



## **KONCEPCJA REGULACJI ESTETYKI MIASTA**

**Ustalenia dotyczące nośników reklam i szyldów  
do stosowania w miejscowych planach zagospodarowania  
przestrzennego**

czerwiec 2014 r.

„Konceptcja Regulacji Estetyki Miasta” (KREM) to studium sporządzone w Biurze Rozwoju Gdańska, w ramach którego analizowano oddziaływanie nośników reklam na odbiór przestrzeni publicznej oraz estetyki w mieście. Celem Studium było **ustalenie zasad lokalizacji szyldów i nośników reklam do stosowania w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego oraz ustalenie zasad dotyczących kolorystyki elewacji, dachów, ogrodzeń i posadzek w przestrzeniach publicznych, które przedstawione zostaną w późniejszym czasie jako odrębne opracowanie.**

Poniższe **ustalenia dotyczą tylko nośników reklam i szyldów.** W czerwcu 2014r. Prezydent Miasta Gdańska Paweł Adamowicz podjął decyzję o wprowadzeniu regulacji KREM do nowych miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego sporządzanych w Biurze Rozwoju Gdańska.

Struktura aktu prawa miejscowego, jakim jest miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego podlega ściśle określonym zasadom uregulowanym w stosownych przepisach prawa. Plan miejscowy składa się z części ogólnej, w której wyjaśnione są użyte w akcie pojęcia (definicje) i z części szczegółowej zawierającej ustalenia dla poszczególnych terenów (karty terenu). Każdorazowo na etapie sporządzania miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego szczegółowo analizowane są uwarunkowania obszaru objętego planem i formułowane są regulacje dla poszczególnych terenów w granicach planu. W wyniku wspomnianych analiz w uchwale wprowadzone będą odpowiednie zapisy wybrane z poniższego zbioru zasad, dostosowane do indywidualnych uwarunkowań. W uzasadnionych przypadkach dopuszcza się wprowadzenie dodatkowych regulacji nieujętych w poniższym zbiorze a wynikających z indywidualnych rozwiązań funkcjonalno-przestrzenno-projektowych.

W związku z tym, w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego (mpzp) wprowadzone zostaną:



## NOWE DEFINICJE:

1. **Nośnik reklamy** – zewnętrzne urządzenie lub powierzchnia, na którym jest eksponowana reklama lub informacja handlowa albo samo jest reklamą lub informacją handlową.

Do nośników reklam nie wlicza się: nośników miejskich systemów informacji, tymczasowych nośników reklam (takich jak: reklamy remontowo - budowlane, reklamy okolicznościowe związane z wydarzeniami kulturalno - sportowo - edukacyjno - społecznymi organizowanymi na terenie miasta), mebli miejskich, elementów zagospodarowania sezonowych ogródków gastronomicznych, tzw. potykaczy oraz nośników reklam na pojazdach samobieżnych;

2. **Szyld** – informacja wizualna o stałej treści, zawierająca nazwę lub/i informacje o prowadzonej działalności, umieszczona w miejscu wykonywania działalności.
3. **Słup ogłoszeniowo – reklamowy** – szczególny rodzaj nośnika reklamy w formie walca lub graniastostupa o średnicy lub szerokości od 1,2 m do 1,75 m i wysokości całkowitej nieprzekraczającej 4,7 m.
4. **Powierzchnia ekspozycyjna** - powierzchnia służąca eksponowaniu reklam, informacji handlowych lub wizualnych, której wielkość liczy się jako maksymalną możliwą powierzchnię jej rzutu na płaszczyznę pionową.
5. **Powierzchnia ekspozycyjna świecąca zmienna** – typ powierzchni ekspozycyjnej, na której treści generowane są przy pomocy technologii elektronicznej, cyfrowej lub wykorzystującej inne nowoczesne technologie.

