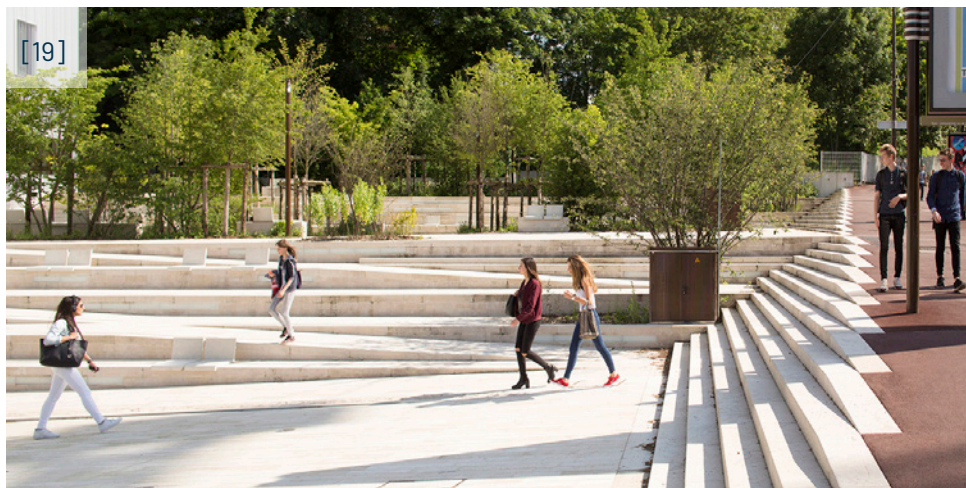






[16] Příklad řešení svazitého městského prostoru pomocí pobytových stupňů a ramp doplněných městskou zelení

05.01

Inspirace

-  **[17] Využití litých betonových ploch ve veřejném prostranství**
Projekt rekonstrukce továrních budov firmy Baťa na 14|15 Baťův institut ve Zlíně.
-  **[18] Náměstí Nowy Targ ve Wroclavi a skvělý příklad použití betonové dlažby v kombinaci s žulovými kostkami**
-  **[19] Příklad řešení svažitého městského prostoru pomocí pobytových stupňů a ramp doplněných městskou zelení**
-  **[20] Ukázka použití zatravnovací dlažby na městském bulváru**



-  **[21] Ukázka střetu žulové dlažby, mlatu, litého betonu a asfaltu. Každý materiál má svou funkci a předurčuje způsob použití dané plochy**
Revitalizace prostoru Parku Komenského ve Zlíně.
-  **[22] Použití kombinace květnaté louky a nízkého zátěžového trávníku pomůže rozlišit význam ploch a oživit veřejný prostor**
Antwerpen, Park Groot Schijn
-  **[23] Příklad venkovního schodiště, které slouží zároveň jako posezení či tribuna. Kombinace dřeva, betonu a kamene**
Náves Velká Polom
-  **[24] Veřejný park v městském vnitrobloku využívá jak kamenných zídek a dlažeb, tak litých betonových ploch a mlatu. Prostor je vhodně doplněn dřevěnými prvky**
Piaristická zahrada, Příbor



05.02

Zpevněné plochy

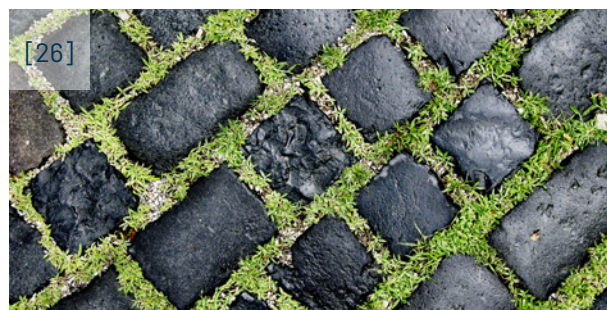
- Dodržujte jednoduchost a jednotu materiálů.
- V místech, kde je to možné a je potřeba použít zpevněný nepropustný povrch, upřednostňujte lité plochy (asfalt, beton).
- Povrch pro parkování řešte (pokud to je možné) z propustných dlažeb, nejlépe zatravnovací dlažby.
- Využívejte v maximální možné míře přírodních materiálů, příp. materiálů ve své přirozené podobě (pohledový beton, dřevo, kovy, kámen).

Povrchy ve veřejném prostoru

Pro snadnou orientaci, jednoduchost a kompozičně vyvážený celek je vhodné dodržovat na území města jednotné typy povrchů veřejných prostor. S individuálním řešením komplikovanějších prostor vám pomůže oddělení architektury.



