

Návrh pravidel pro rozvoj maloobchodu na území města Brna

revidován dle oponentní studie

leden 2011

Návrh pravidel pro rozvoj maloobchodu na území města Brna

revidován dle oponentní studie

vydalo:

NEzávislé Sociálně Ekologické HNUTÍ - NESEHNUTÍ

tř. Kpt. Jaroše 18

602 00 Brno - Černá Pole

tel./fax: 543 245 342

e-mail: brno@nesehnuti.cz

<http://www.nesehnuti.cz>

Autor: Jiří Koželouh (NESEHNUTÍ)

Oponenti: Jiří Löw (Löw & spol. s.r.o.), Petr Bouda a Radek Motzke (AK Šíkola a partneři a s.r.o.)

Brno, říjen 2011.

1 Jak vypadá maloobchod v Brně?

Nakupování je běžnou činností každého z nás. Prodejny potravin a spotřebního zboží jsou základní součástí vybavenosti města - stejně jako školy, nemocnice či hasičské stanice. Bez nich bychom nemohli ve městech žít komfortně, ať již je pro nás město místem bydliště, práce nebo studia. Moderní město by lidem mělo poskytovat kvalitní služby, včetně prodejen různé velikosti a rozmanitého zaměření, a to ve všech městských částech.

V současné době trpí nedostatkem obchodů již 16 z celkových 29 městských částí našeho města. Ořešín, Útěchov, Nový Lískovec či Kohoutovice nemají ani polovinu běžného standardu prodejních ploch (1 m² ploch, na nichž se prodává zboží, na každého obyvatele) v České republice a méně než šestinu průměrného standardu v Brně (1,78 m² na obyvatele).

Celá třetina prodejní plochy v Brně je koncentrována v 5 velkých nákupních centrech a dalších 12 samostatných hypermarketech či hobby marketech. Možnost vybrat si prodejnu podle svého vkusu je omezená až nemožná.

Třetina lidí musí chodit do obchodu více než půl kilometru. Svoji „prodejnu na rohu“ (vzdálenou méně než 200 metrů od domu) má už pouze 19 % obyvatel a obyvatelek Brna.

Nejvíce ubývá obchodů v samotném historickém centru Brna. Zůstávají po nich prázdné výlohy na hlavních městských třídách či jejich místo zaplňují výprodeje a obchody s nápisy „bankrot“ či „vše za ...“. Nahrazují je nové prodejní plochy, zejména v okrajových částech města i zcela mimo něj: ve velkých nákupních centrech, hypermarketech či diskontních prodejnách.

1.1 Proč to máme do obchodu daleko

Hlavním důvodem pro odliv obchodů z naší blízkosti do okrajových částí města (a často dokonce zcela mimo město) je expanze velkých prodejen nákupních řetězců. Hypermarkety, diskonty či celá nákupní centra vyrůstají v Brně již od 90. let minulého století. Pravidelné průzkumy brněnského obchodu ukázaly, že spolu s rostoucím počtem velkých prodejen dochází ke stále zřetelnější koncentraci nakupování do snižujícího se počtu míst. To je pak příčinou toho, že do obchodu to máme všichni daleko. Ten, kdo nebydlí blízko hypermarketu, pak má často jedinou možnost - nasednout do auta a jet nakoupit na několik dní dopředu. To nezůstává bez následků:

Dvě třetiny nakupujících v brněnských hypermarketech využívají k nákupu osobní automobil.

Autá s návštěvníky a návštěvnicemi nákupních center Avion Shopping Park a Olympia představují 40 % osobní automobilové dopravy na úseku dálnice D2 mezi těmito dvěma centry. 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.

Česká zkušenost: Co způsobuje expanze bez pravidel

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 umístováno 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 velkoprodejen.

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 rozlití vody a přispívat ke stoupání hladiny.

Zdroj: Informační systém EIA (www.cenia.cz).

1.2 Proč je nákupních center tolik?

Současný Územní plán města Brna (hlavní dokument určující využívání ploch ve městě a skladbu funkcí, které území Brna má) obsahuje příliš volná pravidla pro maloobchod (prodejny všech velikostí - od malých krámků po rozlehlé hypermarkety - jejichž společným znakem je nabídka zboží pro koncové zákazníky a zákaznice). Diskontní prodejnu či menší hypermarket lze (podle současného územního plánu) postavit téměř všude, kde je pro ně dost místa. Územní plán navíc nabízí pro obchody řadu volných nezastavěných ploch na okraji města u hlavních silnic a dálnic. Nejen umístění prodejen, ale ani jejich vzhled není dostatečně regulován. Stavitelé nemusí respektovat vzhled okolí a mohou všude stavět stále stejné kopie prodejen - nevzhledné krabice obklopené parkovacími plochami.

Nedostatečná pravidla způsobují, že umístování prodejen závisí téměř výhradně na libovůli investorů a samospráva se musí s jejich polohou smířit, obyvatelé přizpůsobit. Zákazníci a zákaznice jsou nuceni jít za obchodem, i když by tomu mělo být naopak.

Chtějí lidé nákupní centra a hypermarkety?

Většina Brňanů a Brňanek už další nákupní centrum či jinou velkou prodejnu nechce - a to bez ohledu na to, jestli poblíž některé z nich žijí, či ne. 41 % obyvatel města Brna chybí pouze menší specializovaná prodejna, menší samoobsluha či večerka, 27 % obyvatel zkoumaných brněnských městských částí nechybí žádný další obchod.

Nové velkoprodejny si ve svém blízkém okolí nepřeje 81,4 % obyvatel a obyvatelek České republiky.

Zdroj: Spotřební chování obyvatelstva v Brně. Výzkumné centrum regionálního rozvoje Masarykovy univerzity v Brně, říjen 2004 a průzkum agentury Respond & Co, duben-květen 2007.

