



Projekt „Uchwały reklamowej” dla Gminy Miasto Ustka

Spotkanie warsztatowe
13/14.11.2017 r.

Małgorzata Patyńska
Michał Kazem-Bek



Wprowadzenie

Cel konsultacji społecznych:

- przedstawienie narzędzi jakie daje ustawa krajobrazowa i uchwała reklamowa do wprowadzenia ładu przestrzennego
- wypracowanie głównych zapisów uchwały określającej zasady lokalizacji i standardów wykonania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń

Czas trwania dzisiejszego spotkania: 1,5 h



Plan spotkania

1. Omówienie harmonogramu prac na projektem uchwały
2. Przypomnienie informacji nt. ustawy krajobrazowej jako podstawy prawnej do opracowania uchwały reklamowej
3. Przedstawienie wyników prac ze spotkania otwartego
4. Przedstawienie podziału miasta na strefy krajobrazowe posiadające wspólne cechy funkcjonalno-przestrzenne
5. Wypracowanie głównych założeń uchwały w podziale na strefy krajobrazowe w odniesieniu do tablic i urządzeń reklamowych oraz szyldów



Harmonogram prac nad uchwałą reklamową

1

Spotkanie otwarte – spotkanie informacyjne dotyczące uchwały reklamowej dla Gminy Miasto Ustka **(6.11.2017 r.)**

2

Spotkania warsztatowe dla mieszkańców **(13 i 20.11.2017 r.)** oraz przedsiębiorców **(14 i 21.11.2017 r.)** – wypracowanie podstawowych założeń do projektu uchwały

3

Debata publiczna **(11.12.2017 r.)** – przedstawienie założeń wypracowanych podczas spotkań warsztatowych

4

Uzgodnienie projektu uchwały z podmiotami wskazanymi w art. 37b pkt. 2 ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym **(30 dni)**

5

Debata publiczna **(styczeń 2018)** – przedstawienie projektu uchwały reklamowej uzgodnionego z właściwymi organami

6

Możliwość zgłoszenia uwag do projektu uchwały **(styczeń-marzec 2018)**

7

Opracowanie ostatecznej wersji uchwały reklamowej i przedstawienie Radzie Miasta Ustka **(marzec 2018)**



Ustawa krajobrazowa

- W dniu 11 września 2015 r. weszła w życie tzw. **ustawa krajobrazowa**, która wprowadziła szereg zmian m.in. w Ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym
- Wprowadziła ona możliwość uchwalenia przez radę gminy uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane tzw. **uchwały reklamowej**
- Przyjęta uchwała ma status **aktu prawa miejscowego**
- Na podstawie znowelizowanej ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym **Rada Miasta Ustka w dniu 26.11.2015 r. przyjęła uchwałę nr XIII/132/2015** w sprawie przygotowania projektu uchwały ustalającej zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane



Obszar objęty uchwałą

- Uchwała dotyczy całego obszaru miasta, z wyłączeniem terenów zamkniętych np. terenu wojskowego
- Uchwała reklamowa może przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów miasta określając w sposób jednoznaczny granice tych obszarów

