



PROJEKT „UCHWAŁY REKLAMOWEJ” DLA GMINY MIASTO USTKA

RAPORT ZE SPOTKANIA WARSZTATOWEGO

Z DNIA 14 LISTOPADA 2017 R.



INFORMACJE O SPOTKANIU

■ WSTĘP:

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. 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.

Spotkanie warsztatowe jest jednym z działań partycypacyjnych mających na celu wypracowanie głównych zapisów uchwały określającej zasady sytuowania i standardów wykonania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń.

■ **TERMIN:** 14.11.2017 r., godz. 16:30-20:00

■ **MIEJSCE:** Urząd Miasta Ustka, ul. ks. kardynała Stefana Wyszyńskiego 3, sala 101

■ **UCZESTNICY:** w spotkaniu wzięło udział 17 osób, byli to przede wszystkim mieszkańcy Ustki, przedsiębiorcy oraz przedstawiciele Urzędu Miasta

■ **MODERATORZY:** Małgorzata Patyńska, Michał Kazem-Bek – Utila sp. z o. o.

■ CELE SPOTKANIA:

- 1) przedstawienie narzędzi jakie daje ustawa krajobrazowa oraz uchwała reklamowa, umożliwiających wprowadzenie ładu przestrzennego w mieście,
- 2) wypracowanie głównych zapisów uchwały określającej zasady lokalizacji i standardów wykonania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń.

PRZEBIEG I GŁÓWNE WNIOSKI ZE SPOTKANIA

Spotkanie rozpoczęła Naczelnik Wydziału Gospodarki Przestrzennej – Małgorzata Bugajewska. Przywitała uczestników spotkania i przekazała głos Moderatorowi spotkania – Małgorzacie Patyńskiej.

W spotkaniu w dużej mierze uczestniczyły osoby, które brały udział w warsztacie w dniu 13.11.2017 r. W związku z powyższym przypomniane zostały podstawowe informacje dot. konsultacji, tj.: harmonogram prac na projektem uchwały reklamowej, główne informacje nt. ustawy krajobrazowej oraz założenia uchwały reklamowej. Ponadto przedstawiono podział miasta na 4 strefy krajobrazowe i zaprezentowano wyniki pracy uczestników poprzedniego spotkania warsztatowego.

Następnie uczestnicy spotkania zostali podzieleni na 4 grupy. Do zadań każdej z grup należało określenie zasad dotyczących lokalizacji i standardów wykonania reklam w poszczególnych strefach



krajobrazowych miasta. Kolejnym etapem było omówienie rezultatów pracy warsztatowej oraz dyskusja dotycząca przedstawionych propozycji.



Wyniki prac - Strefa I

RODZAJE REKLAM	
ZAKAZNE	DOPUSZCZALNE
- Reklama przestrzenne, np. wielki miś z lodami, wielkie frytki - Reklama pneumatyczna - Billboard przestawny - Billboard ścienny - Billboard mobilny - Citylighty (ze względu na brak miejsca) - Reklamy na ogrodzeniach - Reklamy – flagi - Reklamy na przystankach - Reklamy na budynkach - Telebim - Reklamy na siatce typu mesh - Reklama na masztach	- Banery i zmywalne reklamy - w wyjątkowych sytuacjach - wydarzenia kulturalne, sportowo-rekreacyjne - Gabloty; kasetony – ograniczona wielkość i ilość - Parasole/markizy; - Reklamy na rusztowaniu – na czas remontu/budowy wyłącznie w trakcie remontu/budowy + ograniczenie powierzchni jako siatki ochronne – budowlane, nie wolnostojące - Potykanie (kwestia kontrowersyjna – nierozstrzygnięta podczas warsztatów), wynika to z faktu, że potykanie mogą mieć różne formy oraz wielkości np. potykanie o wys. 2 m - Reklamy wyklejane w oknach z ograniczeniami

Forma reklamy	Dopuszcza się	Nakazuje się	Zakazuje się
Słupy ogłoszeniowe	W kluczowych miejscach, np.: skrzyżowaniu ciągów pieszych, placach, mogą być np. tak ustawiane aby ograniczały możliwość wjazdu samochodom wzdłuż ciągów komunikacyjnych pieszych	Stylistyka dostosowana do zabudowy, małej architektury; stylistyka jednolita dla całej strefy	
Gabloty	Oświetlone, wolnostojące lub na elewacji budynku (wyłącznie przy gastronomii)	Stylistyka dostosowana do zabudowy, małej architektury; stylistyka jednolita dla całej strefy; określona wielkość; określona ilość - 1 gablota na 1 działalność	Reklamowania działalności niezwiązanej z obiektem
Wyklejanie w oknach	Kolorystyka ograniczona, folia mrożona/mleczna	Ograniczenie powierzchni zaklejonej	Jaskrawa kolorystyka
Na rusztowaniu; siatka budowlana, ochronna	Na czas remontu. Na siatce mogłaby znajdować się wizualizacja budynku po modernizacji oraz logo firmy wykonującej prace budowlane - określenie % wielkości logo oraz wizualizacji	Ograniczenie czasowe, ograniczenie powierzchni reklamowej	
Parasole / Markizy	Reklama na lambrekinie, ograniczenie % powierzchni	Jednolita kolorystyka dla całej strefy	