1.3 Řešení: šance pro pestrou paletu obchodů ve městě

Pro fungující a užitečný rozvoj sítě prodejen chybí v územním plánu systém regulace, který by zajistil přiblížování obchodů zákazníkům a zákaznicím, uchování nezastavěných ploch a současně využití chátrajících průmyslových areálů. Systém regulace by také chránil přírodní a kulturní hodnoty území před necitlivou zástavbou a dopravní systém města před dalším zatěžováním individuální automobilovou dopravou.

NESEHNUTÍ navrhuje přijetí závazných a férových pravidel pro rozvoj sítě prodejen všeho druhu v Brně. Pravidla, která omezí expanzi nákupních center, hobby marketů, hypermarketů či diskontů, umožní harmonický rozvoj obchodu a vznik či obnovu většího počtu menších obchodů, zejména v městském centru a centrech městských částí. Své místo budou mít existující velké obchody i široká paleta současných a nových malých obchodů, které doplní nedostatečnou síť a přiblíží obchod zákazníkům a zákaznicím.

1.4. Územní plán Brna - aktuálně

Tento návrh pravidel vzniká v době, kdy se pracuje na konceptu územního plánu . Stávající územní plán bude třeba ještě aktualizovat a měnit, dokud nevstoupí v platnost ten nový. Návrh pravidel bere jako jeden ze vstupních podkladů stávající územní plán, ale reflektuje aktuálně zveřejněný koncept územního plánu budoucího, který byl veřejnosti představen v polovině listopadu 2010 (zejména v návrhové části).

2 Definice typů maloobchodu

Dle odborné literatury¹ dělíme maloobchod následujícím způsobem (obchody s prodejní plochou větší než 400 m² považujeme za velkoplošné).

Maloplošné:

- specializované prodejny
- smíšené prodejny
- superety (200-400 m² prodejní plochy, smíšené zboží)

Velkoplošné:

- supermarkety (malé 400 - 1 000 m²; velké 1 000 - 2 500 m²; smíšené zboží a převažují potraviny)
- hypermarkety (malé 2 500 - 5 000 m²; velké nad 5 000 m²; převažuje nepotravinářské zboží)
- specializované velkoprodejny (od 600 do několika tisíc m²; zvláště byly vyčleněny hobby markety a zvláště zbytek jako elektro, nábytek apod.)
- diskontní prodejny (jednoduché a levné, rychloobrátkové zboží apod.)
- specializované velkoprodejny (od 600 do několika tisíc m², elektro, hobby markety, zahrádkaření, nábytek apod.)
- plnosortimentní obchodní domy (5 000 - 15 či 20 000 m² prodejní plochy, doplňkové služby, více zaměstnanců a služeb než v hypermarketu, městská centra, vícepatrové apod.)
- specializované obchodní domy (od 1 500 m², specializovaný sortiment)
- nákupní centra (seskupení menších prodejních jednotek pod jednou střechou, je řízeno jako celek, spadají sem velká i menší nákupní centra, retail parky)

¹ Cimler, P. (1997): Retail Management. Lokalizace a provoz maloobchodu. VŠE. Praha, 112 str.
Szczyrba, Z (2006): Geografie obchodu - se zaměřením na současné trendy v maloobchodě. Učební text, 1. vyd., Univerzita Palackého v Olomouci, Olomouc, 92 str. ISBN 80-244-1453-8.

3 Definice pojmu prodejní plocha

Současná Obecně závazná vyhláška statutárního města Brna č. 2/2004, o závazných částech Územního plánu města Brna v aktuálním znění (dále jen „Vyhláška“) neobsahuje v části „Výklad pojmů“ definici prodejní plochy. Přesto s tímto pojmem operuje v regulativech (podmínek pro využití ploch) u řady funkčních typů v příloze 1. Tento nedostatek v praxi způsobuje porušování regulativů (podmínek pro využití ploch) investory, neboť ti označují části prodejních ploch jako plochy jiné. Stavební úřady nemají dostatečnou argumentační oporu vynucovat ve svých rozhodnutích a v praxi kontrolovat dodržování závazných částí územního plánu. Proto navrhuje jednoduchou úpravu Vyhlášky - včlenění (v odborné literatuře i dokumentech Evropského společenství podložené) definice prodejní plochy.

Pro tento účel lze využít Metodický pokyn k ÚPn SÚ hl. m. Prahy z roku 2000, který vychází z definice dle odborné literatury:

Hrubá podlažní plocha maloobchodního zařízení, kde při prodeji zboží dochází ke kontaktu se zákazníkem (nikoli tedy sklady, komunikace, související administrativní plochy ani nezbytná příslušenství).²

Tato definice je ve shodě s definicí dle Nařízení Komise (ES) č. 2700/98 ze dne 17.12.1998 o definici ukazatelů pro strukturální statistiku podnikání:

Prodejní plochou se rozumí odhadnutá podlahová plocha části provozovny, která je určena pro prodej a vystavení zboží, tj.: celková plocha, kam zákazníci mají přístup včetně zkušebních místností, plocha zabraná prodejními pulty a výklady, plocha ze prodejními pulty, kterou používají prodáváci. Do prodejních ploch se nezahrnují kanceláře, sklady a přípravy, dílny, schodiště, šatny a jiné prostory společnosti.

Definice pro účely Vyhlášky může být následující:

Prodejní plocha - hrubá podlažní plocha obchodní provozovny a zastřešená či nezastřešená venkovní plocha, kde dochází ke kontaktu zboží a zákazníka (nikoli tedy administrativní či technické plochy, komunikace, schodiště, šatny a jiné prostory, kde nedochází k prodeji a kontaktu zákazníka se zbožím), sklady, skladové plochy či venkovní zpevněné i nezpevněné plochy jsou prodejní plochou pokud na nich dochází ke kontaktu zákazníka se zbožím..