Dlažba: Používejte vždy opravdové materiály. Nepoužívejte betonové napodobeniny dřeva či kamene. Dlažby jsou vhodné do míst, kde je potřeba zajistit zpevněnou plochu a zároveň se zde ve velké míře nepohybují lidé na kolečkových bruslích kolech apod. Dle významu a charakteru prostranství pracujte s různými formáty a velikostmi. Používejte však co nejjednodušší kubické tvary.



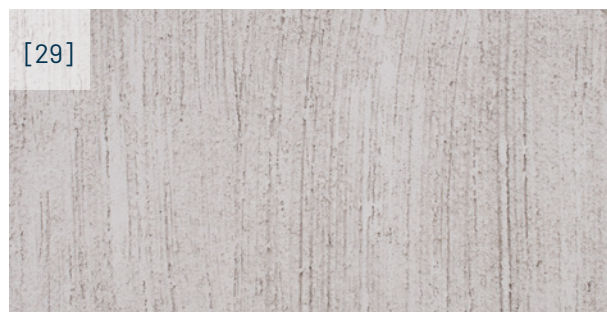
Zatrávňovací dlažba: Tento typ dlažby používejte zejména na parkovištích. Jedná se buď o klasické betonové dlažby, nebo o plastové prefabrikáty. Betonová dlažba prorůstá méně, ale má delší trvanlivost. Plastové prefabrikáty umožní vytvořit souvislou vrstvu trávníku, jejich životnost je ale kratší.



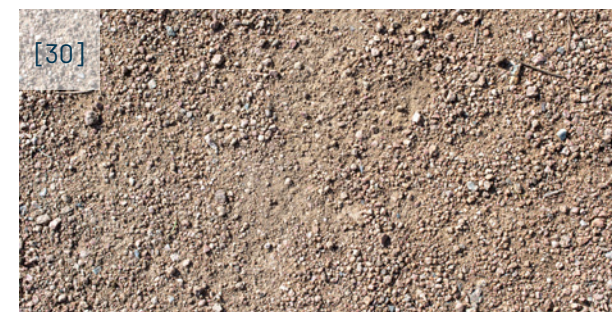
Beton: Lité betonové plochy a chodníky je vhodné používat v místech s velkým provozem cyklistů, bruslařů, koloběžek a jiných městských dopravních prostředků. Jedná se o velmi trvanlivý, cenově dostupný, bezúdržbový a pohodlný povrch.



Asfalt: Jedná se o živичný litý povrch, velmi vhodný jak na silnice, tak na cyklostezky a chodníky. Jeho použití je podobné jako u betonových litých povrchů. Dá se různými způsoby probarvovat a díky své povaze se dá využít např. i na pumptrack či jiné, tvarově složitě plochy.



Velkoformátová dlažba: S velkými formáty dlažby (80x80 cm a více) lze dotvořit reprezentativní prostory, případně plochy, kde je potřeba eliminovat spáry a zároveň zajistit rozebíratelnost povrchu.



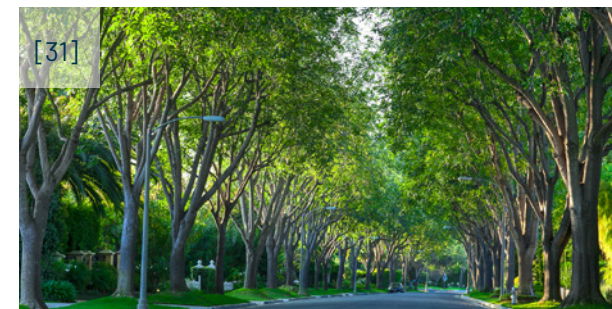
Mlat: Jedná se o povrch velmi příjemný pro chůzi s dobrou propustností vody. Pochůzí vrstva mlátu je tvořena jemným a dobře zhutněným kamenivem. Použit se dá v parcích, relaxačních zónách či v místech, kde je potřeba zajistit vsakování vody zejména kvůli vzrostlým stromům.

05.03

Městská zeleň

- Zvažte druhovou rozmanitost, patrovitost, vhodné druhy dle stanoviště, intenzitu údržby.
- Zeleň je rovnocenný partner architektury.
- Mějte respekt ke starým a hodnotným dřevinám.
- Využívejte různé typy zeleně (záhony, živé ploty, keřové skupiny, trávníky, květnaté louky, mobilní zeleň apod.).
- Základem kvalitní zeleně je kvalitní údržba.
- Zeleň funguje jako přirozená klimatizace a filtr.
- Nebojme se velkých stromů, neublíží nám, pokud je budeme vnímat a respektovat.

Tato kapitola byla vypracována ve spolupráci s Ing. Janem Habrem z odboru životního prostředí při Městském úřadě Kopřivnice.