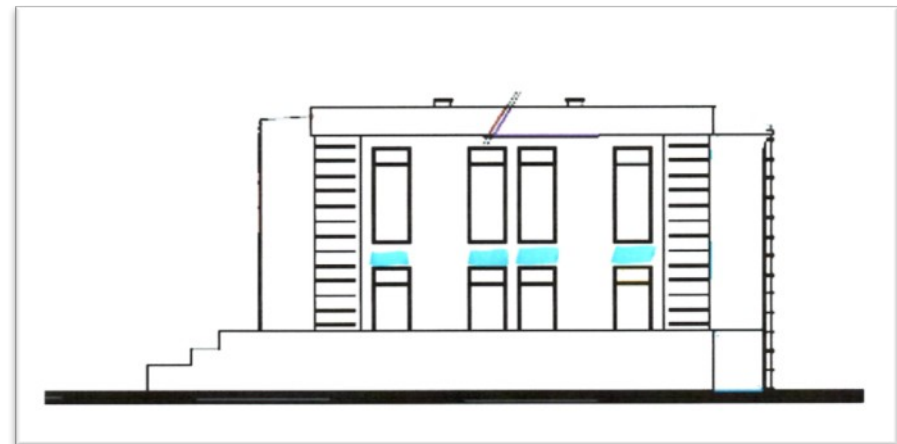


Doprecyzowanie powyższych zapisów dla strefy I:

- Reklamy nie mogą przesłaniać: ciągów widokowych, osi widokowych, wejścia do budynków, otworów okiennych, bram, charakterystycznych elementów budynku (np. gzymsy, parapety, okiennice).
- Reklamy mogą być stosowane w ciągach komunikacji pieszej.
- Zakazuje się umieszczania reklam na: drzewach, budowlach i urządzeniach miejskiej infrastruktury technicznej (latarniach, słupach linii elektroenergetycznych, transformatorach, skrzynkach telekomunikacyjnych, energetycznych, gazowych, itp.), urządzeniach infrastruktury drogowej, na ogrodzeniach oraz tymczasowych obiektach budowlanych.
- Dopuszczalna kolorystyka oraz typografia reklam w obrębie jednego budynku – kolorystyka powinna być stonowana - ograniczona ilość kolorów, typografia powinna nawiązywać do stylu budynku.
- Reklamy nie mogą odbijać światła, razić zbyt intensywną kolorystyką, zakazuje się projekcji świetlnej.
- Nośniki reklamowe płaskie mogą być zainstalowane na elewacji budynku.
- Zainstalowanie reklamy na danym budynku możliwe jest tylko dla działalności prowadzonej w tym budynku.



Rozmieszczenie reklam i szyldów wskazane przez grupę:





Strefa II

RODZAJE REKLAM	
ZAKAZNE	DOPUSZCZALNE
▪ Billboard mobilny ▪ Billboard przestawny ▪ Reklamy na rusztowaniu	▪ Reklamy wyklejane w oknach ▪ Reklama pneumatyczna ▪ Telebim ▪ Reklamy na przystankach ▪ Reklamy – flagi ▪ Billboard ścienny ▪ Citylighty ▪ Reklama na masztach ▪ Słupy ogłoszeniowe ▪ Reklamy na budynkach ▪ Reklamy na ogrodzeniach ▪ Potykacze

Forma reklamy	Dopuszcza się*	Nakazuje się	Zakazuje się
Na oknach	Estetyczne		
Reklama na przystankach	W gablotach		
Citylight	Jednolite		
Słupy ogłoszeniowe	Jednolite		
Flagi			
Pneumatyczne	Nie ograniczające widoczności ruchu pojazdów		
Reklama na masztach			
Reklama na ogrodzeniach	Bezpośredni związek z prowadzoną działalnością; estetyka		
Bilbord ścienny			
Reklama na budynkach	Estetyczne, związane z działalnością w budynku		
Telebim	W ściśle określonych miejscach, wskazanych w uchwale np. ograniczenie w bezpośrednim		



Forma reklamy	Dopuszcza się*	Nakazuje się	Zakazuje się
	sąsiedztwie okien budynków mieszkalnych; nieuciążliwy dla otoczenia		
Potykanie			
Reklamy na siatkach typu MESH	Estetyczne		

*Przy ustaleniu ostatecznego wyglądu reklam konieczna jest konsultacja z plastykiem miejskim.