² Oberstein, I., Cach, J.: Názvosloví urbanismu a územního plánování. Praha: FA ČVUT, 2001. Materiál z výzkumného úkolu MSM 210000026 „Proměny urbanismu“.

4 Současné regulativy (podmínky pro využití ploch) pro výstavbu obchodů v Územním plánu města Brna

Možnost výstavby obchodu respektive využití plochy a budov na ni stojících pro obchod obsahuje celá řada funkcí a jejich funkčních typů v rámci ploch stavebních ve Vyhlášce. A to buď jako přípustné záměry nebo jako záměry podmíněné přípustné (přípustnost posoudí stavební úřad na základě splnění podmínek přípustnosti). Jedná se (postupně) o:

BP - plochy předměstského bydlení

Přípustné jsou:

- ...
- *obchody a nerušící provozovny služeb sloužící potřebám obyvatel předměstského území (i jako mono funkční),*
- ...

Tato úprava umožňuje výstavbu teoreticky jakkoliv velkých obchodů neboť posouzení splnění podmínky „nerušící provozovny“ je značně subjektivní a těžko vymahatelné a splnění podmínky „sloužící potřebám obyvatel předměstského území“ je automatické neboť provozovna jistě bude sloužit okolnímu obyvatelstvu, zároveň však třeba i celému městu nebo okolním obcím (to však regulativ nezakazuje).

Rozsah zástavby a podlažní plocha objektů (která má přímý vliv na prodejní plochu) je v tomto funkčním typu většinou regulována pomocí indexu podlažní plochy (často 0,1), který neumožňuje souvislou zástavbu plochy (ale jen jedné cca její desetiny jednopodlažním objektem). Nicméně v případě návrhové plochy BP (0,1) o rozloze 40 000 m² je možné umístit obchod s podlažní plochou 4 000 m². To je například malý hypermarket s prodejní plochou 2 500 m² a 1 500 m² skladových a administrativních ploch.

BC - plochy čistého bydlení

Přípustné jsou:

- ...
- *stavby pro bydlení (včetně domů s pečovatelskou službou) a jako jejich součást (pokud 80 % hrubé podlažní plochy objektu bude sloužit bydlení) také*
 - *obchody a nerušící provozovny služeb sloužící denním potřebám obyvatel předměstského území,*
- ...

Podmíněně mohou být přípustné i jako mono funkční objekty (za podmínky, že se svým objemem nevymykají charakteru budov v lokalitě):

- ...
- *nerušící provozovny obchodu, veřejného stravování a služeb, sloužící denní potřebě obyvatel předměstského území (ve smyslu výkladu pojmů uvedeného na začátku textu Regulativy pro uspořádání území),*
- ...

Tato úprava umožňuje výstavbu i velkých obchodů jako součástí polyfunkčních domů (přízemí v pětipodlažním objektu tvoří jen 20 % hrubé podlažní plochy). Posouzení splnění podmínky „nerušící provozovny“ je značně subjektivní a těžko vymahatelné a splnění podmínky „sloužící denním potřebám obyvatel předměstského území“ je

automatické neboť provozovna jistě bude sloužit okolnímu obyvatelstvu, zároveň však třeba i celému městu nebo okolním obcím (to však regulativ nezakazuje). Podmíněně přípustné obchody jsou omezeny stavebním objemem, což však v lokalitě s několikapatrovými velkými obytnými domy může znamenat možnost výstavby velké přízemní budovy. Výstavba areálu s několika menšími budovami je ještě jednodušší.

Rozsah zástavby a podlažní plocha objektů (která má přímý vliv na prodejní plochu) je v tomto funkčním typu většinou regulována pomocí indexu podlažní plochy (často však vyššího než u plochy BP neboť se jedná o plochy městského bydlení), který neumožňuje souvislou zástavbu plochy. Nicméně v případě návrhové plochy BC (0,3) o rozloze 15 000 m² je možné umístit obchod s podlažní plochou 4 500 m². To je například retail park s 5 prodejními jednotkami s 600 m² prodejní plochy a 300 m² skladů a kanceláří v každé zařízení.

BO - plochy všeobecného bydlení

Přípustné jsou:

...

- *stavby pro bydlení (včetně domů s pečovatelskou službou) a jako jejich součást (pokud 60 % hrubé podlažní plochy objektu bude sloužit bydlení) také*
 - *obchody, provozovny veřejného stravování a nerušící provozovny služeb, které slouží pro potřebu obyvatel přilehlého území,*

...

Podmíněně mohou být přípustné i jako mono funkční objekty (za podmínky, že se svým objemem nevymykají charakteru budov v lokalitě):

...

- *obchody do velikosti 1 000 m² prodejní plochy za podmínky, že bude na povrchu umístěno max. 50 % normou požadovaných parkovacích míst a jejich provoz (zásobování, frekvence využívání obchodů) nenaruší obytnou pohodu v lokalitě, provozovny veřejného stravování za podmínky, že jejich provoz (zásobování, doba, provozu, frekvence využívání zařízení) nenaruší obytnou pohodu v lokalitě,*
- *nerušící provozovny služeb a nerušící provozovny s pracovními příležitostmi (ve smyslu výkladu pojmů uvedeného na začátku textu Regulativy pro uspořádání území),*

...

Tato úprava umožňuje výstavbu i velkých obchodů jako součástí polyfunkčních domů (přízemí ve třípodlažním objektu tvoří jen 33 % hrubé podlažní plochy). Posouzení splnění podmínky „nerušící provozovny“ je značně subjektivní a těžko vymahatelné a splnění podmínky „slouží pro potřebu obyvatel přilehlého území“ je automatické neboť provozovna jistě bude sloužit okolnímu obyvatelstvu, zároveň však třeba i celému městu nebo okolním obcím (to však regulativ nezakazuje).

