

Magistrát města Brna
Odbor územního plánování a rozvoje
Kounicova 67
Brno
601 67

V Brně dne 11. února 2014

Námítky k návrhu Změny Územního plánu města Brna „Aktualizace Územního plánu města Brna“ dle § 50 zákona č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu

Jako vlastník nemovitosti na Lipové 19 na území města Brna jsem Aktualizací územního plánu dotčen, neboť mění podmínky využití ploch a tedy i využití plochy, v níž se nachází moje nemovitost. Zároveň jsem dotčen změnou podmínek využití funkčních ploch, které jsou součástí veřejného prostoru (například plochy Z), změnou podmínek pro komerční služby, které využívám v souvislosti s využíváním naší nemovitosti, i navyšováním parkovacích míst (vnitrobloky v plochách B a S). Všechny tyto změny by také vedly k ovlivnění stavu ovzduší tím, že by podněcovaly osobní motorovou dopravu místo aby podněcovaly její pokles, a škodily by tak pohodě a kvalitě bydlení, což by v důsledku i snižovalo cenu mé nemovitosti. Na obé má kromě toho přímý škodlivý vliv hustý provoz motorových vozidel na ulici Lipová, přičemž Aktualizace by přispěla i k jeho růstu. Změna regulace u staveb pro reklamu má vliv na pohodu a kvalitu bydlení a v důsledku by též mohla mít vliv i na cenu naší nemovitosti.

Námítka 1

Návrh Aktualizace ÚPmB slučuje velmi rozdílné plochy ZP, ZR a ZO do jediné plochy Z. A dále obsahuje začlenění občanského vybavení komerčního „obchod a služby“ (CO) do ploch nestavebních volných – konkrétně do ploch městské zeleně (Z) a do ploch lesních (L). A dále také začlenění funkce občanského vybavení komerčního „sport a pohybové aktivity“ (CS) do ploch lesních (L).

Podmíněná přípustnost obchodu a sportu v plochách nestavebních není – vzhledem k vágní formulaci regulačních podmínek – dostatečnou pojistkou pro dodržení regulativů a využití ploch v mezích těchto regulativů.

Proto navrhuji, aby:

- a) Plochy ZP, ZR a ZO nebyly slučovány do jedné plochy Z neboť se jedná o plochy velmi odlišné povahy a využívání.
- b) V plochách ZP bylo ponecháno původní přípustné využití, nově jako podmíněně přípustné: „pozemní objekty, stavby a zařízení, které svým charakterem odpovídají způsobu využívání ploch zeleně a mají doplňkovou funkci, např. hřiště, odpočívadla, altánky, veřejné WC, apod.“.
- c) V plochách ZR bylo ponecháno původní podmíněně přípustné využití: „jednotlivé stavby služeb a veřejného stravování za podmínky, že mají doplňkovou funkci, slouží potřebám rekreační funkce plochy a nemají charakter uzavřeného klubového zařízení, tzn. že slouží široké veřejnosti.“.
- d) V plochách Z a L bylo odstraněno podmíněně přípustné využití pro obchod a služby (CO).
- e) V podmínkách u ploch Z (tedy ZP, ZR a ZO) bylo u druhé odrážky slovo „minimalizují“ nahrazeno slovem „vylučují“.
- f) V podmínkách u ploch L bylo u první odrážky pod písmenem d) doplněno na konec „a bude vyloučen plošný a prostorový střet s pozemky vzrostlé zeleně“.

Odůvodnění námítky 1

Podle odůvodnění Aktualizace ÚPmB je účelem změny regulativů ploch zeleně (Z) a lesů (L) zajistit občanskou vybavenost pro rekreační a sportovní účely. Tomu ale návrh změny regulativů neodpovídá.

Zaprvé, v rámci funkční plochy Z ruší funkční typ ZR, který byl pro rekreaci a sport určen. Stejně tak ruší podmíněnou přípustnost budování doplňujících staveb a zařízení tím, že ruší funkční typ ZP. Sloučení funkčních typů ZP, ZR a ZO nedává vůbec smysl. Každý z funkčních typů je určen pro jiný typ městské zeleně s odlišným účelem a odlišným způsobem využívání a neexistuje rozumný způsob, jak definovat využití současně. Ze stejných důvodů jsou zachovány funkční typy (či dokonce podtypy jako CO/OA a CO/OG). Proto je výše navrženo ponechání původního rozdělení ploch Z na funkční typy a také ponechání původního podmíněně přípustného využití, které (na rozdíl od navržené změny) umožňuje využívání ploch zeleně pro doplňující rekreační a sportovní účely.

