



KONSULTACJE SPOŁECZNE dotyczące zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Łodzi.



Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu daje gminie możliwość sporządzenia uchwały określającej zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń i powołuje pojęcia:

**tablicy
reklamowej**

**urządzenia
reklamowego**

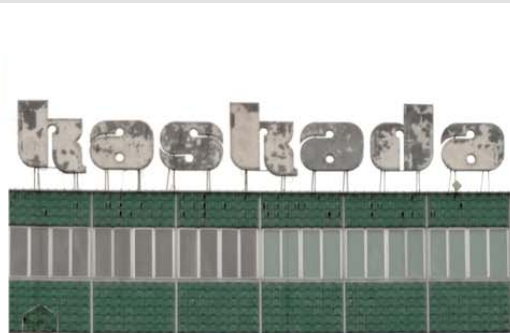


TABLICA REKLAMOWA

jest to przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklama naklejana na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem

URZĄDZENIE REKLAMOWE

jest to 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





Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym wśród tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyróżnia **szyldy** jako szczególną kategorię.

szyldy

**tablice i urządzenia
niebędące szyldami**

SZYLD

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



Definicja szyldu została zawarta w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2015 r. poz. 199 i 443)

URZĄDZENIA NIEBĘDĄCE SZYLDAMI

przykłady



KRAJOBRAZ MIEJSKI

uporządkowany



nieuporządkowany



KRAJOBRAZ NATURALNY

uporządkowany



nieuporządkowany





W **uchwale reklamowej** ustalamy:

- **zasady i warunki SYTUOWANIA** (gdzie mogą się znaleźć nośniki)
 - **GABARYTY** (wysokość, szerokość, grubość lub powierzchnię nośnika),
 - **LICZBĘ SZYLDÓW**
 - **TERMIN DOSTOSOWANIA** (czas na wymianę nośnika)
-

CEL PODJĘCIA UCHWAŁY:

Ochrona ładu przestrzennego przy jednoczesnym poszanowaniu potrzeb wynikających z aktywności gospodarczej, toczącej się w mieście, a także komfortu jego mieszkańców;

Do powyższego celu należy dążyć poprzez nawiązanie do otoczenia ze szczególnym uwzględnieniem kontekstu historycznego, stosowanie rozwiązań harmonijnie wpisujących się w kompozycję elewacji (gzymsy, podziały pionowe i poziome) oraz spójnych stylistycznie w obrębie jednej nieruchomości

REALIZACJA CELU PRZEZ:



1. nawiązanie do otoczenia z uwzględnieniem kontekstu historycznego



2. stosowanie rozwiązań harmonijnie wpisujących się w kompozycje elewacji



3. stosowanie rozwiązań spójnych stylistycznie w obrębie jednej nieruchomości

PRZESTRZENIE OGÓLNODOSTĘPNE



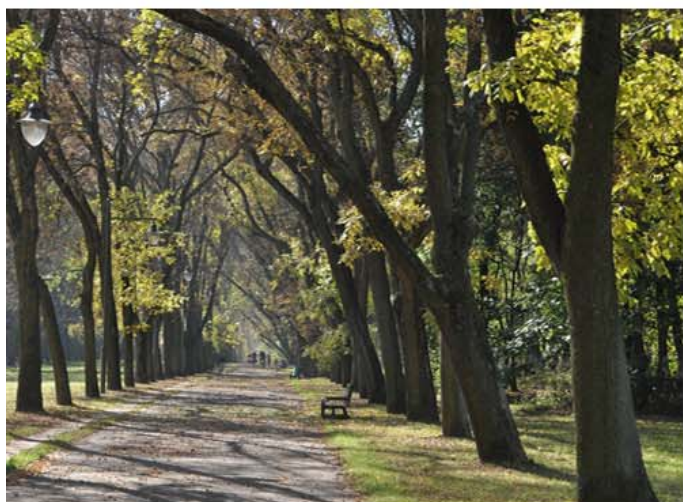
plac



ulica



droga



park/skwer zielony



teren zabudowany



teren niezabudowany

SYTUOWANIE TABLIC I URZĄDZEŃ

w przestrzeni ogólnodostępnej



na ogrodzeniu



na przystanku mpk



w międzytorzu



na słupach



przy ciągach pieszych
w zabudowie zwartej



przy ciągach pieszych
w zabudowie wolnostojącej



przy ciągach pieszych
na skwerach



na terenach naturalnych
przy drogach głównych

RODZAJE ZABUDOWY



budynek zabytkowy



budynek pofabryczny



kamienica



kamienica z detalem



budynek biurowy



pawilon handlowy



galeria handlowa



zespół zabytkowy (Księży Młyn)