Podmíněně přípustné obchody jsou omezeny stavebním objemem a lze je realizovat jako nerušící provozovny služeb, což však v lokalitě s několikapatrovými velkými obytnými domy může znamenat možnost výstavby velké přízemní budovy. Výstavba areálu s několika menšími budovami je ještě jednodušší. Rozsah zástavby a podlažní plocha objektů je (stejně jako u typu BP a BC) regulována i indexem podlaží plochy, který ovšem (stejně jako u typů BP a BC) nemusí znamenat vyloučení velkého obchodu (hypermarket, nákupní centrum).

Podmíněně přípustný je i obchod do velikosti 1 000 m² prodejní plochy (navíc s požadavkem na polovinu parkovacích kapacit mimo povrchová stání). Tento regulativ je

o teoreticky mnoho účinnější než všechny předchozí neboť jasně omezuje prodejní plochu (za předpokladu její jasné definice ve vyhlášce). V praxi je tento regulativ pravděpodobně neúčinný neboť investor se může odvolat na výše uvedený regulativ stejné úrovně a postupoval podle ně. Stavební úřady se pak dostanou do nemilé situace, kdy mohou čelit žalobě v případě nepovolení záměru.

SO - smíšené plochy obchodu a služeb

(slouží převážně k umístění obchodních a servisních provozoven a administrativy, které podstatně neruší bydlení)

Přípustné jsou:

...

- *maloobchodní provozovny do velikosti 1 500 m² prodejní plochy,*
- *maloobchodní provozovny do velikosti 3 000 m² prodejní plochy za předpokladu situování ve vícepodlažním objektu odpovídajícím charakteru území a zajištění parkování v objektu,*

...

- *zábavní zařízení.*

...

Podmíněně mohou být přípustné:

...

- *maloobchodní provozovny do 10 000 m² prodejní plochy za podmínky prověření v navazující ÚPD,*
- *maloobchodní provozovny do 3 000 m² prodejní plochy nesplňující výše uvedené podmínky pro přípustné stavby za podmínky prověření v navazující ÚPD.*

Tento funkční typ umožňuje výstavbu širokého spektra nákupních zařízení. Do 1 500 m² prodejní plochy nejsou stanoveny žádné podmínky, do 3 000 m² musí být prodejna v popsaném typu budovy a nad 3 000 m² (do 10 000 m²) je podmínkou prověření regulačním plánem nebo (dle článku 8. Vyhlášky) může být pro účely aplikace regulativů a ustanovení této Vyhlášky navazující územně plánovací dokumentace nahrazena veřejnoprávně projednaným územně plánovacím podkladem. V praxi tedy stačí projednání urbanistické studie zastupitelstvem městské části s možností veřejných připomínek. Prodejna (bez omezení velikosti) by také mohla být součástí zábavního zařízení jehož definice není Vyhláškou stanovována.

SV - smíšené plochy výroby a služeb

(slouží převážně k umístění výrobních provozoven, které podstatně neruší bydlení)

Přípustné jsou:

...

- *provozovny výroby a služeb,*
- *maloobchodní a velkoobchodní provozovny do velikosti 1 500 m² prodejní plochy,*
- *maloobchodní a velkoobchodní provozovny do velikosti 5 000 m² prodejní plochy za předpokladu situování ve vícepodlažním objektu odpovídajícím charakteru území a zajištění parkování v objektu,*

...

Podmíněně mohou být přípustné:

...

- *maloobchodní a velkoobchodní provozovny do 10 000 m² prodejní plochy za podmínky prověření v navazující ÚPD,*
- *maloobchodní a velkoobchodní provozovny do 5 000 m² prodejní plochy nesplňující výše uvedené podmínky pro přípustné stavby za podmínky prověření*

v navazující ÚPD.

Tento funkční typ umožňuje výstavbu širokého spektra nákupních zařízení. Do 1 500 m² prodejní plochy nejsou stanoveny žádné podmínky, do 3 000 m² musí být prodejna v popsaném typu budovy a nad 5 000 m² (do 10 000 m²) je podmínkou prověření regulačním plánem nebo (dle článku 8. Vyhlášky) může být pro účely aplikace regulativů a ustanovení této Vyhlášky navazující územně plánovací dokumentace nahrazena veřejnoprávně projednaným územně plánovacím podkladem. V praxi tedy stačí projednání urbanistické studie zastupitelstvem městské části s možností veřejných připomínek. Lze se dokonce obávat o možnost umístění jakéhokoliv velkoplošného maloobchodu a to dle přípustné kategorie: provozovny výroby a služeb.

SJ - smíšené plochy jádrové

(slouží převážně k umístění obchodních provozoven, zařízení správy, hospodářství a kultury)

Přípustné jsou:

...

- *obchodní, kancelářské a správní budovy,*
- *maloobchodní provozovny do velikosti 1 500 m² prodejní plochy za předpokladu situování ve vícepodlažním objektu charakteru odpovídajícím dané historické struktuře okolní zástavby a zajištění parkování v objektu,*

...

Podmíněně mohou být přípustné na základě prověření v navazující ÚPD:

- *maloobchodní provozovny do 5 000 m² prodejní plochy.*

Tento funkční typ umožňuje výstavbu širokého spektra nákupních zařízení. Do 1 500 m² prodejní plochy musí být prodejna v popsaném typu budovy a nad 1 500 m² (do 5 000 m²) je podmínkou prověření regulačním plánem nebo (dle článku 8. Vyhlášky) může být pro účely aplikace regulativů a ustanovení této Vyhlášky navazující územně plánovací dokumentace nahrazena veřejnoprávně projednaným územně plánovacím podkladem. V praxi tedy stačí projednání urbanistické studie zastupitelstvem městské části s možností veřejných připomínek. Lze se dokonce obávat o možnost umístění jakéhokoliv velkoplošného maloobchodu a to dle přípustné kategorie: obchodní, kancelářské a správní budovy.