Zadruhé, místo občanské vybavenosti pro rekreaci a sport doplňuje Aktualizace ÚPmB do ploch Z a L podmíněně přípustné využití pro obchod a služby (CO) a to bez jakéhokoliv účinné regulace. Také definice doplňku z výkladu pojmů je nepoužitelná (odkazuje se pouze na plochy stavební). Možnost umisťovat prodejny a supermarkety v plochách nestavebních je nepřípustné a v rozporu se stavebním zákonem.

Zatřetí, v obou případech je také účelem ploch chránit vzrostlou zeleň, a proto musí být střet případných doplňkových staveb se vzrostlou zelení zcela vyloučen a nikoli jen minimalizován. Termín minimalizován lze vykládat zcela různě.

Omezení doplňků do ploch Z a L považuji za racionální. V případě záměru města umožnit výstavbu rozsáhlejší občanské vybavenosti v okolí ploch Z a L je nutné hledat v současných plochách stavebních plochy, které bude možné označit za plochy návrhové s příslušným využitím.

Námítka 2

Návrh Aktualizace ÚPmB obsahuje rušení malých (ale významných) ploch zeleně (většinou ZO) v blízkosti komunikací. Jedná se například o plochy ZO okolo Červeného kostela, na Žerotínově náměstí nebo alej na tř. Kpt. Jaroše.

Proto navrhuji, aby plochy ZO okolo Červeného kostela, na Žerotínově náměstí, alej na tř. Kpt. Jaroše a další podobné plochy byly zachovány a nebyly slučovány s plochami dopravy či jinými stavebními plochami.

Odůvodnění námítky 2

Plochy zeleně v historickém centru a v dalších intenzivně zastavěných oblastech města – alej na třídě Kpt. Jaroše, plochy s platany kolem Červeného kostela, zeleň na Žerotínově náměstí, květinové záhony před Mahenovým divadlem, zeleň na Vaňkově náměstí či podél ulic Barvičova a Lerchova a další – hrají významnou roli pro obyvatelstvo a dotváří urbanistický ráz města. Jediný způsob, jak jejich zachování zajistit, je ponechat je v plochách zeleně (ZO, případně Z). Velikost těchto ploch nehraje roli neboť plní důležitou funkci a není možné je scelovat s plochami, které plní také důležitou funkci, ale zcela jinou (například doprava, parkování atp.).

Stavební zákon nepřikazuje scelovat malé plochy zeleně s jinými plochami. Pouze prováděcí vyhláška 501/2006 Sb. říká, že v územních plánech se „zpravidla“ a „s přihlédnutím k účelu“ vymezují plochy od 2 000 metrů čtverečních¹. V tomto případě je na místě jistě přihlédnout k účelu

¹ § 3, odst. 1., vyhlášky č. 501/2006 Sb.:

(1) K naplňování cílů a úkolů územního plánování (§ 18 a 19 stavebního zákona) a s ohledem na rozdílné nároky na

(vysokému významu ploch zeleně v centru a veřejnému zájmu na jejich zachování a ochraně) a plochy zachovat jako funkci Z (resp. ZO či jiný funkční typ). Navíc v některých případech - zelené plochy kolem Červeného kostela, na Vaňkově náměstí nebo třídě Kpt. Jaroše – mají dle seznamu nejvýznamnější zeleně² více než 2 000 m², takže zde již zcelování s plochami dopravy nedává vůbec žádný smysl.

Námítka 3

Návrh Aktualizace ÚPmB obsahuje doplnění možnosti umístování parkovacích stání na terénu ve vnitroblocích v plochách bydlení (B) a v plochách smíšených obytných (S).

Podmínky pro umístování parkovacích stání na terénu jsou formulovány vágně a lze je ve stavební praxi splnit i při úplném vytlačení možnosti reálného využití pro rekreaci a při zachování několika vzrostlých stromů.

Proto navrhuji, aby celá doplněná část odstavce začínající „a umístění parkovacích stání na terénu ...“ byla z Aktualizace ÚPmB vyškrtuta a slovo „pouze“ navržené k vypuštění bylo v textu zachováno.