## NOWY §, w którym ujęte będą ZASADY DOTYCZĄCE SPOSOBU UMIESZCZANIA NOŚNIKÓW REKLAM I SZYLDÓW:

### Ust. 1 Zakazuje się umieszczania:

1. nośników reklam i szyldów z powierzchnią ekspozycyjną świecąca zmienną, za wyjątkiem wskazanych w karcie terenu wybranych pasów drogowych i miejsc [lokalizacje ustalone w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego każdorazowo zostaną przeanalizowane pod kątem m.in. bezpieczeństwa ruchu drogowego i uciążliwości dla funkcji mieszkaniowej...];
2. nośników reklam na ogrodzeniach, balustradach, murach i konstrukcjach oporowych, itp.;
3. nośników reklam na budynkach za wyjątkiem ścian bez okien lub wyłącznie z oknami klatek schodowych;
4. nośników reklam na wszystkich elewacjach budynków wpisanych do rejestru zabytków i elewacjach chronionych budynków o wartościach kulturowych.

### Ust. 2 Ustala się zasady lokalizacji wolnostojących nośników reklam:

1. W pasach drogowych i terenach do nich przyległych, ustala się minimalne odległości między wolnostojącymi nośnikami reklam o powierzchni ekspozycyjnej większej niż 3 m<sup>2</sup> :

Klasa drogi	Minimalna odległość (m)
D (Dojazdowa) i niższe	50
L (Lokalna)	70
Z (Zbiorcza)	80
G (Główna)	120
GP (Główna Przyspieszona)	130

2. Ustala się minimalną odległości równą 30 m między wolnostojącymi nośnikami reklam o powierzchni ekspozycyjnej do 3m<sup>2</sup> i słupami ogłoszeniowo-reklamowymi.

### Ust. 3 Ustala się zasady lokalizacji nośników reklamowych na obiektach:

1. na budynkach dopuszcza się lokalizację maksymalnie dwóch nośników reklam z zachowaniem jednakowej wielkości lub wyłącznie jednego, jeśli jest to nośnik o powierzchni ekspozycyjnej powyżej 18 m<sup>2</sup>, niewychodzących poza obrys budynku, na ścianach bez okien lub wyłącznie z oknami klatek schodowych. Łączna powierzchnia ekspozycyjna nośników nie może przekraczać 80% powierzchni ściany, na której są umieszczane.

2. dla kiosków i toalet publicznych dopuszcza się maksymalnie jeden nośnik reklamy o powierzchni ekspozycyjnej do 3 m<sup>2</sup>;

3. na wiatkach przystankowych dopuszcza się lokalizację maksymalnie trzech nośników reklam o powierzchni ekspozycyjnej do 3 m<sup>2</sup> każdy, pod warunkiem zachowania widoczności nadjeżdżającego pojazdu komunikacji zbiorowej i nazwy przystanku.

#### Ust. 4 Ustala się zasady lokalizacji szyldów:

1. dla każdej prowadzonej w budynku działalności gospodarczej dopuszcza się na elewacji budynku jeden szyld równoległy do lica budynku o powierzchni do 3 m<sup>2</sup> i jeden szyld prostopadły do lica budynku o powierzchni do 0,5 m<sup>2</sup> z zastrzeżeniem pkt 6 oraz pkt 7 lit. a i b;

2. szyldy umieszcza się wedle jednolitych reguł (forma, wielkość, długość wysięgnika oraz jednakowa wysokość umiejscowienia) w obrębie jednego budynku lub zespołu budynków z zastrzeżeniem pkt 7 lit. b;

3. dopuszcza się przystąpienie szyldami maksymalnie 20% powierzchni otworu okiennego;

4. szyldy lokalizuje się na elewacji budynku w poziomie kondygnacji, na której znajduje się zewnętrzne wejście do prowadzonej działalności, z zastrzeżeniem pkt 7. W przypadku, gdy budynek nie graniczy bezpośrednio z chodnikiem dopuszcza się lokalizację szyldu lub szyldów na ogrodzeniu lub w przedogródku posesji o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej do 0,5 m<sup>2</sup> każdy;

5. szyldy lokalizuje się w sposób uwzględniający podziały pionowe i poziome elewacji oraz inne charakterystyczne cechy i detale budynku lub zespołu budynków, nie powodując przy tym ich przesłaniania lub deformacji;

6. dla budynków wpisanych do rejestru zabytków i budynków o wartościach kulturowych, dopuszcza się szyldy równoległe i prostopadłe do lica budynku o maksymalnej powierzchni do 0,5 m<sup>2</sup> [chyba, że wojewódzki konserwator zabytków ustali inaczej];