PV - plochy pro výrobu

(slouží převážně k umístění výrobních provozoven, které neovlivňují negativně okolí svého areálu nad hygienicky stanovenou přípustnou mez)

Přípustné jsou:

- *provozovny výroby a výrobních služeb,*
- *sklady a skladové plochy.*

Podmíněně mohou být přípustné:

- *maloobchodní a velkoobchodní provozovny do velikosti 1 500 m² prodejní plochy, za podmínky, že slouží převážně k prodeji produktů z místních výrobních provozoven či skladů a jsou jejich funkční součástí,*

...

Tento funkční typ neumožňuje neomezenou výstavbu prodejen, ale umožňuje například stavbu jejich skladů a prodejny do 1 500 m² prodejní plochy. V praxi se tedy může jednat o výstavbu supermarketu či diskontní prodejny neboť prodej produktů z místního skladu tyto záměry splňují.

PP - plochy pro průmysl

(slouží výhradně pro umístění výrobních a nevýrobních provozoven, jejichž vlivy se projevují i vně objektu nad hygienicky přípustnou mez, avšak nepřesahují území vymezené hranicí areálu nebo vyhlášeným hygienickým pásmem)

Přípustné jsou:

...

- *sklady a skladové plochy.*

Tento funkční typ neumožňuje neomezenou výstavbu prodejen, ale umožňuje například stavbu jejich skladů.

N - ostatní zvláštní plochy

(jako ostatní zvláštní plochy jsou vymezeny areály celoměstského nebo nad městského významu, které se účelem využití podstatně odlišují od předchozích ustanovení)

Do úvahy přicházejí zejména:

- *plochy pro rozsáhlá nákupní střediska, velkoplošné obchodní podniky a polyfunkční centra s parkovacími plochami na terénu,*
- *plochy pro veletrhy, výstavy a kongresy,*
- *vědeckovýzkumné areály, zvláště ve spojení s vysokými školami,*
- *rozsáhlé areály klinik a nemocnic,*
- *zoologická zahrada.*

Účel využití zvláštních ploch vyjma obchodních je určen popisem ve výkresech. Závazně není v ostatních zvláštních plochách vymezena. Přípustnost jednotlivých staveb. Ta je nebo bude určena navazující územně plánovací dokumentací nebo územně plánovacím podkladem.

Současně s ustanoveními pro přípustnost a podmíněnou přípustnost obchodních provozoven ve stavebních plochách platí závazně, že veškeré limitní hodnoty výměr prodejních ploch jsou vztaženy k příslušné základní ploše a že podmínkami pro umístování obchodních zařízení o velikosti větší než 1 500 m² prodejní plochy jsou:

- *prověření možnosti dopravní obsluhy, potřebných kapacit parkování a vazby na MHD, a to i z hlediska koncepce rozvoje dopravy,*
- *posouzení z hlediska limitních hodnot koeficientu vybavenosti obchodními plochami v přirozené spádové oblasti dle metodiky OÚPR (koeficient vybavenosti je stanoven podílem m² prodejní plochy k počtu obyvatel spádové oblasti); limitní hodnota uvedeného koeficientu je 1,0 m²/obyv.*

U obchodních zařízení o velikosti větší než 3 000 m² zastavěné plochy je navíc nutné posouzení vlivu stavby na životní prostředí (E. I. A.) dle zákona č. 100/2001 Sb., ve znění pozdějších předpisů.

Tento funkční typ je přímo učen pro nákupní centra (i když ta je možné stavět i v jiných funkčních plochách či typech). Prodejní plocha ani jiné parametry zde nejsou limitovány. Nicméně pro prodejny nad 1 500 m² prodejní plochy jsou určeny podmínky posuzování dopravních a obchodních vlivů záměru. Tyto podmínky však nejsou formulovány dost jasně a investory pouze vybízejí k posouzení z uvedených hledisek, nezavazují je však k respektování nějakých limitů. Pro prodejny nad 3 000 m² prodejní plochy je navíc

stanoveno nutné posouzení procesem EIA. U této podmínky je však diskutabilní zda je možné nařídit proces EIA (řídící se zákonem) z pozice Vyhlášky. Ani tento regulativ v praxi nepřináší žádné závazné pravidlo.

Další funkce

- plochy pro veřejnou vybavenost
- plochy pro dopravu
- plochy pro technickou vybavenost

V těchto plochách není využití pro obchod a služby přímo zmíněno a není tedy možné.

Plochy nestavební - volné

Tyto plochy jsou nestavební, je však možné realizovat některé méně rozsáhlé stavby související s funkcí nestavebních ploch (rekreace, občerstvení, sakrální stavby apod.). V těchto plochách není využití pro obchod a služby přímo zmíněno a není tedy možné.