Stromy: Tvoří kostru městské zeleně. Měly by mít věkově i druhově pestré složení. Používejte vhodné druhy s ohledem na stanoviště a funkci. Chraňte staré a významné stromy. V nových výsadbách by měly převládat listnaté stromy. Kromě domácích dřevin (včetně jejich kultivarů) vysazujte i introdukované dřeviny, které lépe snášejí nepříznivé podmínky městského prostředí.



Cibuloviny: Na jaře, v létě i na podzim kvetoucí druhy vždy ozvláštňují trvalé výsadby i mobilní zeleň. Zejména jarní cibuloviny dokáží vykrýt období, kdy jiné rostliny v záhonech ještě spí. Velmi efektní jsou jarní cibuloviny v trávníku a výsadby cibulovin v kombinaci s dvouletkami.



[33]

Keře a popínavé rostliny: Nepřeborné možnosti využití různých druhů, kultivarů a velikostí keřů a popínavek - opadavé, stálezelené, volně rostoucí, tvarované. Hned po stromech další nejvytrvalejší rostliny, které při vhodném použití tvoří kvalitní podrost stromů, živé ploty, solitéry, skupiny, pásy a lemy, zelené fasády a střešní zahrady.



[36]

Trávníky: V městské zeleni by měly mít zastoupení všechny druhy trávníků, ať už parterové, parkové, sportovní nebo luční. Každý má svá specifika použití a nároky na údržbu. Např. okrasný a reprezentativní trávník parterový je co do péče nejnáročnější a při jeho zakládání musíme počítat s tím, že bude ročně vyžadovat alespoň 20 - 30 sečí, 4-5x přihnojení a nezřídka i závlahu.



[34]

Trvalky: Tvoří bylinné patro. Lze je vysazovat do samostatných záhonů nebo v kombinaci s keři a letničkami. Stínomilné trvalky se uplatní jako zajímavý podrost stromového patra ozdobný květem nebo listem. Suchomilné trvalky lze využít v omezených podmínkách ostrůvků v komunikacích, na okružních křižovatkách, střešních zahradách apod.



[37]

Letničkové výsevy: V posledních letech se používají stále častěji, a to zejména jako méně náročnější alternativa k výsadbám keřů a trvalek (neměly by je však plně nahrazovat). Výběr směsí na trhu je široký a jednotlivé směsi lze i vzájemně kombinovat. Jedná se o sezónní záležitost, ale pokud necháme letničky po odkvětu vysemenit, pokvete záhon (i když již méně) i v dalším roce.



[35]

Letničky a dvouletky z výsadby: Používají se pro sezónní výsadby do záhonů a mobilní zeleně. Zajímavé jsou v kombinaci s výsadbami keřů a trvalek. Dvouletky je vhodné používat v kombinaci s cibulovinami při podzimní výsadbě, kdy nahradí odstraněné letničky. Další rok na jaře vytvoří zajímavý efekt než do záhonů či nádob opět vysadíme letničky.



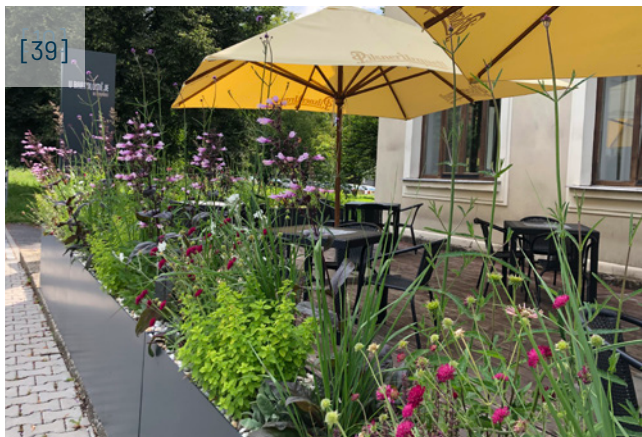
[38]

Květnaté louky trvalé: Jejich uplatnění je zejména na větších plochách v parcích, okrajích měst, ovocných sadech nebo v pásech kolem komunikací. Díky příměsi letniček oseté plochy kvetou již v prvním a druhém roce, ale postupně jsou letničky nahrazeny vytrvalými druhy. Směsí je na trhu velký výběr. Finální podoby dosahuje porost až od třetího roku po výsevu.