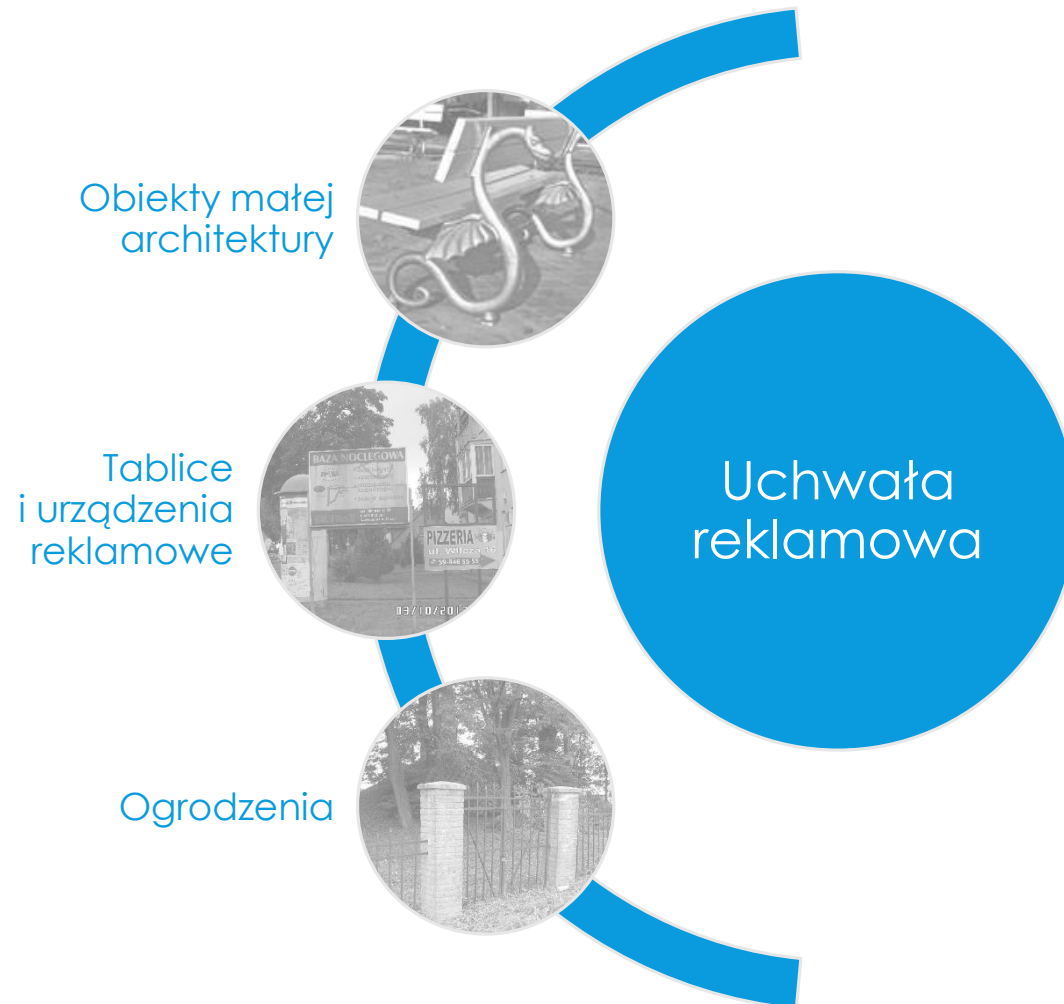


Kogo obowiązuje uchwała?

- Od dnia wejścia w życie uchwały, wszystkie podmioty (przede wszystkim właściciele nieruchomości) **zobowiązane** są przestrzegać jej ustaleń
- Rada Miasta określa termin na dostosowanie istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, **nie krótszy niż 12 miesięcy** od dnia wejścia w życie uchwały



Jakie elementy reguluje uchwała reklamowa?

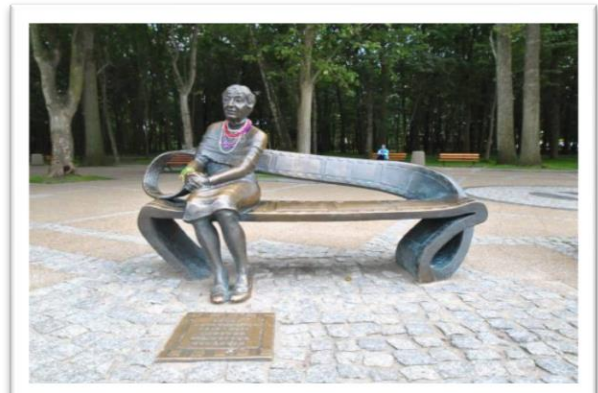




Obiekty małej architektury

Niewielkie obiekty, w szczególności:

- kultu religijnego, jak: kapliczki, krzyże przydrożne, figury
- posągi, wodotryski i inne obiekty architektury ogrodowej
- użytkowe służące rekreacji codziennej i utrzymaniu porządku, jak: piaskownice, huśtawki, drabinki, śmietniki, stojaki na rowery





Tablica reklamowa

Przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem.

W szczególności może to być:

- baner reklamowy
- reklama naklejana na okna budynków
- reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy





Urządzenie reklamowe

Przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem





Szyld

Tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują





Ogrodzenia

Uchwała może wskazywać na zakaz umieszczania ogrodzeń m.in.

- na terenach zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej
- może go ograniczyć do obszarów intensywnie zagospodarowanych, stref ścisłego centrum
- może uzależnić możliwość grodzenia od powierzchni działki



Wyniki spotkania otwartego

NEGATYWNE ELEMENTY

- Zbyt duże i kolorowe banery
- Zbyt duże reklamy
- Reklama w ogrodzeniu
- Zróżnicowana wielkość i wygląd tablic reklamowych
- Nieestetyczne tabliczki informujące wynajęciu sezonowym
- Neony reklamowe
- Elementy świetlne na wjeździe do miasta
- Duże formy reklamowe na wjeździe do miasta
- Brak nawiązania słupów reklamowych do charakteru otoczenia
- Różna forma sztyldów
- Duża liczba różnych form reklamowych na słupach oświetleniowych
- Zbyt wysokie, o różnych formach ogrodzenia (często zaniedbane, nieremontowane)
- Brak ujednolicenia elementów małej architektury z podziałem na strefy
- Istniejące, mało atrakcyjne potykacze
- Wyklejanie witryn
- Obce reklamy (reklamy miejsc znajdujących się w innych miastach)