budynki jednorodzinne



budynki wielorodzinne



budynki przemysłowe



stacja benzynowa

SYTUOWANIE TABLIC I URZĄDZEŃ

na budynku



nad witryną



na witrynie



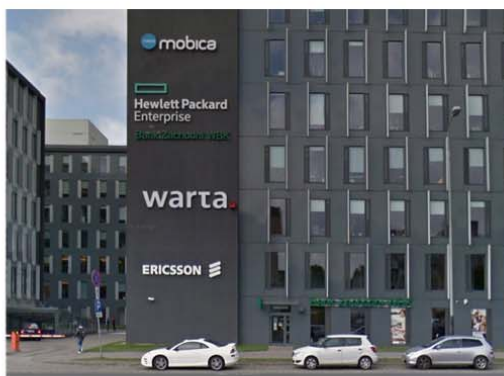
przy wejściu do budynku



prostopadle do lica ściany



na rusztowaniu



na płaskiej powierzchni ściany



na ścianie szczytowej



na dachu

RODZAJE TABLIC I URZĄDZEŃ

sytuowane w przestrzeni ogólnodostępnej



billboard wolnostojący



pylon duży



pylon mały



tablica kierunkowa



tablica



citylight



siatka/baner na konstrukcji



flaga

RODZAJE TABLIC I URZĄDZEŃ

sytuowane na budynku



kasetony



litery przestrzenne



semafor



tabliczka



naklejka



billboard



siatka reklamowa/baner



siatka na rusztowaniu



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ



BIBLIOGRAFIA

W prezentacji wykorzystano własne materiały fotograficzne oraz dostępne na stronach: staremiasto.poznan.pl, emzet.pl, markiza.com.pl, clerair.pl, albex.pl, metrowarszawa.gazeta.pl, wrzask.blog.polityka.pl, wikipedia, zdit.uml.lodz.pl, uml.lodz.pl, rewitalizacja.uml.lodz.pl, sidzina.net.pl



PRZEBIEG KONSULTACJI

Konsultacje przeprowadzone są w formie:

1) otwartego spotkania w dniu 16 maja 2019 r. w godzinach 17.00-20.00 w Dużej Sali Obrad Urzędu Miasta Łodzi, podczas którego będzie możliwe składanie opinii i propozycji do protokołu.

2) zbierania opinii i propozycji na piśmie, w tym drogą elektroniczną, na formularzu konsultacji społecznych, który po wypełnieniu można przekazać:

a) do Kancelarii Biura Architekta Miasta w Departamencie Architektury i Rozwoju Urzędu Miasta Łodzi, ul. Piotrkowska 113, II piętro, w godzinach pracy urzędu,

b) drogą elektroniczną na adres: kodeks.reklamowy@uml.lodz.pl lub poprzez wypełnienie formularza on-line na stronie **<https://bip.uml.lodz.pl/miasto/konsultacje-spoeczne-2/>**

c) drogą korespondencyjną na adres: Urząd Miasta Łodzi, Departament Architektury i Rozwoju, Biuro Architekta Miasta, ul. Piotrkowska 113, 90-430 Łódź

Opinie przyjmowane będą od 13 maja 2019 roku do 27 maja 2019 roku do godziny 16.00.



SPOTKANIE OTWARTE - ZASADY

1. Spotkanie prowadzone jest w formule wysłuchania obywatelskiego z elementami debaty.
2. Nad przebiegiem spotkania czuwa moderator, który udziela głosu i kontroluje czas wypowiedzi.
3. Każdy uczestnik spotkania ma prawo głosu i swobodnego wyrażania się (max. 3 minuty na wypowiedź).
4. W przypadku pytań formułowanych przez uczestników podczas zabierania głosu, moderator wskazuje osobę/osoby ze strony Urzędu Miasta, które będą mogły udzielić na nie odpowiedzi.
5. Wyrażając opinie kierujemy się zasadami wzajemnego szacunku i tolerancji dla wyrażanych poglądów i stanowisk.



SPOTKANIE OTWARTE – PYTANIA

- 1. Jakie są Państwa oczekiwania odnośnie tablic i urządzeń reklamowych w mieście?**
 - Czy jest ich za dużo czy za mało? Czy się podobają czy nie podobają? Czy przeszkadzają czy nie przeszkadzają?
 - Które elementy przeszkadzają? W jakich miejscach? Jakie tablice i urządzenia reklamowe powinny być całkowicie zakazane? Gdzie, na jakich obszarach, te zakazy powinny obowiązywać?
- 2. Jaki kształt powinna przyjąć nowy Kodeks Krajobrazowy? Czy powinien być bardziej czy mniej restrykcyjny?**
- 3. Czy obecne zapisy Kodeksu Krajobrazowego są dla Państwa zrozumiałe czy niezrozumiałe? Które zapisy budzą wątpliwości?**
- 4. Czy opisane w Kodeksie Krajobrazowym okresy dostosowania się do zmian są wystarczające?**