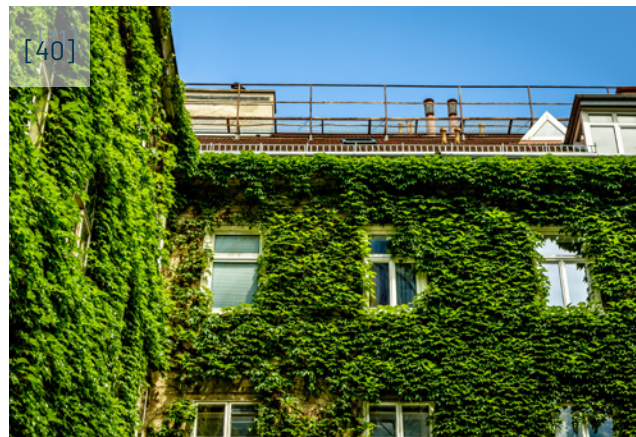
Městská zeleň: Příklady vhodného a nevhodného použití

Zeleň pro předprostory budov volte takovou, aby citlivě doplňovala architekturu budovy, odpovídala charakteru místa a byla proměnlivá v čase.

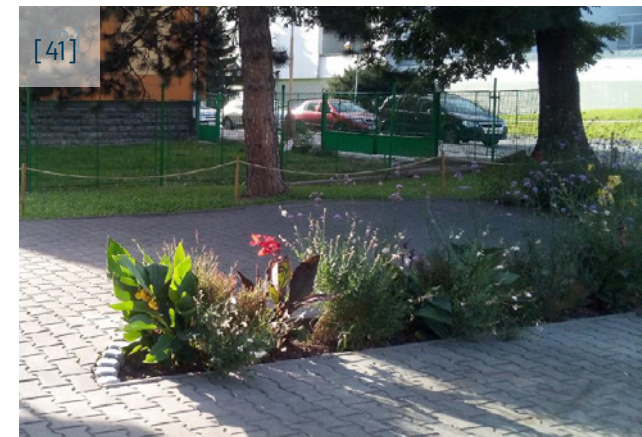
- ✓ Dopřejte své zeleni odpovídající životní podmínky a péči, odmění se vám šťavnatostí a bohatým růstem.
- ✓ Nebojte se používat sezónní exotické rostliny.
- ✓ Pracujte s texturou, vzrůstem a barevností rostlin.
- ✓ Pro mobilní zeleň vybírejte vhodné materiály nádob (terracotta, dřevo, kov, kámen, beton).
- ✓ V případě zelených fasád používejte i popínavé rostliny, které jsou energeticky a údržbově méně náročné, než klasické vertikální zahrady.
- ✗ U mobilní zeleně v exteriéru pokud možno nepoužívejte nádoby z plastu, vymývaného betonu a imitace přírodních materiálů.
- ✗ S citem používejte tvarované jehličnaté dřeviny, často působí kýčovitě.
- ✗ Než mít u budovy nekvalitní nebo živořící zeleň se zanedbanou péčí, tak raději žádnou.
- ✗ Vyvarujte se použití umělých rostlin v exteriéru.



✓ Kopřivnice / Vhodná mobilní zeleň (zeleň v nádobách) před restaurací. Zpříjemní pobyt na „zahrádce“ a zároveň oddělí posezení od chodníku a komunikace.



✓ Vídeň / Zelená fasáda řešená formou popínavých rostlin. Základem úspěchu je vhodně zvolený druh popínavé rostliny. Významně zlepšuje tepelněizolační vlastnosti budovy.



✓ Kopřivnice / Příklad možného řešení velmi úzkých záhonů v prostoru před prodejnou hamburgerů. Sezónní výsadba letniček a teplomilných trvalek.



✗ Kopřivnice / Nevhodný výběr nádob pro mobilní zeleň (vymývaný beton). Bez výsadby zeleně a v kombinaci s řešením venkovního posezení nepůsobí dobrým dojmem.



✗ Kopřivnice / Hned po pestrobarevnosti fasád a zámkové dlažbě je úplná absence mobilní zeleně před jednotlivými podniky dalším negativním prvkem tohoto prostoru.



✗ Kopřivnice / Nevhodné řešení formou betonové zídky se zelení. Technické řešení zídky, její návaznost na okolní plochy a volba vysazené zeleně degraduje tuto lokalitu v centru města.

