

# Evropským hlavním městem kultury 2015 je Plzeň

**Název emise:** Plzeň – Evropské město kultury

**Den vydání:** 18. února 2015

**Platnost:** ode dne vydání ve styku tuzemském i mezinárodním až do odvolání

**Hodnota:** 25 Kč – č. 837 (ČP)

**Výtvarný návrh:** Karel Zeman

**Rytec:** Jaroslav Tvrdoň

**Rozměr známkového obrazu:** 33 x 33 mm

**Druh tisku:** OTř v barvě černé + HT v barvách červené a zlaté

**Tisková forma:** 2x (4 PL /4 + 2 K/)

**Papír:** ofsetový

**Náklad:** 120.000

**Datum tisku:** 20. 1. 2015

**FDC:** OTp v barvě šedomodré

Myšlenka vyhlášená Evropská města kultury je letos už třicet let. Přednesena byla v roce 1985 na půdě Rady Evropské unie a prvním městem s tímto titulem byly Atény. Do roku 1999 jej každoročně získalo vždy jedno město ze Západní Evropy (bráno politicky), na Evropu Východní se dostalo až v roce 2000, kdy se projektu zúčastnilo rekordních devět měst, mezi nimi Krakov a Praha. To souviselo s rozšiřováním Evropské unie. Přes dramaticky zvýšený počet zapojených měst byl projekt - trochu protismyslně - přejmenován na Evropské hlavní město kultury, a od roku 2001 se jej účastní vždy jedno, dvě nebo i tři města z různých států EU. Druhým „československým“ byly v roce 2013 Košice, a letos je jím Plzeň, která o jediný hlas (6 : 5) zvítězila v duelu s dalším naším uchazečem – Ostravou.

Získat tento titul, udělovaný radou ministrů kultury EU, a stát se na rok hlavním městem (přesněji letos jedním ze dvou hlavních měst) kultury v Evropě je samozřejmě významný úspěch a velká příležitost k rozvoji kulturních aktivit. Jak se zdá, v Plzni tuto příležitost nehodlají promarnit a už od roku 2010 se na ni pilně připravují. Výsledky se dostavily. Loni mezinárodní turistický průvodce Lonely Planet zařadil Plzeň mezi desítku nejlepších evropských destinací a letos díky tomu – a samozřejmě především díky svému „kralování“ – jistě přitáhne výrazně více návštěvníků, a to nejen turistů, ale i obchodníků, manažerů, vědců a průmyslníků. To bude mít samozřejmě významné ekonomické důsledky. Nejde ale o přínos jediný. Značka



Plzeň je v několika oborech ve světě známá a zavedená, další ale na mezinárodní proslulost teprve čekají – a letošní megaakce jim k tomu může pomoci.

Sám název města je všude v zahraničí spojován s označením určitého typu piva (světlý, spodně kvašený ležák s výraznou chmelovou chutí), a někdy je Plzeň nazývána přímo jeho rodištěm! Tramvaje ze zdejší Škodovky jezdí v řadě evropských měst, a dokonce i v USA. Město a kraj kolem něj toho má ale k nabídnutí mnohem více, a nejen známé přeštické prase, Skupovy loutky a vyhlášené chodské koláče.

Titul přinese Plzni zhruba čtyřicet milionů korun z rozpočtu Evropské unie, což je ale jen symbolický zlomek z prostředků, které na akci sama vynaložila a ještě vynaloží. Jen na investice tu naplánovali bezmála dvě miliardy korun a další skoro miliardu na ostatní výdaje. Sami pořadatelé uvádějí: „Projekt evropského hlavního města kultury bývá často kritizován jako megalomanská akce z veřejných peněz. Ano, může to být drahá a zbytečná akce, pokud se nepodaří bezezbytku využít potenciálu, který skýtá. Plzeň se bude v roce 2015 i v letech následujících snažit, aby se investované prostředky a energii podařilo přetavit do ekonomického rozkvětu města i regionu. Aby se každá investovaná koruna několikanásobně vrátila.“



To je smělý a slibný plán, k němuž lze dodat jedině: Držíme palce!

Více se můžete dozvědět na hezky zpracovaných stránkách [www.plzen2015.cz](http://www.plzen2015.cz) a [www.plzen.eu](http://www.plzen.eu). Je jen škoda, že na nich schází plánovaná výstava poštovních známek, k níž bylo slibně nakročeno, ale ze záměru nakonec sešlo. To však není chyba města, ale nás, filatelistů. Kdy příště se nám naskytne příležitost „svězt se“ s tak významnou celoevropskou akcí?

A teď k samotné nové emisi. Velká čtvercová známka je navržena a provedena tak, že působí, jako by byla vytištěna ocelotiskem z plochy, a nikoli o něco skromnějším ocelotiskem rotačním v kombinaci s hlubotiskem. Kompaktní, hustě provedená černá rytina zaplňuje dobré dvě třetiny plochy, kombinace zlaté a červené - zobrazující ohňostroj v pozadí a nominální hodnotu - dodávají známce nádech luxusnosti. Zobrazuje starobylou katedrálu svatého Bartoloměje, srdce zdejší katolické diecéze, a v kontrastu s ní je zde moderní kašna (jménem Chrlice), jedna ze tří umístěných v roce 2010 na náměstí Republiky. Obraz je dobře promyšlen a vystihuje emisní záměr: připom-

enout významnou kulturní událost ve spojení s historií i současností Plzně. Optické zkreslení pak nutí člověka podívat se na známku znovu a ještě jednou - a rozhodně ji vyčleňuje z konvenčněji pojatých kolegů. Zdařilý je i malý přepážkový list o šesti polích, z nichž čtyři zabírají známky a dvě kupony – každý jiný. Jsou tak hezké, že každý z nich by mohl být sám známkou, jak se můžete snadno přesvědčit na obrázku. Škoda jen, že nominální hodnota nebyla stanovena na 13 Kč, aby známka mohla být více používána v běžném tuzemském poštovním provozu. I když i těch 25 Kč je srozumitelných – jde o „evropskou“ akci, a k té patří poštovní sazba za dopis základní váhy či pohlednici do evropských zemí, což využijí spíše zahraniční turisté.

Kresebná výzdoba obálky dne vydání zobrazuje dva svatostánky, katedrálu a synagogu, před nimi starobylé klíče z městského znaku a na kroužku s nimi ikonický otvírák piva (obojí symbolizuje otevři si Plzeň – město i lahev piva, což je případné a nevtíravě vtipné). V razítku je logo akce a motiv z pivovarské brány.

Shrnuto a podtrženo: Zdařilé!

FB