Strefa III

Strefa III jest w większym stopniu zróżnicowana pod względem funkcji terenowych od pozostałych stref. Swoją lokalizację mają tutaj obiekty handlowe i usługowe (wielkopowierzchniowe sklepy, hurtownie, składy budowlane, ale także spółdzielnie mieszkaniowe, zabudowa jednorodzinna i wielorodzinna).

W związku z powyższym zasadne jest bardziej liberalne podejście do możliwości reklamowania się przy zachowaniu określonych ograniczeń:

RODZAJE REKLAM	
ZAKAZNE	DOPUSZCZALNE
Reklama na elewacji budynków – zakazuje się przesłanianie całej powierzchni elewacji budynku oraz stosowania zróżnicowanych w formie i wielkości reklam	Poszczególne reklamy muszą być dostosowane do danego obiektu - Reklamy na przystankach - Billboard ścienny - Reklamy wyklejane w oknach - Citylighty - Słupy ogłoszeniowe - Reklamy – flagi - Reklama pneumatyczna - Reklama na masztach - Reklamy na ogrodzeniach - Billboard przestawny - Reklamy na siatce typu mesh - Reklamy na rusztowaniu - Telebim - Billboard mobilny

Forma reklamy	Dopuszcza się	Nakazuje się	Zakazuje się
Flagi	Wysokie na fundamencie (obiekty stałe związane z gruntem) powinny być dopuszczone tylko dla takich	Ograniczyć szerokość i wysokość	



Forma reklamy	Dopuszcza się	Nakazuje się	Zakazuje się
	działalności jak: sklepy wielkopowierzchniowych i składy budowlane		
Billboard ścienny	Dla sklepów wielkopowierzchniowych (6x3) + zabudowa wielorodzinna (5,04x2,38)	2 standardy wielkościowe	Zabudowa jednorodzinna
Billboard przestawny	Ulice wewnętrzne na terenach usługowych	Max. 3x6m, min. co 20 m, tylko 2 standardy wielkościowe	
Reklama pneumatyczna	Uwaga ! Pytanie, czy zabawka z logiem firmy będzie traktowana jak reklama?	Ograniczenie czasowe ekspozycji - do 7 dni; do rozważenia - dopuszczenie balonów na dużej wysokości (należy określić wysokość zawieszenia nad ziemią oraz powierzchnię i ilość w zależności np. od powierzchni terenu i ilości działalności)	

Strefa IV

RODZAJE REKLAM	
ZAKAZNE	DOPUSZCZALNE
▪ Billboard mobilny ▪ Reklamy na rusztowaniach ▪ Reklamy na ogrodzeniach ▪ Reklamy na siatce typu mesh ▪ Billboard przestawny ▪ Reklamy świetlne i agresywne ▪ Telebimy na budynkach, w ciągu dróg, na przystankach	▪ Reklamy wyklejane w oknach ▪ Reklama pneumatyczna ▪ Telebim ▪ Reklamy na przystankach ▪ Reklamy – flagi ▪ Billboard ścienny ▪ Citylighty ▪ Reklama na masztach ▪ Słupy ogłoszeniowe ▪ Reklamy na budynkach

Forma reklamy	Dopuszcza się	Nakazuje się	Zakazuje się
Mobilna			Tak
Na ogrodzeniach	Okolicznościowe na sezon letni (reklama	Czas ekspozycji	Tak