7. dla budynków usługowych o wysokości większej niż 15 m i obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m<sup>2</sup>:

a) dopuszcza się dodatkowo po jednym szyldzie bez ustalania wielkości na każdej elewacji lub jej krawędzi z dachem z zastrzeżeniem, że nie jest ich więcej niż cztery i są przewidziane w projekcie budowlanym lub projekcie elewacji,

b) szyldy równoległe do lica budynku umieszcza się na elewacji na dowolnej wysokości w sposób zgrupowany i uporządkowany.



Ponadto

**W KARTACH TERENU** w „Zasadach ochrony i kształtowania ładu przestrzennego”  
znajdzie się:

- **odniesienie do „zasad lokalizowania szyldów i nośników reklam”,**
- **ustalenie dotyczące dopuszczonych formatów nośników reklam** [na podstawie strefowania miasta ]
- **zakaz umieszczania:**

*[zapisy stosowane wyjątkowo w odniesieniu do najbardziej reprezentacyjnych lub przyrodniczo cennych miejsc]*

- 1. nośników reklam na tle pomników oraz obiektów wpisanych do rejestru zabytków** *[konieczność doprecyzowania w mpzp przez projektanta w zależności od widoczności i rangi obiektu np. poprzez narysowanie strefy zakazu na rysunku planu];*
- 2. nośników reklam na tle zwartych kompleksów zieleni i pomników przyrody** *[konieczność doprecyzowania w mpzp przez projektanta w zależności od widoczności i typu ochrony kompleksu/obiektu np. poprzez narysowanie strefy zakazu na rysunku planu];*
- 3. nośników reklam na tle zbiorników wodnych i wód płynących** *[konieczność doprecyzowania w mpzp przez projektanta w zależności od widoczności i rangi miejsca np. poprzez narysowanie strefy zakazu na rysunku planu]*

a

**W KARTACH DROGOWYCH** w „Zasadach kształtowania przestrzeni publicznych”  
znajdzie się:

- 1. zakaz lokalizacji nośników reklam w obrębie skrzyżowania** *(dla dróg klasy lokalnej (L) i niższych),*
- 2. zakaz lokalizacji wolnostojących nośników reklam w obszarze wyznaczonym na rysunku planu** *(dla dróg klasy zbiorczej (Z) i wyższych. Projektant w konsultacji z Zarządem Dróg i Zieleni w Gdańsku określi strefy zakazu),*

## W celu określenia dopuszczonego formatu nośników reklam i szyldów na terenie Gdańska ustalono **STREFOWANIE MIASTA**

### a) **STREFA I – CZERWONA** obejmująca:

- lasy, zieleńce, parki i cmentarze, obszary objęte formami ochrony przyrody,
- ogrody działkowe przeznaczone do zachowania w Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Gdańska (SUiKZP),

w której dopuszcza się wyłącznie szyldy.

### b) **STREFA II – POMARAŃCZOWA** obejmująca:

- obszary wpisane do rejestru zabytków województwa pomorskiego,
- strefy ochrony konserwatorskiej,
- Wrzeszcz Górny w granicach Centralnego Pasma Usługowego (CPU) oraz Wrzeszcz Dolny, zurbanizowane obszary Wyspy Sobieszewskiej,
- enklawy zabudowy o małych gabarytach np. zabudowa jednorodzinna w Matemblewie,
- plaże i wydmy,

w której dopuszcza się szyldy, słupy ogłoszeniowo – reklamowe, nośniki reklam wolnostojące o powierzchni ekspozycyjnej do 3 m<sup>2</sup> i nośniki reklam na ścianach szczytowych bez okien lub wyłącznie z oknami klatek schodowych o łącznej powierzchni ekspozycyjnej do 24 m<sup>2</sup> ale nie większej niż 80% powierzchni ściany, na której są umieszczane.