Odůvodnění námítky 3

Doplnění možnosti umístování parkovacích stání na terénu by znamenalo omezení rekreační funkce vnitrobloků. I v případě ponechání 50 % nebo dokonce 70 % konkrétního vnitrobloku pro rekreaci ovlivní umístění parkovacích stání životní prostředí natolik, že je kvalitní rekreace znemožněna. V případě povrchu vnitrobloků je nutné si vybrat, na co má sloužit. Koncepce ÚPmB říká, že pro rekreaci (zeleň a hřiště), a že parkování je možné pod zemí. Tuto koncepci Aktualizace ÚPmB nemůže měnit.

Námítka 4

Návrh Aktualizace ÚPmB obsahuje začlenění funkce obchodu a služeb (zejména CO) do většiny ploch stavebních. A oproti současné podobě ÚPmB výrazně zvyšuje celkovou rozlohu prodejních ploch. Přípustnost nebo podmíněná přípustnost obchodu a služeb v plochách určených pro jiné využití není – vzhledem k vágní formulaci regulačních podmínek – dostatečnou pojistkou pro dodržení regulativů a využití ploch v mezích těchto regulativů. Regulace musí být určena jasně a pokud možno kvantitativně. V tomto případě je kvantitativní specifikace možná a pro naplnění koncepce ÚPmB i nezbytná.

Proto navrhuji, aby:

a) Nebyla zvyšována (ani jako podmíněně přípustná) rozloha prodejních ploch v jednotlivých funkcích a funkčních typech, ani v celkovém součtu na území města Brna.

b) Byla omezena maximální přípustná prodejní plocha pro maloobchodní i velkoobchodní prodej v plochách B, S, CO, CV, CS, P, R, OH, D na 400 m² a maximální počet parkovacích stání v uvedených plochách pro účely prodejen na 20.

c) Byla omezena maximální přípustná prodejní plocha pro maloobchodní i velkoobchodní prodej v plochách CX na 2 500 m² a maximální počet parkovacích stání v ploše CX pro účely prodejen na 125 (s omezením na maximálně 20 % parkovacích stání na povrchu, zbytek parkovacích stání musí být umístěn v půdorysu budov) a omezením zástavby základní plochy na maximálně 70 % se

prostředí se území člení územním plánem na plochy, které se s přihlédnutím k účelu a podrobnosti popisu a zobrazování v územním plánu vymezují zpravidla o rozloze větší než 2 000 m².

2 Seznam nejvýznamnější zeleně města Brna: <http://www2.brno.cz/main/dokumenty/vyhlasky/prilohy/155715571507-OZP-P.rtf>

současným využitím 30 % plochy výlučně k umístění zeleně.

Odůvodnění námítky 4

Rozvolnění regulace maloobchodu je změnou koncepce ÚPmB, který nesmí být Aktualizací ÚPmB dotčena.

Na úrovni České republiky i města Brna byly dokumentovány negativní vlivy expanze velkoplošného maloobchodu na životní prostředí.

Dvě třetiny nakupujících v brněnských hypermarketech využívají k nákupu osobní automobil³. Za posledních 10 let zaniklo 850 menších obchodů⁴.

Auta s návštěvníky a návštěvnicemi nákupních center Avion Shopping Park a Olympia představují 40 % osobní automobilové dopravy na úseku dálnice D2 mezi těmito dvěma centry⁵. Zatížená dálnice však byla státem postavena jako spojení Brna a Bratislavy.

A nejde jen o dopravu. Z 6 velkých nákupních center na území brněnské aglomerace byly 3 (včetně dvou největších) postaveny na zelené louce (ve volné krajině, často na zemědělské půdě). Další dvě zabraly volné plochy uvnitř města využitelné pro zeleň a rekreaci.

Co způsobuje expanze maloobchodu bez pravidel v České republice

Velkoplošné prodejny v České republice zabraly jen mezi léty 2003 a 2009 kolem 570 hektarů ploch – z toho 360 hektarů volných nezastavěných ploch (230 hektarů zemědělské půdy, 70 hektarů městské zeleně a 60 hektarů dalších nezastavěných ploch).

Pouze 35 % nákupních center a jiných velkých obchodů v České republice je umístěováno do ploch aktuálně využívaných pro služby a výrobu. Zbytek mění dosavadní využití území – většinou z volné plochy na zástavbu.

V letech 2003–2009 bylo v ČR postaveno 378 parkovišť na povrchu, 23 v podzemí a 10 v budovách. V rámci těchto parkovišť vzniklo více než 80 000 nových parkovacích míst pro účely návštěvy velkoobchodu.

Kácení stromů probíhá ve dvou třetinách případů výstavby nákupních center. Jen od roku 2003 bylo téměř 60 velkých prodejen umístěno do záplavového území. Stavby v takových případech mohou při povodních zabraňovat rozliti vody a přispívat ke stoupání hladiny.