05.04

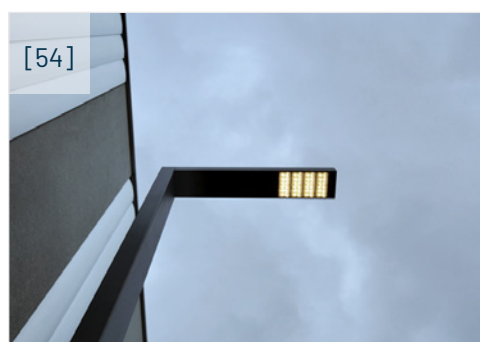
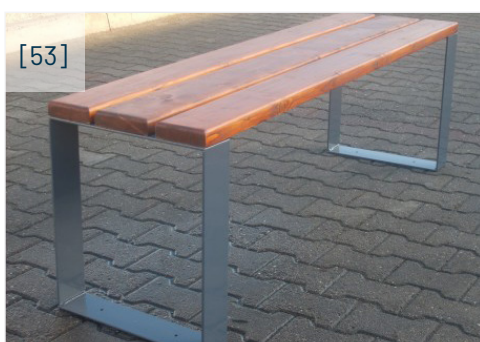
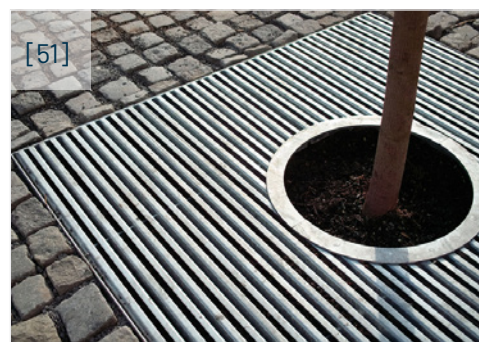
Mobiliář

Kopřivnice je moderní průmyslové město s výraznou technickou a technologickou tradicí. Při výběru městského mobiliáře je třeba volit takové konstrukce a typové řady, které ponесou prvky technicistního a minimalistického designu.

- Mobiliář volíme spíše nenápadný, jednoduchých tvarů s důrazem na kvalitu detailu.
- Jednotlivé kusy by v prostoru neměly razit a nápadně vynikat.
- Volíme mobiliář subtilní kovové konstrukce v kombinaci s přírodními materiály.
- S ohledem na barevnost a případné nátěry volíme takové barvy, které odpovídají originálu původních materiálů (jednotná barva kovu, přírodní charakter dřeva apod.).

Pro inspiraci vybíráme konkrétní typy či celé řady městských mobiliářů, které těmto charakteristikám odpovídají.

- lavičky
- odpadkové koše
- stojany na kola
- lampy veřejného osvětlení
- mříže kolem stromů
- směrovníky



**Nenašli jste, co jste hledali?
Obrátte se na Oddělení
architektury města Kopřivnice**

Máte dotaz? Neváhejte nás kontaktovat.

Oddělení architektury

č. dveří: 641 v 6. patře MÚ Kopřivnice

Oddělení architektury

Tel.: 556 879 709, 556 879 710

info@estetikakoprivnice.cz

Manuál „Estetika Kopřivnice“ je ke stažení na webu www.estetikakoprivnice.cz.

Hlášení závad

Narazíte-li ve veřejném prostoru na konkrétní problém nebo závadu na majetku města (např. nefunkční osvětlení, závady na chodnících, výtluky na silnicích, zničené dopravní značení, rozbité lavičky a koše, nebezpečný strom nebo černé skládky), nahlasejte je v aplikaci Hlášení závad na www.koprivnice.cz/zavady.

Zeleň

Nedílnou součástí veřejného prostranství ve městě tvoří zeleň. Pravidla pro práci se zelení nejsou součástí tohoto manuálu. Pro řešení otázky zeleně kontaktujte odbor životního prostředí MÚ v Kopřivnici: ziv.prostredi@koprivnice.cz.

06

Postup schvalování

Při zásazích do fasád domů a do veřejných prostranství je potřeba počítat s tím, že všechny stavební úpravy musí proběhnout v souladu s platnou legislativou.

Návrh projektu

Ve spolupráci s vaším architektem či designérem navrhnete vámi zamýšlenou stavební úpravu či stavbu. Nechte se inspirovat tímto manuálem.



Konzultace

Přijďte návrh zkonzultovat na oddělení architektury z hlediska barevného a materiálového řešení, a na stavební úřad z hlediska souladu se zákonem.



Povolení

Vyžaduje-li váš záměr povolení stavebního úřadu, podejte žádost o příslušný souhlas či rozhodnutí. S přesným obsahem dokumentace vám poradí váš projektant či přímo stavební úřad.



Realizace

Dle povolené dokumentace celý záměr zrealizujte. Dejte si záležet na výběru kvalitního dodavatele, neboť na detailech záleží!



07

Právní a závazná stanoviska

Související legislativa

U budov se dá zjednodušeně říci, že úpravy, které nevětšují objem budovy a nezasahují do nosné konstrukce budovy, nepotřebují souhlas ani rozhodnutí stavebního úřadu.