LOKALIZACJA

- ul. Wczasowa
- ul. Żeromskiego
- ul. Marynarki Polskiej
- ul. Kopernika
- ul. Żeromskiego
- ul. Żeromskiego
- Ul. Słupska
- Ul. Darłowska
- ul. Darłowska
- ul. Marynarki Polskiej
- Główne ulice komunikacyjne
- Śródmieście, Stare Miasto
- Stare Miasto
- Całe miasto
- ul. Cisowa
- ul. Bulwar Portowy
- Plac Dąbrowskiego
- ul. Chopina
- ul. Bulwar Portowy
- ul. Cisowa
- Stare Miasto
- Nowe dzielnice



Wyniki spotkania otwartego

Problemy związane z przestrzenią reklamową w mieście i ich przyczyny

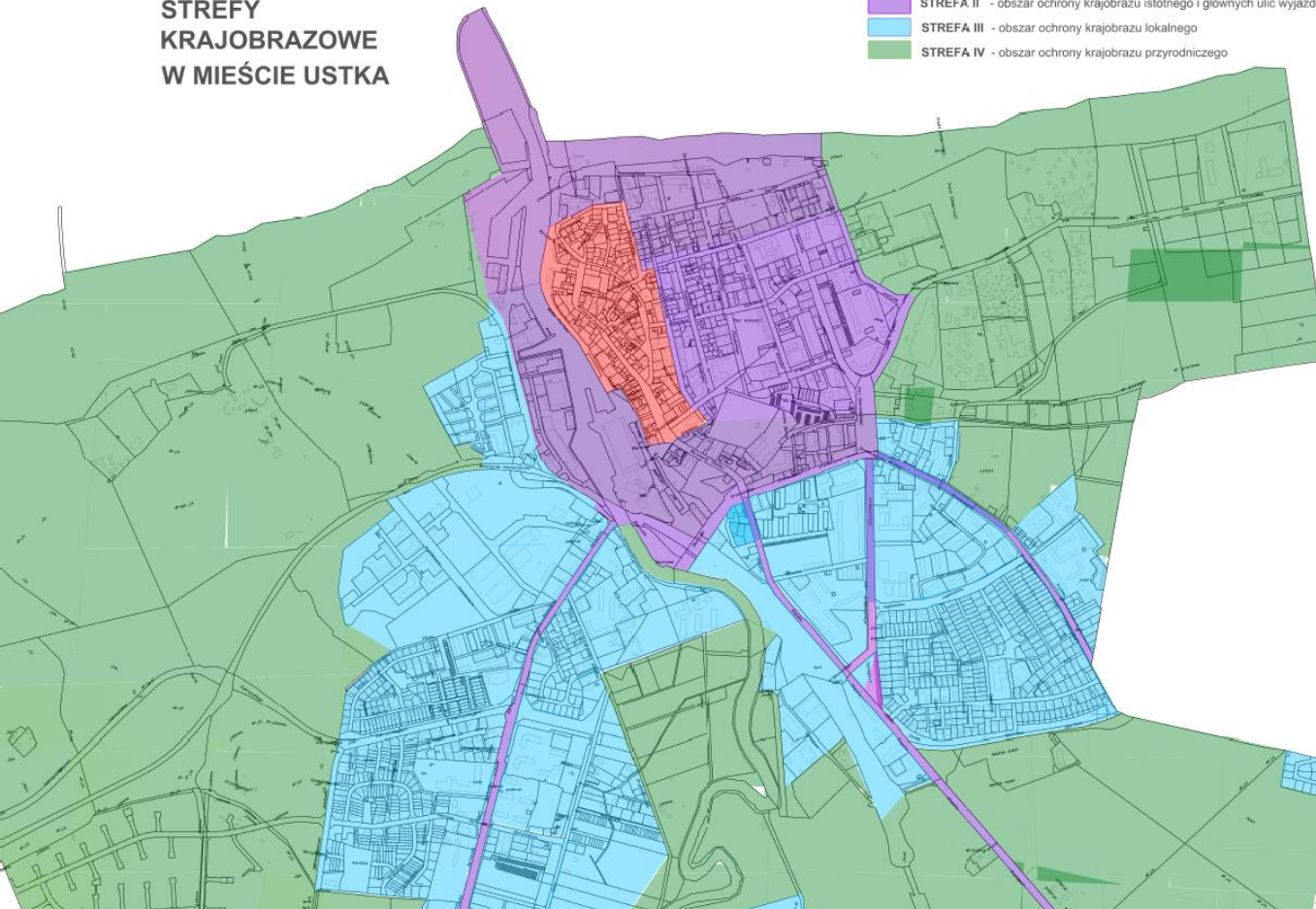
PROBLEMY	PRZYCZYNY
▪ Reklamy w samochodach ▪ Kartki, kartony, ulotki ▪ Wiaty przystankowe ▪ Grodzenie prywatnych nieruchomości ▪ Niejednolita sezonowa zabudowa	▪ Brak wytycznych, który pozwalałby na ujednolicenie systemu informacyjnego obiektów turystycznych oraz brak wytycznych w zakresie małej architektury i ogrodzeń
▪ Chaos reklamowy ▪ Kakofonia kolorystyczna ▪ Reklamy niezwiązane z miejscem działalności ▪ Nieprzemyślane umieszczanie reklam na elewacjach, ogrodzeniach	▪ Brak plastyka miejskiego ▪ Brak instrumentu regulacyjnego ▪ Brak instrumentu regulacyjnego ▪ Brak wytycznych w tym zakresie