Zdroj: *Informační systém EIA⁶ a Environmentální dopady prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice 2003-2009⁷.*

Současná situace maloobchodní sítě v Brně se vyznačuje dostačující vybaveností prodejními plochami na úrovni celého města (1,74 m² na obyvatele⁸), ale zároveň nedostatkem prodejních

3 Průzkum maloobchodní sítě na území města Brna za rok 2009: <http://www.brno.cz/sprava-mesta/magistrat-mesta-brna/usek-rozvoje-mesta/odbor-uzemniho-planovani-a-rozvoje/dokumenty/upp/pruzkum-maloobchodni-site-na-uzemi-mesta-brna/pruzkum-maloobchodu/>

4 Průzkum maloobchodní sítě na území města Brna za rok 2013: http://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/OUPR/Maloobchodni_sit/Maloobchod_2013/maloobchod2013_zprava.pdf

5 Oznámení a Dokumentace k hodnocení vlivu záměrů v předmětné lokalitě na životní prostředí (např. rozšíření Olympie – 4. a 5. etapa, Rozšíření IKEA atd.) – k dohledání zde: <http://tomcat.cenia.cz/eia/view.jsp>

6 Informační systém EIA: <http://tomcat.cenia.cz/eia/view.jsp>

7 Environmentální dopady prostorové expanze velkoplošného maloobchodu v České republice 2003–2009: <http://www.hyper.cz/new/index.php/info-materialy/39-vyzkumy-a-analyzy/185-vyzkum2003-2009>

8 Průzkum maloobchodní sítě na území města Brna za rok 2013: http://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/OUPR/Maloobchodni_sit/Maloobchod_2013/maloobchod2013_zprava.pdf

ploch ve většině městských částí a obrovským přebytkem ve dvou městských částech (Brno-jih, Brno-Ivanovice). Výsledkem je velká vzdálenost zákazníků od obchodu a velká dopravní zátěž z cest za nakupováním.

Tato situace není řešitelná výstavbou dalších nákupních center (či hypermarketů, supermarketů a diskontů) s širokou spádovostí. Páteří revitalizace obchodní sítě v Brně musí být malé a střední obchody do 400 m² prodejní plochy (tedy včetně samoobsluh a malých supermarketů nazývaných superety). Takový model obchodní sítě funguje například ve Vídni, která (jakožto výrazně větší město než Brno) má méně velkých nákupních center, ale daleko hustší síť malých a středních obchodů (přímo v ulicích, často ve starých domech). Lidé mají možnost nakupovat pohodlně v blízkosti svého bydliště a nemusí používat auto, pokud nechtějí. Tuto výhodu proti Brňanům a Brňankám mají díky pravidlům pro výstavbu obchodů založeným na limitech pro prodejní plochy.

Předložený návrh Aktualizace ÚPmB však v oblasti maloobchodu neodstraňuje nedostatky platného ÚPmB. To je zarážející, neboť samotný pořizovatel OÚPR MMB tvrdí, že současný ÚPmB mimo jiné nepředvídal expanzi velkoplošného maloobchodu, a nebyl na ni tedy připraven. Aktualizace ÚPmB umožňuje výstavbu velkoplošných maloobchodních zařízení v téměř všech plochách stavebních a možnosti výstavby oproti současnosti ještě rozšiřuje (například v plochách výroby a skladování, dopravy a rekreace) a dokonce umožňuje výstavbu velkoplošných obchodů i v plochách nestavebních. Je zřejmé, že všechny stavební plochy mají být doplněny maloobchodem (právě tím doplňkovým formátem do 400 m² prodejní plochy), ale je nevhodné umožňovat výstavbu velkoplošného maloobchodu – mohlo by to vést ke ztrátě těchto ploch využitím pouze pro velkoplošné obchody.

Na základě uvedeného tedy doporučuji ve všech plochách kromě CX výslovně stanovit limit 400 m² (a adekvátně tomu i limit 20 parkovacích stání pro účely prodejny). Limit parkovacích stání samozřejmě omezuje pouze stání pro účely prodejny, pro jiné využití ve stejné ploše je samozřejmě nutné budovat další parkovací místa.