5 Navržená úprava regulativů (podmínek pro využití ploch) pro výstavbu obchodů v Územním plánu města Brna

5.1 Vytvoření jediné funkční plochy pro umístování velkoplošného maloobchodu

Ideou této úpravy je povolení umístění velkoplošné prodejny (prodejní plocha nad 400 m² a zároveň počet parkovacích stání od 20 výše) pouze do jednoho funkčního typu plochy. Toto řešení je (dle oponentní studie) v souladu s právními předpisy a s normou ČSN 736110 (1 parkovací místo na 20 m² plochy). Tím se dostane rozvoj maloobchodu pod kontrolu města, které si bude moci určovat, kde je vhodné zřídit velkoplošnou prodejnu a kde ne. Orgán územního plánování (Odbor územního plánování a rozvoje Magistrátu města Brna) a samospráva (Zastupitelstvo města Brna) to provedou v procesu územního plánování - rozmístěním konkrétních ploch pro velkoplošné prodejny na území Brna. Fungování tohoto konceptu předpokládá vyškrtnutí velkoplošných prodejen ze všech ostatních funkčních ploch a typů v územním plánu. Je třeba zdůraznit, že se touto úpravou nijak neomezí výstavba a zřizování prodejen maloplošných (do 400 m² prodejní plochy a zároveň do 20 parkovacích stání pro účely parkování zákazníků u prodejny) a rozvoj maloobchodu sloužícího bezprostředními okolím (bytové, administrativní, výrobní a jiné budovy) bude zachován. Je zřejmé, že v ploše, kde není umístěn jen maloobchod, budou moci vznikat i další parkovací místa a to pro další využití plochy (například bydlení).

Není třeba dodávat, že funkčnost regulativů (podmínek pro využití ploch) založených na velikosti prodejní plochy je podmíněna přesnou definicí prodejní plochy včleněnou do Vyhlášky. Funkčnost je zároveň pojištěna limitem parkovacích stání náležících k prodejně, neboť ty zpětně exaktně omezují prodejní plochu (dle ČSN 736110).

Realizace tohoto opatření vyžaduje několik kroků:

KROK 1: vybrání vhodné funkční plochy pro velkoplošný maloobchod

Existují dvě cesty jak vytvořit jedinou funkční plochu pro uvedený účel. Za první vytvoření zcela nové funkční plochy pro velkoplošný maloobchod - např. X. Za druhé využití již existující plochy N (ostatní zvláštní plochy). Obě dvě řešení jsou z hlediska výsledku rovnocenná, z hlediska rozsahu změn ve vyhlášce je vhodnější varianta druhá. Z hlediska možností precizní definice regulací (dle požadavků tohoto návrhu) se jako vhodnější jeví varianta první (nová funkční plocha X), která však vyžaduje dopracování územně-analytických podkladů.

KROK 2: vyškrtnutí velkoplošného maloobchodu ze všech ostatních ploch

Tuto změnu lze provést poměrně jednoduše formou zavedení limitu prodejní plochy 400 m² a limitu pro počet parkovacích stání náležících k prodejně (max. 20 parkovacích stání). U ploch bydlení (B) to znamená doplnění číselného limitu (BP, BC) resp. snížení limitu (BO) z 1000 m² na 400 m² a zavedení maximálního počtu parkovacích stání (max. 20 parkovacích stání) určených pro obsluhu prodejny. Tato úprava samozřejmě neznamená omezení zastavěné plochy nad rámec omezení plynoucí s obecně závazných předpisů. Zároveň tato úprava neznamená omezení počtu parkovacích míst pro hlavní funkci (bydlení) pod úroveň požadovanou normou ČSN 736 110.

U ploch výroby (P) je nutné snížit limit prodejní plochy z 1500 m² na 400 m² (PV), zavést limit pro počet parkovacích stání (max. 20 parkovacích stání) určených pro obsluhu prodejny a zároveň omezit přípustnost skladů a skladovacích ploch pouze pro účely výrobních procesů (PV, PP).

Podrobněji je třeba měnit regulativy (podmínky pro využití ploch) u ploch smíšených (S), které jsou z velké části určeny právě pro maloobchod. Funkční typ SV je určen primárně pro výrobu. Žádané opatření je zde nutné provést vyškrtnutím maloobchodu z podmíněně přípustného využití, sloučení dvou přípustných kategorií (do 1500 a do 5 000 m²) se snížením limitu na 400 m² a zavedení limitu pro počet parkovacích stání (max. 20 parkovacích stání) určených pro obsluhu prodejny. U plochy SJ je nutné vyškrtnutí maloobchodu s podmíněně přípustných ploch, snížení limitu u přípustných maloobchodních provozoven z 1500 m² na 400 m² a zavedení limitu pro počet parkovacích stání (max. 20 parkovacích stání) určených pro obsluhu prodejny. Funkční typ SO je hlavním funkčním typem pro umístování obchodu a služeb (mimo plochy N). Je tedy nutné zvážit, zda omezením přípustné prodejní plochy na 400 m² neztratí tento funkční typ zcela význam. Požadované opatření zde musí zahrnovat vyškrtnutí maloobchodu z podmíněně přípustných ploch, snížení limitu u přípustných ploch na 400 m² a zavedení limitu pro počet parkovacích stání (max. 20 parkovacích stání) určených pro obsluhu prodejny. Zároveň je nutné doplnit limit (opět 400 m²) pro případné prodejní plochy, které by byly součástí zábavních zařízení. Po této změně zůstane mezi přípustným využitím administrativa (prodejní plochou neregulovaná), bydlení (regulované maximálně 50 % využitím plochy), řemeslné provozovny, stravování, ubytování, stavby pro správu a pro církevní, kulturní, sociální, zdravotnické, školské a sportovní účely, vč. středisek mládeže pro mimoškolní činnost a center pohybových aktivit a zábavní zařízení. A samozřejmě zde budou moci vznikat obchody do 400 m² prodejní plochy, které uvedené využití vhodně doplní. Závěr: omezení prodejní ploch ve funkčním typu SO nebude vůbec znamenat nevyužitelnost takto označených ploch. Naopak. Plochy budou moci být využívány širším spektrem vzájemně se doplňujících činností s městotvorným efektem.