Forma reklamy	Dopuszcza się	Nakazuje się	Zakazuje się
	czasowa)		
Na budynkach	Na szczycie, nie naruszając kompozycji elewacji	Formę - płaską, przestrzenną	Reklam świetlnych, agresywnych
Przestrzenne – przestawne na rusztowaniu			Tak
Billbordy typu mesh			
Telebimy	Wolnostojące, w wyznaczonych miejscach przez uchwałę	Formę - Wolnostojące	Instalowania na budynkach, przy ciągach komunikacyjnych, na przystankach
W witrynach okiennych	Przy ustaleniu dopuszczalnej powierzchni ekspozycji na witrynie w %	Lokalizację - poziom parteru	Zaklejania wszystkich okien
Na przystankach	Lokalizacja - 1 z bocznych ścian – szczytowa, podświetlona, ale nie rażąca	Lokalizacja - 1 ściana boczna - szczytowa	Zastosowania ostrego światła, telebimu
Gabloty + Citylighty	Lokalizacja - przy ciągach komunikacyjnych, ścienne, wolnostojące	Gabaryty - Wysokość do 2,50 m, szerokość do 1,50 m	Zastosowania agresywnych, jaskrawych, drażniących kolorów, pulsacyjnych form,
Pneumatyczna	Ekspozycja - sezonowo, okolicznościowo, obsługa imprez (sezon letni)	Termin ustawienia powinien być doprecyzowany w uchwale	Lokalizacja - przy ciągu komunikacyjnym, zabrania się również przesłaniania budynków i krajobrazu
Flagi – maszty, Windery (stała instalacja)	Lokalizacja - ograniczona liczba na jedną nieruchomość lub na określonej powierzchni;	Treść związana z działalnością nieruchomości. Forma - Czysta, estetyczna, określenie maksymalnych wymiarów flag	Przesłanianie budynku/krajobrazu
Flagi – maszty, Windery (instalacja tymczasowa)	Lokalizacja - W przestrzeni publicznej i prywatnej, gdzie jest prowadzona działalność; mogą informować o danym wydarzeniu organizowanym w obiekcie prywatnym np. o sympozjum, konferencji itp.	Forma - estetyczne, czyste, demontowane po imprezie; określenie w uchwale max wymiarów	W pasach drogowych
Słupy ogłoszeniowe	Lokalizacja - W wyznaczonych miejscach	Typ, wysokość, kolorystyka	
Potykalce	Lokalizacja - jeden na działalność; umieszczony w takich miejscach, aby nie kolidował z ruchem pieszych	Forma - według katalogu dopuszczalnych form	W ciągach komunikacji ogólnej
3D	Tak	Forma uzgodniona z plastykiem miejskim, należało by określić max ilość na danej powierzchni	Zbyt duża liczba obiektów na małej powierzchni
Totemy	Lokalizacja - jeden przy budynku z działalnością usługową	Według katalogu w uchwale	Zbyt duża liczba obiektów na małej powierzchni
Pylony	Nie		Tak
Szyldy	Lokalizacja - tam gdzie jest prowadzona	Forma zapisana w SIM – Kolor,	Zasłanianie ciągów komunikacyjnych,



Forma reklamy	Dopuszcza się	Nakazuje się	Zakazuje się
	działalność, jeden szyld na jedną działalność	gabaryty, lokalizacja na elewacji - parter budynku, jednolita forma	bram i okien. Zakaz fluorescencyjnych form
Billboard stały	Lokalizacja - miejsca wskazane przez Miasto. Dotyczy działalności w mieście i bliskim sąsiedztwie miasta.	Gabaryty oraz parametry sytuowania określone w uchwale	Form - świetlnych, fluorescencyjnych, oraz zakaz rażącej kolorystyki



Inne uwagi uczestników spotkania:

- 1) W słowniczku uchwały powinny zostać doprecyzowane takie pojęcia jak:
 - sezon letni – określony w miesiącach
 - totem
 - pylon
- 2) Należy zweryfikować, czy ograniczenie możliwości sytuowania reklam podmiotów działających w innych miejscach niż Ustka i gmina Ustka nie jest ograniczeniem swobody działalności i konkurencyjności firm.
- 3) Zdaniem niektórych uczestników reklama musi być agresywna, żeby zwracała uwagę - reklamujemy się po to, aby oddziaływać na mieszkańców, turystów - dlatego też potrzebne są reklamy na wjeździe mówiące o tym, gdzie np. znajduje się sklep rybny. Alternatywą dla tego typu reklam może być System Informacji Miejskiej, który będzie wskazywał, gdzie dany obiekt się znajduje.
- 4) Jeden z uczestników zapytał również czy w związku z podjęciem uchwały reklamowej tracą moc akty prawne, które regulowały do tej pory kwestie związane z reklamami (np. mpzp), czy zmianie ulegną tylko zapisy w tych aktach. Konieczne jest zweryfikowanie czy w zapisach uchwały uzdrowskiej jest mowa o reklamie.
- 5) Przed rozpoczęciem warsztatów została poruszona kwestia niskiej frekwencji na spotkaniach oraz konieczności zaproszenia przedsiębiorców prowadzących działalność przy ul. Marynarki Polskiej. Jednocześnie zostało wyjaśnione, że zostały wykorzystane zróżnicowane kanały informacji.
- 6) Pojawiła się także wątpliwość dotycząca wyznaczenia stref, gdyż w chwili obecnej granica między I i II strefą przebiega jedną stroną ulicy Beniowskiego, w związku z czym należałoby doprecyzować zapisy w uchwale reklamowej – czy zapisy mają być takie same dla obu stron ulicy Beniowskiego. Pani Bugajewska wyjaśniła, że granica strefy I pokrywa się w granicach z granicami strefy zabytkowej miasta, która została ustalona przy porozumieniu z konserwatorem zabytków i tych granic nie będziemy zmieniać. Dodała, że wątpliwości związane z zagospodarowaniem przestrzeni będą rozpatrywane indywidualnie.

Pani Bugajewska podziękowała wszystkim za przybycie i za owocną pracę na warsztacie.



DOKUMENTACJA FOTOGRAFICZNA