Způsob povolování zásahů do ploch veřejných prostranství se většinou odvíjí od jejich celkové velikosti a druhu – zda se jedná o zpevněné plochy, komunikace či například oplocení.

Pokud si s legalitou vaší stavby či stavebních úprav nejste jisti, oslovte profesionála (architekta nebo stavebního projektanta) či kontaktujte místní stavební úřad.

Zásadními dokumenty a vyhláškami, které se povolování staveb týkají, jsou:

- Zákon č. 183/2006 Sb., tzv. stavební zákon
- Vyhláška č. 501/2006 Sb., o obecných požadavcích na využívání území
- Vyhláška č. 503/2006 Sb., o podrobnější úpravě územního rozhodování, územního opatření a stavebního řádu
- Vyhláška č. 268/2009 Sb., o technických požadavcích na stavby
- Vyhláška č. 398/2006 Sb. o obecných technických požadavcích zabezpečujících bezbariérové užívání staveb

Autoři

Texty: Ing. arch. Václav Kocián, Ing. Petr Čaník,
Mgr. Petra Čaníková, Ing. Jan Habr

Ilustrace, fotografie a grafický design:
Ing. Petr Čaník, Hynek Tekula

Pracovní skupina ke vzniku dokumentu Estetika
Kopřivnice: Ing. Lenka Krhovjáčková,
Ing. arch. Václav Kocián, Ing. Petr Čaník,
Mgr. Petra Čaníková

Konzultace
MgA. Dita Krouželová

Publikaci vydalo Město Kopřivnice – Oddělení
architektury. Verze 1.01.

Publikace je neprodejná, vydává se zdarma
a v elektronické verzi je ve formátu PDF ke stažení
na webu estetikakoprivnice.cz

© Město Kopřivnice, 2020

08

Vysvětlivky a zdroje

Vysvětlivky

Římsa: Architektonický prvek oddělující zpravidla jednotlivá podlaží, nebo prvek předělující fasádu domu od střechy.

Rizalit: Vystupující část fasády, zpravidla aplikovaná na celou výšku fasády. Může se jednat o nepatrný předstupující pruh, ale i o celou část budovy.

Ostění: Označované též jako „špalety“; krátká část stěny ohraničující okenní či dveřní otvor.

Výkladec: Konstrukce se skleněnou výplní, která je buď předsazena před otvory parteru (předsazený výkladec), nebo do něj vsazena (okenní výkladec).

Výloha: Prostor za sklem výkladce, obvykle určený k obchodní prezentaci.

Sokl: Podstavec, pata domu. Jedná se o část stěny, která přímo navazuje nad terén a jde do výšky cca 1 m. Může být předstupující či ustupující.

Průčelí: Zpravidla hlavní uliční fasáda domu s hlavním vstupem do budovy.

Parter: Přízemní část fasády domu s dveřními otvory a výkladci či výlohami.

Fotodokumentace

[01] TUKAJ, Norbert. Ogmios City Public Space / DO ARCHITECTS [barevná fotografie]. 2020. [cit. 12.07.2020]

[02] KOCIÁN, Václav. Bez názvu [Bytový dům ul. Lidická, Kopřivnice] [barevná fotografie]. 2020.

[03] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Bytový dům ul. Kpt. Nálepky, Kopřivnice] [barevná fotografie]. 2020.

[04] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Dům dětí a mládeže, Kopřivnice] [barevná fotografie]. 2020.

[05] KOCIÁN, Václav. Bez názvu [Bytový dům ul. Kpt. Nálepky, Kopřivnice] [barevná fotografie]. 2020.

[06] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Bytový dům na rohu Příčné a Obránců míru, Kopřivnice] [fotografie]. 2020.

[07] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Bytový dům na rohu Příčné a Obránců míru, Kopřivnice] [fotografie]. 2020.

[08] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Internationales Gästehaus, Dresden, Německo] [fotografie]. 2020.

[09] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Bytový dům na ul. Štefánikově, Kopřivnice] [fotografie]. 2020.

[10] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Hotel Olympia, Kopřivnice] [fotografie]. 2020.

[11] SURKALA, Mino. ZLIN, CZECH REPUBLIC - SEPTEMBER 27, 2019: Obchodní dům ve Zlíně. [fotografie]. [cit. 10.08.2020]

[12] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Katolický dům, předzahrádka Restaurace U Bartoloměje, Kopřivnice] [fotografie]. 2020.

Fotodokumentace

[13] STAVJANÍK, Libor. Kamil Mrva Architects: Rekonstrukce fasády MŠ Ignáce Šustaly v Kopřivnici. [barevná fotografie]. [cit. 05.07.2020] Dostupné z Mrva.net: <https://www.mrva.net/realizace/mskoprivnice.html>

[14] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Batumi, Gruzie][barevná fotografie]. 2019.