Na plochách s dalšími funkcemi (plochy pro veřejnou vybavenost, plochy pro dopravu, plochy pro technickou vybavenost) není v současné době přípustné maloobchod zřizovat - jedná se o nepřípustné využití dle Vyhlášky. Přesto je nutné zvážit (na základě případů porušení tohoto regulativu v minulosti) zavedení výslovné vyloučení obchodní funkce.

Plochy nestavební je možné opatřit výslovným zákazem zřizování prodejen mimo (přípustného) občerstvení ze stejných důvodů jako v případě veřejné vybavenosti, dopravy a technické vybavenosti.

5.2 Nastavení regulativů (podmínek pro využití ploch) ve funkční ploše pro umístování velkoplošného maloobchodu

Velkoplošný maloobchod (nad 400 m² a zároveň s počtem parkovacích stání nad 20) by na základě výše uvedených úprav zůstal přípustný pouze ve funkci N (ostatní plochy), resp. v nové funkci X. Tato změna by vyžadovala - kromě uváženého přeskupení ploch N (respektive X) na území města, které je popsáno dále - nastavení regulativů (podmínek pro využití ploch) pro výstavbu velkých prodejen. Tyto regulativy (podmínky pro využití ploch) je vhodné rozdělit do dvou okruhů:

OKRUH 1: Maximální přípustná či podmíněně přípustná prodejní plocha

Účelem celého systému pravidel expanze maloobchodu v Brně je dostat expanzi pod kontrolu veřejné správy. Proto je třeba nastavit limity prodejní plochy i ve funkci N (resp. nové funkci X, která by nahradila funkci N). Vhodným limitem prodejní plochy v kategorii přípustné jsou 2 500 m² a limit pro počet parkovacích stání (max. 125 parkovacích stání). Tento limit umožňuje zřízení supermarketu, obchodního domu či nákupního centra. Obchody těchto typů a velikostí mohou sloužit sídlišti, ale zároveň nevysávat veškerý potenciál zákazníků.

Podmíněně přípustný limit navrhuje ve výši 5 000 m² a limit pro počet parkovacích stání (max. 250 parkovacích stání) za podmínky pořízení územní studie, který vyřeší návaznost nákupního zařízení na okolní infrastrukturu a stanoví opatření na minimalizaci dopadů na dopravní systém, životní prostředí a pohodu bydlení. Územní studie musí zejména prokázat nedostatek prodejních ploch v území (městské části) a to zjištěním saturace prodejními plochami s výsledkem nižším než 1,5 m² na jednoho obyvatele. Limit saturace tedy může být překročen (v případě, že by to bylo vzhledem k socio-ekonomickým podmínkám vhodné), ale pouze výstavbou menších prodejen.

OKRUH 2: Vzhled a uspořádání velkoplošných maloobchodních zařízení

Základním regulativem (podmínkou pro využití ploch) pro velkoplošný maloobchod je požadavek začlenění celé stavby do okolní zástavby. Realizace tedy musí dodržovat adekvátní objem stavební jako okolní budovy (stanovení maximálního objemu budov nákupního zařízení jako např. 1,5 násobku odhadnutého průměrného objemu okolních budov). Realizace dále musí dodržovat výškovou hladinu zástavby v území (opět lze stanovit maximální odchylku od průměrné výšky okolních budov). Konkrétní podmínkou může být také rozdělení prodejní plochy v zařízení minimálně do dvou pater. Tato podmínka vylučuje rozlehlé jednopodlažní budovy, které příliš rozvolňují městskou zástavbu nebo způsobují rozrůstání zástavby do volné krajiny.

Zásadní je podmínka týkající se parkovacích ploch. Počty stání jsou dány jinými závaznými předpisy a vyžadují je příslušné orgány státní správy. Jejich umístění v rámci nákupního zařízení však územní plán určovat může. Z hlediska ochrany urbanistické kvality města je žádoucí omezit budování rozlehlých pozemních parkovišť, které spolu s návaznými komunikacemi a zabírají velké plochy a vedou k nežádoucímu „roztékání“ kompaktní městské zástavby. Proto je nutné v plochách N (resp. X) stanovit minimální podíl počtu parkovacích míst v půdorysu budov (podzemí, nadzemní podlaží či střecha samotné prodejny) či v podzemí mimo prodejnu. Navrhujeme tento limit stanovit na 80 %.

Velkoplošný maloobchod bude v každém případě náročný na provoz, dopravu, zásobování a proto je na místě stanovit podmínku minimálního podílu nezpevněných (zelených) ploch v rámci stavebního pozemku. Tento podíl by měl činit minimálně 30 % z celkové výměry stavebního pozemku.

Tyto regulativy (podmínky pro využití ploch) by vyžadovaly uložit v územním plánu povinnost vypracovat územní studii, která by splnění podmínek prověřila a doložila.

5.3 Nastavení regulativů (podmínek pro využití ploch) pro maloplošný maloobchod v příslušných funkčních plochách a typech

Regulativy (podmínky pro využití ploch) pro maloplošný maloobchod mají stejný účel jako regulativy (podmínky pro využití ploch) pro maloobchod velkoplošný. Základní je tedy opět požadavek začlenění celé stavby do okolní zástavby. Realizace tedy musí dodržovat adekvátní objem stavební jako okolní budovy (stanovení maximálního objemu

budov nákupního zařízení jako např. 1,5 násobku odhadnutého průměrného objemu okolních budov). Realizace dále musí dodržovat výškovou hladinu zástavby v území (opět lze stanovit maximální odchylku od průměrné výšky okolních budov). Umístění parkovacích stání pro maloplošná zařízení nebo vymezení zelených ploch je vhodné nechat u maloplošných obchodů bez regulace.