Plochy CX (a tedy i výstavba velkoplošných zařízení) však mohou mít v Brně stále význam – i když (vzhledem k popsané situaci maloobchodní sítě a dopravní situaci) pouze omezený. Proto je také potřeba (jak je uvedeno v připomínce) omezit i zde velikost prodejní plochy a adekvátně k tomu parkovací stání. Plochy CX mohou v současné situaci plnit úkol zajištění prodejních ploch v místech s vysokou koncentrací obyvatel a nedostatkem prodejních ploch. Tomu nejlépe odpovídá právě formát malého (400 – 1500 m²) nebo velkého (1500 – 2500 m²) supermarketu a adekvátně opět maximálně 125 parkovacích stání.

Podrobnější rozbor navržené změny regulativů pro maloobchod naleznete ve studii NESEHNUTÍ „[Návrh pravidel pro rozvoj maloobchodu na území města Brna](#)“⁹, která prošla oponenturou urbanisty a právníka.

Velkoplošné obchody mají ještě jednu nevýhodu – kromě oddalování nákupních kapacit a zvyšování dopravní zátěže – pokud jsou špatně umístěny. Vznikají jako areály narušující urbanistický ráz měst (přízemní budovy, rozlehlá parkoviště). Nový územní plán by tedy měl v plochách CX stanovit přísnější podmínky: v připomínce uvedené zvýšení podílu zeleně z aktuálně konceptem navrhovaných 10 % na 30 % a zároveň omezení možnosti výstavby rozlehlých parkovišť pouze na 20 % kapacity (tedy maximálně 25 parkovacích míst) a povinnosti umístit ostatní do půdorysu budov (na střechu, do podzemí, do budovy). Taková nákupní centra již v Brně jsou (oba bývalé Carrefoury, nyní Teska) a redukce počtu parkovacích míst se na výsledném začlenění do zástavby podepsala pozitivně.

[od_2013/maloobchod2013_zprava.pdf](#)

9 Návrh pravidel pro rozvoj maloobchodu na území města Brna (revidován dle oponentní studie), NESEHNUTÍ 2011: http://brno.hyper.cz/navrh_pravidel_upmb_final.pdf

Námítka 5

Návrh Aktualizace ÚPmB obsahuje návrhy na konkrétní umístění ploch CX, CO a CV a dalších ploch obsahujících velkoplošná maloobchodní zařízení. V dále některých případech (*a až d*, jak je vyjmenovávám vzápětí) se jedná o nevhodné využití z hlediska životního prostředí a udržitelného rozvoje.

Proto navrhuji, aby v Aktualizaci ÚPmB:

a) Byla navrhovaná plocha CV v Brně-Ivanovicích mezi ulicemi Černožorská a Hradecká změněna na plochu SR, která regulativy odpovídá současnému označení plochy jako SV a PV a je tedy v souladu s usnesením Rady města Brna, že změna Z 153 nebude v rámci Aktualizace ÚPmB dále pořizována (RM6/09278).

b) Byla navrhovaná plocha CX/OA v Brně-Ivanovicích mezi ulicemi Řečkovická, Černožorská a Hradecká změněna na plochu CO, která regulativy odpovídá platnému územnímu rozhodnutí č. 127 potvrzenému rozhodnutím OÚSR 0636072/1-140, zároveň současnému označení SV a zároveň je v souladu s usnesením Rady města Brna, že změna Z 153 nebude v rámci Aktualizace ÚPmB dále pořizována.

c) Byla odstraněna plocha CX/OA při výjezdu z Brna ve Slatině u přetížené dálnice D1 směrem na Vyškov a nahrazena plochou pro jinou funkci.

d) Byla provedena navržená změna plochy SO v lokalitě mezi ulicemi Jedovnická a Pod Hády na plochy K a CS.

e) Byl doplněn seznam a odůvodnění potřebnosti ke všem ostatním plochám CX/OA a CX/AG, které se na území města mají nacházet.

Odůvodnění námítky 5

Změna Z 153 nemá být dle usnesení Rady města Brna konané dne 30. 10. 2013 (RM6/09278)¹⁰ v rámci Aktualizace ÚPmB dále pořizována. Změna ploch SV a PV v městské části Brno-Ivanovice na plochy CX/OA a CV je tedy v rozporu s tímto usnesením.

Plochy CX/OA a CV v Brně-Ivanovicích jsou navrhovány do lokality, kde je již nyní nadměrná (10× vyšší než celoměstský průměr) koncentrace prodejních ploch a zároveň za situace, kdy je rozložení prodejních ploch v Brně silně nevyvážené. Dopadem nevyváženosti (tedy současné koncentrace nákupních center) jsou popsány problémy maloobchodu v Brně (v odůvodnění Námítky 4). Druhá plocha je navržena do MČ Brno-Slatina, kde je také dostatečná saturace prodejními plochami (2,14 m² na obyvatele). Třetí plocha leží v k.ú. Židenice, která mají rovněž dostatečnou saturaci (1,14 m² na obyvatele) a tedy je správné, že Aktualizace ÚPmB mění plochu SO na CS. Další umístění nákupních center do těchto městských částí by nevyváženost rozmístění maloobchodu ještě prohlubovalo.

