

Stanovisko Komise památkové péče Rady města Nepomuk

Věc: Norma Nepomuk – reklamní poutače

Komise památkové péče obdržela žádost o stanovisko k záměru realizace nových reklamních prvků prodejny Norma v Nepomuku. Dle předložené dokumentace je záměrem investora osadit v blízkosti nepomucké prodejny uvedeného řetězce na pozemcích města tři reklamní prapory a jeden světelný pylon.

Komise nepovažuje výše uvedený záměr za vhodný a doporučuje radě města vyslovit nesouhlas s jeho realizací.

Odůvodnění:

Záměr předpokládá, v souvislosti s plánovanou rekonstrukcí objektu prodejny, osazení tří reklamních praporů výšky 7m a jednoho světelného pylonu výšky 5m (a šířky 3m v nejširším místě). Prapory mají být umístěny u silnice I/20, přibližně v místech, kde je dnes plechová reklamní cedule „NORMA“. Světelný pylon pak má být usazen v těsné blízkosti křižovatky ulic Budějovická (I/20) a U Pošty (místní komunikace) do zeleného pruhu.

V městě Nepomuk došlo v nedávné době k redukci reklamy ve veřejném prostoru s cílem jeho kultivace. Byly odstraněny nelegální billboardy a reklamy, další povoluje stavební úřad jen výjimečně. Zejména není agresivnější reklama žádoucí v historickém jádru města a jeho blízkém okolí. Předložený záměr jde bohužel proti tomuto trendu.

Křižovatka ulic Budějovická (I/20) a U Pošty (místní komunikace) představuje jeden ze dvou hlavních přístupových bodů do města z hlavní silnice. Jde fakticky o jakousi pomyslnou bránu do historického jádra města, což podtrhuje zejména ikonické nepomucké panorama (kostel sv. Jana Nepomuckého se Zelenou Horou v pozadí), které se z toho místa otevírá. Umístění navrhovaných reklam, v první řadě světelného pylonu na zvolené místo, je z toho důvodu naprosto nevhodné a v rozporu s veřejným zájmem, kterým je ochrana architektonických a krajinných hodnot území.

Navrhované reklamní poutače jsou relativně značně vysoké a zejména pylon, ale i prapory se mohou projevat v pohledech na historické jádro města či naopak z centra města do volné krajiny. Světelný pylon bude značně rušivě působit i v noci – a to například při výhledech z horní části hlavního náměstí směrem ke hřbitovu. Jeho umístění přímo u vjezdu do centra města pak tuto významnou křižovatku symbolicky degraduje na pouhý sjezd k nákupnímu středisku.

Jako kompromisní řešení navrhuje umístění pylonu na místo, kde je dnes nízký plechový poutač na prodejnu Norma a kde měly být umístěny prapory. Bude mít tak vazbu k prodejně a fungovat jako poutač pro projíždějící po silnici I/20, bez toho aby negativně ovlivňoval pohled na historické jádro města z této komunikace či od hřbitova. Pouze je nutné ověřit, zda se nebude projevat při pohledech z náměstí, tj. zda nebude převyšovat hřeben střechy prodejny. Prapory je vhodné vynechat nejlépe zcela, případně umístit těsně k jižní stěně prodejny.

V poslední době je pozitivním trendem nejen v Nepomuku, ale i v množství dalších měst a obcí, kultivace a redukce reklamy ve veřejném prostoru. To v žádném případě nemusí znamenat její úplné potlačení (to by samozřejmě nebylo žádoucí), pouze stanovení rozumných proporcí a nalezení esteticky přijatelných (či přímo vynikajících) řešení. Příkladem hodným následování je například vysoce kultivovaný reklamní pylon prodejny potravin Hruška v Trojanovicích od Kamil Mrva Architects, který mimochodem představuje jediný reklamní poutač dané prodejny.

PhDr. Pavel Kroupa
předseda Komise památkové péče