Podział miasta strefy krajobrazowe

STREFY KRAJOBRAZOWE W MIEŚCIE USTKA

- STREFA I - obszar ochrony krajobrazu historycznego
- STREFA II - obszar ochrony krajobrazu istotnego i głównych ulic wyjazdów
- STREFA III - obszar ochrony krajobrazu lokalnego
- STREFA IV - obszar ochrony krajobrazu przyrodniczego



STREFA I - obszar ochrony krajobrazu historycznego

STREFA II - obszar ochrony krajobrazu istotnego
i głównych ulic wjazdowych

STREFA III - obszar ochrony krajobrazu lokalnego

STREFA IV - obszar ochrony krajobrazu
przyrodniczego



Reklamy – praca warsztatowa

1. Jakiego typu tablice reklamowe i urządzenia reklamowe powinny być zakazane, a jakie dopuszczalne w poszczególnych strefach?

ZAKAZANE	DOPUSZCZALNE

Na przygotowanych kartach prosimy w odpowiedniej kolumnie o przypięcie karty przedstawiającej wybrany rodzaj reklamy.



Billboard ścienny



Billboard przestawny



Billboard mobilny





Tablice ledowe/telebimy



Reklamy na przystankach



Citylighty





Reklamy na ogrodzeniach



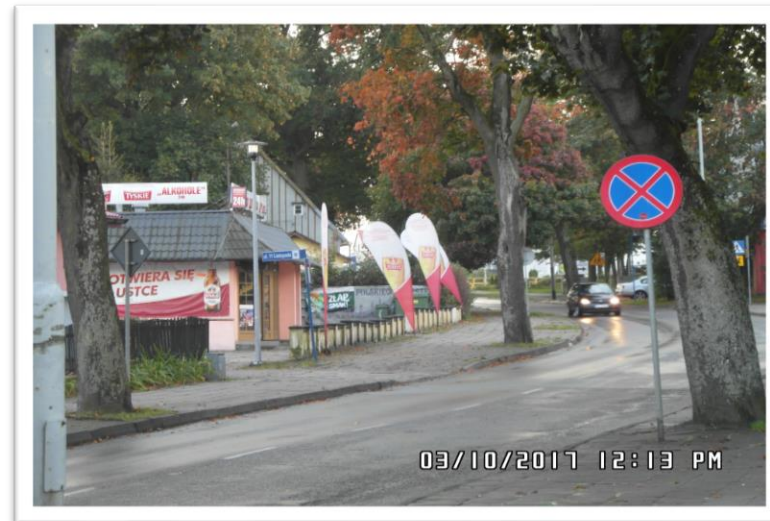
Reklamy na siatce typu mesh



Reklamy na rusztowaniu



Reklamy na flagach





Reklamy na chorągwiach



Reklamy na budynkach



Reklamy wyklejane w oknach

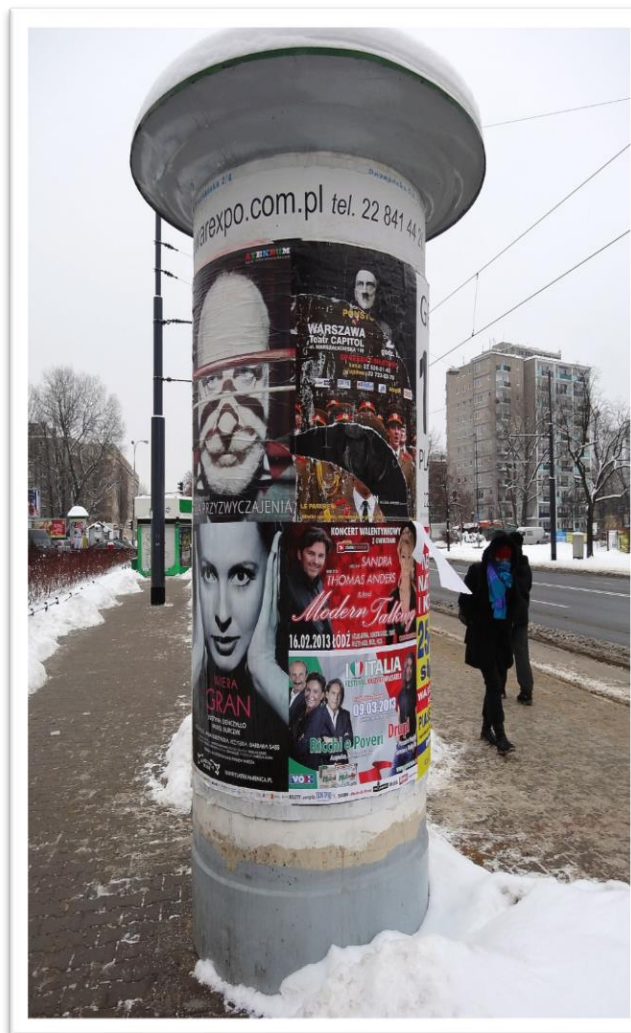