První plocha je umístěna k přetížené silnici I/43 směrem na Svitavy. Další umístění nákupních center by dopravní situaci ještě více komplikovalo, aniž by mělo pozitivní přínos pro obchodní síť a dostupnost nakupování. Druhá plocha je navázána na hlavní komunikace v jižním sektoru Brna (D1, D2, R52), které již nyní trpí velkou dopravní zátěží z nakupování (u D2 je to již cca 50 % celkové dopravní zátěže na této komunikaci). Třetí plocha je umístěna u zatížené Jedovnické a původní zařazení SO je tedy pro lokalitu nevhodné.

V případě první plochy je nutné hledat řešení, které odpovídá usnesení Rady města Brna. Tedy změnit plochu SV pokrytou územním rozhodnutím č. 127 potvrzeným rozhodnutím OÚSR 0636072/1-140 na plochu SR, která odpovídá územnímu rozhodnutí i regulativům plochy SV.

¹⁰ Bod 26 v zápisu z RMB: http://www2.brno.cz/main/dokumenty/nahled.php?pla=1&cislo=2117&cislo1=&soubor=/main/dokumenty/rmb/20131030-rmbR6_120.htm

A plochu SV a PV bez územního rozhodnutí změnit na plochu SR, která odpovídá regulativům plochy SV.

V případě druhé plochy (Brno-Slatina) je nejvhodnějším řešením ponechání současnému využití, tedy určit v územním plánu jako plochu F. Rozvoj maloobchodu v lokalitě není potřeba (viz výše).

V případě třetí plochy je navržená změna z SV na CS a K vhodná. Prodejní plochy v lokalitě nejsou potřeba. Zato jsou potřeba menší místní obchody v MČ Brno-Vinohrady a Brno-Líšeň, kde je nedostatek prodejní plochy. Odstranění plochy SV v předmětné lokalitě pomůže rozvoji obchodu v sousedních MČ, neboť nebude hrozit odčerpávání motorizovaných zákazníků do případného nákupního centra v předmětné lokalitě.

Aktualizace ÚPmB dále navrhuje umístění dalších ploch CX/OA a CX/OG. Tyto plochy obchodu celoměstského (resp. nadměstského) významu ovšem není možné navrhovat bez celkového zhodnocení jejich potřeby v kontextu celého města (celého ÚPmB). Vzorem v tomto případě může být Koncept nového ÚPmB, který předkládá seznam ploch odpovídajících funkčním typům CX/OA a CX/OG, a je tedy možné je hodnotit na úrovni celého územního plánu. Takové posouzení z hlediska maloobchodní vybavenosti a z hlediska dopadů na životní prostředí a udržitelný rozvoj v předloženém návrhu Aktualizace ÚPmB zcela chybí.

Námítka 6

Regulace umístování reklamních zařízení (v odstavci Všeobecná nepřipustnost využití ploch) by se měla vztahovat stejně jako doposud na všechna reklamní zařízení a stavby pro reklamu, tedy nikoli jen na velkoplošná reklamní zařízení.

Proto navrhuji, aby v Aktualizaci ÚPmB:

a) bylo doplněno, že jejich umístění je nepřipustné v pásmu 50 m od okraje vozovky dálnic, rychlostních komunikací a silnic I. třídy a v pásmu 15 m od okraje vozovky silnic II. a III. třídy a místních komunikací,

b) v ostatních plochách bylo doplněno, že jejich umístění je nepřipustné do vzdálenosti 200 m od staveb bydlení.

Odůvodnění námítky 6

Je třeba zajistit, aby reklamní zařízení a stavby negativně neovlivňovaly kvalitu městského prostředí, včetně zeleně, především pak podmínky pro klidné bydlení (např. prostřednictvím nočního osvětlování nebo omezování výhledu) a bezpečnost provozu na pozemních komunikacích. Zároveň je třeba jasně upravit označení pro reklamní zařízení, aby korespondovalo se stavebním zákonem, který hovoří o „stavbě pro reklamu“ a „reklamním zařízení“.

RNDr. Jan Hollan, Ph.D.