[15] KOCIÁN, Václav. Bez názvu [Bytový dům, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020.

[16] KOCIÁN, Václav. Bez názvu [Obchodní dům, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020.

[17] SPACKMAN, Mossop Michaels. Miller Park In Downtown Chattanooga [barevná fotografie]. [cit.15.06.2020] Dostupné z Archdaily: https://www.archdaily.com/904078/miller-park-in-downtown-chattanooga-spackman-mossop-michaels-plus-eskew-dumez-ripple?ad_source=search&ad_medium=search_result_all

[18] JUNGSMANN, Aleš. Bez názvu [Bařův institut, Zlín][barevná fotografie]. [cit. 12.06.2020] Dostupné z Alesjungmann.cz: <http://alesjungmann.cz/project/batuv-institut-zlin/>

[19] Plac Nowy Targ - widok z budynku UM [Náměstí Wrocław][barevná fotografie]. [cit. 10.06.2020] Dostupné z Wroclaw.pl: [https://www.wroclaw.pl/na-pl-nowy-targ-bedzie-fontanna-prostřednictvím Urbnews.pl:https://urbnews.pl/przypadek-jednego-placu-czyli-rewitalizacja-placu-nowy-targ-we-wroclawiu/](https://www.wroclaw.pl/na-pl-nowy-targ-bedzie-fontanna-prostřednictvím-Urbnews.pl:https://urbnews.pl/przypadek-jednego-placu-czyli-rewitalizacja-placu-nowy-targ-we-wroclawiu/)

[20] GUILLAUME, Clément. Town Entrance in Chatenay Malabry / Ateliers 2/3/4/. [cit.10.06.2020] Dostupné z Archdaily: <https://www.archdaily.com/870465/town-entrance-in-chenay-malabry-ateliers-2-3-4>

[21] GOULA, Adria. Remodeling of Passeig de st. Joan Boulevard. [barevná fotografie]. [cit. 14.04.2020] Dostupné z Divisare.com: <https://divisare.com/projects/204886-lola-domenech-adria-goula-remodelling-of-passeig-de-st-joan-boulevard>

[22] BABKA, Václav, GERGELA, Lukáš. Bez názvu [Revitalizace prostoru Parku Komenského ve Zlíně.][barevná fotografie][cit. 12.06.2020] Dostupné z Archdaily.com: <https://www.archiweb.cz/b/revitalizace-prostoru-parku-komenskeho-ve-zline>

[23] HOSPER, BUUR. Bez názvu [BULK architecten: Park Groot Schijn by BUUR-HOSPER-BULK, Antwerpen][barevná fotografie]. [cit. 10.05.2020] Dostupné z Landezine: <http://landezine.com/index.php/2020/04/antwerpen-park-groot-schijn-by-hosper-landscape-architecture-and-urban-design/>

Fotodokumentace

[24] POLÁŠEK, Roman. Bez názvu [ATELIER 38: Náves Velká Polom][barevná fotografie]. [cit. 15.04.2020] Dostupné z Archiweb: <https://www.archiweb.cz/b/naves-velka-polom>

[25] WINTER, Patrik. Bez názvu [Piaristická zahrada Příbor][barevná fotografie]. [cit. 20.05.2020] Dostupné z Stavby v MS kraji: <https://www.msstavby.cz/piaristicka-zahrada-pribor-18-11-2015/>

[26] ZHUKOVÁ, Valentýna. A shot of quiet Beverly Hills Road [barevná fotografie]. [cit. 22.09.2020] Dostupné z Shutterstock: <https://www.shutterstock.com/cs/image-photo/shot-quiet-beverly-hills-road-186870674>

[27] HABR, Jan. Bez názvu [Sad Dr. Edvarda Beneše, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[28] HABR, Jan. Bez názvu [Sídliště Korej, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[29] HABR, Jan. Bez názvu [Ul. Štefánikova, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[30] HABR, Jan. Bez názvu [Mobilní zeleň před MÚ, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[31] STANIEWSKI, Michal. Beautiful lawn in a park during spring time [barevná fotografie]. [cit. 22.09.2020] Dostupné z Shutterstock: <https://www.shutterstock.com/cs/image-photo/beautiful-lawn-park-during-spring-time-1085602529>

[32] HABR, Jan. Bez názvu [Okružní křižovatka u „Jehlanu“, Kopřivnice, místní část Lubina][barevná fotografie]. 2020