Totem



Słupy ogłoszeniowe



Pylon





Reklamy – praca warsztatowa

2. Odpowiadając na pytania, prosimy określić parametry i sposoby sytuowania tablic/urządzeń reklamowych.

FORMA REKLAMY	DOPUSZCZA SIĘ	NAKAZUJE SIĘ	ZAKAZUJE SIĘ



Reklamy – praca warsztatowa

3. Proszę zaznaczyć na mapie, gdzie powinny znajdować się tablice i słupy ogłoszeniowe w poszczególnych strefach



Szyldy – praca warsztatowa

1. Jakiego rodzaju szyldy powinny być dopuszczalne w poszczególnych strefach, a jakie zakazane?

ZAKAZANE	DOPUSZCZALNE

Na przygotowanych kartach prosimy w odpowiedniej kolumnie o przypięcie karty przedstawiającej wybrany rodzaj szyldu.



Szyld LED



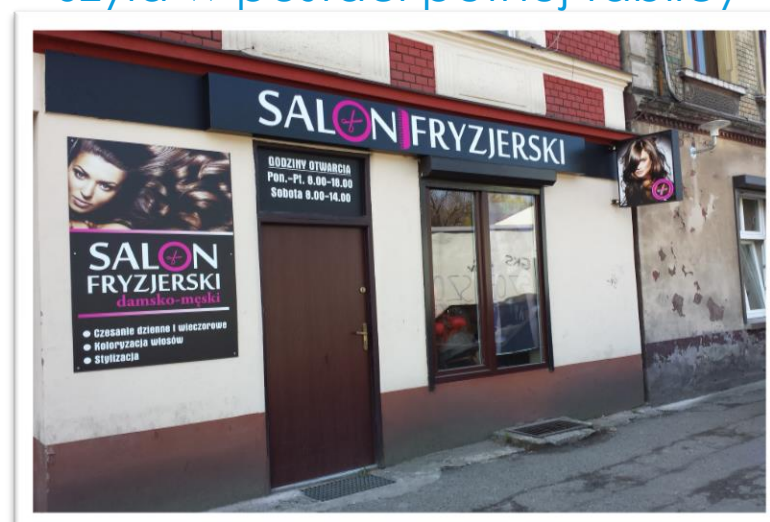
Litery przestrzenne



Szyld w witrynie



Szyld w postaci pełnej tablicy





Szyld na wysięgniku



Tabliczki na dystansach





Szyldy – praca warsztatowa

2. Odpowiadając na pytania prosimy określić parametry i sposoby sytuowania szyldów

FORMA REKLAMY	DOPUSZCZA SIĘ	NAKAZUJE SIĘ	ZAKAZUJE SIĘ



Kolejne spotkania

- spotkania warsztatowe w dniach: **20.11.2017 r.** oraz **21.11.2017 r.** w godzinach 16.30-18.00
- **deбата publiczna** dotycząca koncepcji treści uchwały - w dniu **11.12.2017 r.** w godzinach 16.30-18.00