5.4 Rozmístění ploch pro velkoplošný maloobchod

Velmi důležitou fází nastavení územního systému pro maloobchod v Brně bude vymezení ploch pro velkoplošné prodejny. Tento proces samozřejmě musí proběhnout dle pravidel územního plánování. Navrhujeme tuto posloupnost kroků:

KROK 1: zrušení všech současných návrhových ploch N na území města Brna
Pro účelné rozmístění ploch určených pro výstavbu velkoplošných prodejen je nutné vycházet z nulového stavu - tedy situace, kdy v územním plánu budou pouze stabilizované plochy N, na nichž se dnes rozkládají nákupní zařízení s prodejní plochou nad 400 m².

KROK 2: identifikace obecné potřeby maloobchodu v území
V rámci tohoto kroku bude nutné ze strany orgánu územního plánování identifikovat urbanistické obvody nedostatečně pokryté službami prodejen (příliš velká vzdálenost do obchodu, nízký koeficient saturace prodejními plochami) a to na základě existujících či nových výzkumů maloobchodní sítě v Brně.

KROK 3: Srovnání variant řešení saturace
V návaznosti na krok 3 bude nutné rozhodnout o vhodném modelu (variantě) saturování sítě (dvě varianty saturace: maloplošné obchody x velkoplošné). Pro celé území města je bude nutné zpracovat. Kritéria rozhodování navrhujeme následující:

- koncentrace obyvatelstva (velké koncentrace umožní efektivní nasazení velkoplošné formy)
- vhodné plochy pro nový maloobchod (přítomnost ploch pro výstavbu velkoplošné prodejny mimo zeleň a veřejná prostranství, přítomnost kapacit ve stávajících budovách apod.)
- dopravní řešení (studii možného rozmístění velkoplošných maloobchodních zařízení na základě dopravní zátěže, vzájemné srovnání předpokládaných dopadů obou variant saturace na dopravu v oblasti, návaznost předpokládané/ých lokalit záměru/ů na pěší a hromadnou dopravu)
- vliv na místní síť služeb a obchodu (zhodnocení dopadů obou variant saturace na stávající síť obchodů a služeb v oblasti)
- názory samosprávy a místních obyvatel (přeložení dvou variant saturace samosprávě k jejich projednání a veřejné projednání modelů)

Pro každý urbanistický okruh v městě Brně či seskupení okruhů (např. i celé městské části) bude nutné vybrat (na základě posouzení kritérií) vhodnější variantu saturace území prodejními plochami.

KROK 4: Umístění ploch pro velkoplošný maloobchod
V návaznosti na krok 4 budou v lokalitách identifikovaných pro umístění maloobchodu provedeny procesy změny územního plánu a plochy budou připraveny pro příchod investorů.

5.5 Soulad navržených pravidel s konceptem nového územního plánu města Brna

Navržená pravidla pro územní plán vycházejí ze současného územního plánu města Brna. Principiální soulad (regulace výstavby velkoplošného maloobchodu v Brně) s konceptem nového územního plánu byl potvrzen oponentní studií. Konkrétní hodnoty kvantitativních regulací v návrhu a konceptu se liší, což není (vzhledem k „návrhové povaze“ obou dokumentů) problém.

5.6 Oponentura navržených pravidel

Navržená pravidla byla podrobena oponentní studii zpracovanou Löw & spol., s.r.o. (Doc. Ing. Arch. Jiří Löw) ve spolupráci s Advokátní kanceláří Šikola a partneři, s.r.o. (Mgr. Petr Bouda, Mgr. Radek Motzke). Tato studie posoudila proveditelnost jednotlivých regulací. Závěry oponentní studie byly do návrhu zapracovány.

6 Brno v akci

NESEHNUTÍ usiluje pestrou a dostupnou sítí pestrých obchodů pro všechny obyvatele a obyvatelky ve všech městských částech. Proto prosazuje přijetí popsaných závazných pravidel pro další výstavbu prodejen na území města. Smyslem nových pravidel a jejich začlenění do brněnského územního plánu je zajistit možnost nakupování v rozmanitých typech obchodů, udržení života v ulicích a předcházení negativním dopadům neregulované výstavby velkých nákupních center na vzhled a fungování města i na životní prostředí.

Pestrý výběr prodejen umožní všem možnost volby, kde nakupovat. Možnost vypravit se do obchodu pěšky přispěje k živějším a bezpečnějším ulicím. Z centra města i jednotlivých čtvrtí se stanou místa, kam má smysl chodit za nákupy či za společenským vyžitím. Živější městské jádro bude atraktivnější pro obyvatele a obyvatelky Brna, ale také pro jeho návštěvníky a návštěvnice. Úbytek aut, v nichž lidé spěchají za nákupem na okraj města, přinese kvalitnější životní prostředí, méně hluku, méně znečištění ovzduší.

Více informací na: www.bрно.hyper.cz

NESEHNUTÍ (NEzávislé Sociálně Ekologické HNUTÍ)

Vzniklo v roce 1997. Zabývá se ochranou životního prostředí a lidských práv. Realizuje projekty, jejichž smyslem je zapojování veřejnosti do rozhodovacích procesů, vzdělávací aktivity v oblasti ochrany životního prostředí, lidských práv, rovných příležitostí i ochrany zvířat. Dlouhodobě se věnuje problematice negativního vlivu nekontrolované expanze nákupních center na životní prostředí, územnímu plánování, projektům na pomoc lidem žádajícím o azyl v ČR a sociálně znevýhodněným, prosazuje rovné příležitosti mužů a žen ve společnosti, vystupuje proti porušování lidských práv ve světě i v ČR a proti vývozům českých zbraní do konfliktních oblastí.

NESEHNUTÍ Brno

třída Kpt. Jaroše 18, 602 00 Brno

tel./fax: +420 543 245 342

e-mail: brno@nesehnuti.cz

web: www.nesehnuti.cz