[33] HABR, Jan. Bez názvu [Vytrvalá květnatá louka před MÚ, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[34] ČANÍK, Petr. Bez názvu [Květiny před Katolickým domem, předzahrádka restaurace U Bartoloměje, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[35] MARKTL, Robert. Fantastic green ivy in inner yard at Ferdinandstrasse in Viennas 2nd district [barevná fotografie]. [cit. 11.10.2020] Dostupné z Shutterstock: <https://www.shutterstock.com/cs/image-photo/fantastic-green-ivy-inner-yard-ferdinandstrasse-659051923>

Fotodokumentace

[36] HABR, Jan. Bez názvu [Ul. Čs. armády, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[37] HABR, Jan. Bez názvu [Předzahrádka Caffè & Cukrárna ISTRÁ, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[38] HABR, Jan. Bez názvu [Ul. Štefánkova u objektu „Kachlovky“, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[39] HABR, Jan. Bez názvu [Záhon před poliklinikou THERÁPON 98, ul. Štefánikova, Kopřivnice][barevná fotografie]. 2020

[40] Autor neznámý. Bez názvu [Mmcité: AUREO, přístřešek se skleněnou střechou, Steel wood Bus shelter][barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Mmcite: <https://www.mmcite.com/aureo> na: <https://img.edilportale.com/products/AUREO-mmccit%C3%A91-127992-rel28272722.jpg?1606287724913>

[41] Autor neznámý. Bez názvu [Mmcité: AUREO, přístřešek se skleněnou střechou, Steel wood Bus shelter][barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Mmcite: <https://www.mmcite.com/upload/1313-ae-aureo-steel-wood-bus-shelter-03-gallery-large-1024x0.jpg>

[42] Autor neznámý. Bez názvu [Mmcité: NANUK, venkovní odpadkový koš][barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Mmcite: <https://www.mmcite.com/nanuk> na: <https://www.mmcite.com/upload/2544-nnk-nanuk-steel-sheet-litterbin-04-gallery-preview-1920x0.webp>

[43] Autor neznámý. Bez názvu [Mmcité: LOTLIMIT, stojan na kola Lotlimit Steel Bicycle Stand][barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Mmcite: <https://www.mmcite.com/lotlimit-bike> na: <https://www.mmcite.com/upload/2422-01-sl-lotlimit-steel-bicycle-stand-06-gallery-large-1024x0.jpg>

[44] GOULA, Adria. Passeig de st. Joan Boulevard by Lola Domenech [barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Landezine: <http://landezine.com/index.php/2012/07/passeig-de-st-joan-boulevard-by-lola-domenech/>

[45] Autor neznámý. Bez názvu [Mmcité: LOT, zahrazovací sloupky][barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Mmcite: <https://www.mmcite.com/lot-bollard> na: <https://www.mmcite.com/upload/2406-sl-lot-steel-bollard-07-gallery-large-1024x0.jpg>

Fotodokumentace

[46] Autor neznámý. Bez názvu [Mmcité: ARBOTTURA, mříže ke stromům] [barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Mmcite: <https://www.mmcite.com/arbottura> na: <https://www.mmcite.com/upload/1773-art-arbottura-steel-treegrid-02-gallery-preview-1920x0.webp>

[47] Autor neznámý. Bez názvu [Mmcité: WOODY, parkové lavičky a lavice] [barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Mmcite: <https://www.mmcite.com/woody> na: <https://www.mmcite.com/upload/3146-lwd-woody-wood-parkbench-05-gallery-preview-1920x0.webp>

[48] Autor neznámý. Lavička Brusel [barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Kovo-art: <https://www.kovo-art.cz/lavicky-kovove/823-parkove-lavicky-brusel.html>

[49] Autor neznámý. Bez názvu [BALI LUMINARIA, veřejné osvětlení] [barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Escofet: <https://www.escofet.com/en/products/lighting/street-lamps/bali> na <https://www.escofet.com/sites/default/files/2018-06/08-BALI-LUMINARIA.png>

[50] Autor neznámý. Bez názvu [URBANIA, stojan na kola IKS Zlín] [barevná fotografie]. [cit. 10.07.2020] Dostupné z Městský mobiliář: <https://mestskymobiliar.cz/cyklostojany/stojan-na-kola-iks/> na: <https://mestskymobiliar.cz/wp-content/uploads/2020/07/stojan-na-kola-iks-zlin.jpg>

[51] Autor neznámý. Bez názvu [Mmcité: RADIUM, venkovní odpadkové koše] [barevná fotografie]. [cit. 10.7.2020] Dostupné z Mmcite: <https://www.mmcite.com/radium-bin> na: <https://www.mmcite.com/upload/2825-kr-radium-steel-litterbin-06-gallery-large-1024x0.jpg>