### c) **STREFA III – ŻÓŁTA** obejmująca:

- obszary znajdujące się w CPU określonym w SUiKZP nie objęte strefą II,
- wieloprzestrzenne elementy krajobrazu kulturowego,
- strefy ekspozycji określone w SUiKZP,
- obszary o wartościach kulturowych nieobjęte strefą ochrony konserwatorskiej,
- Siedlce, Stary Chełm, Stare Suchanino

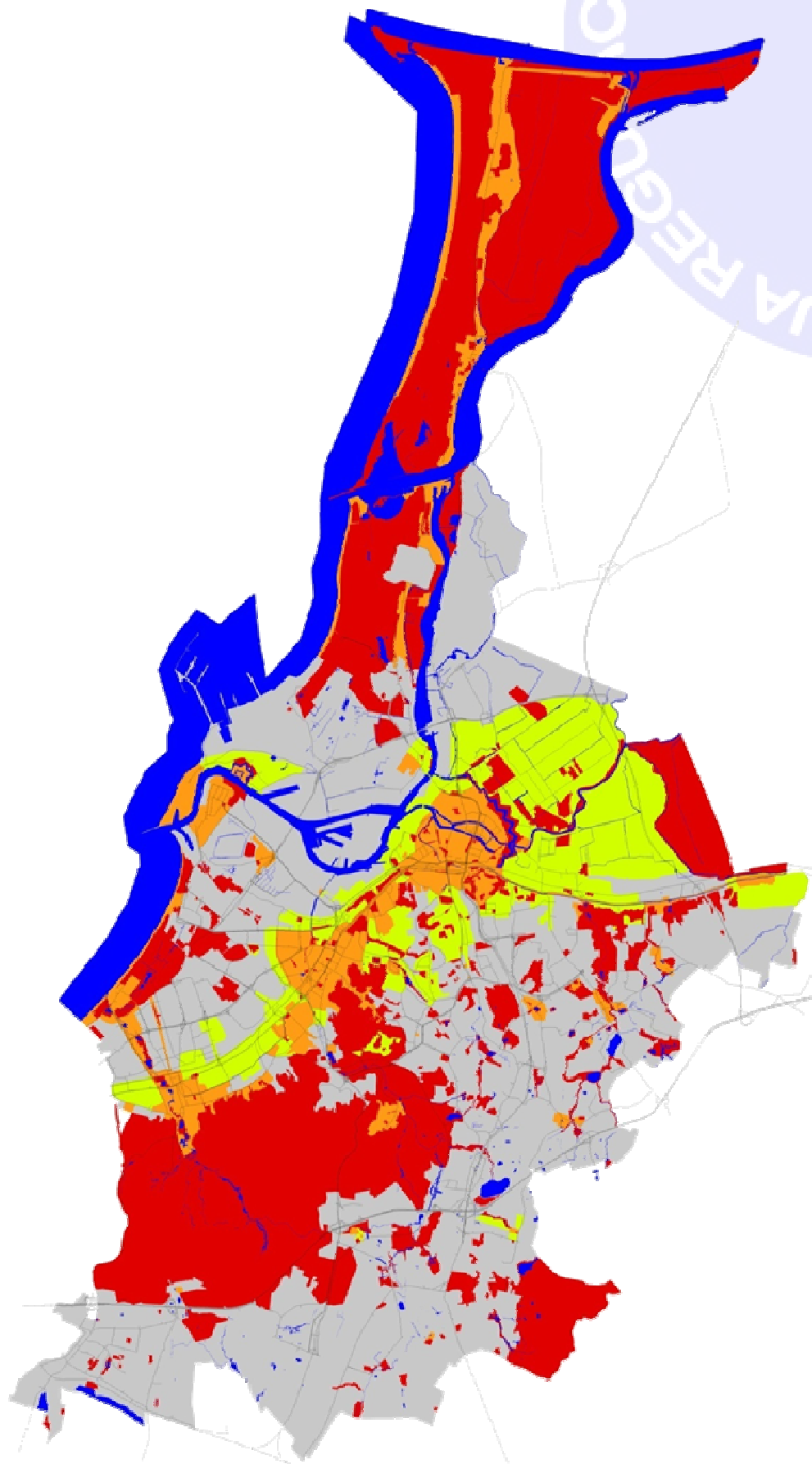
w której dopuszcza się szyldy, słupy ogłoszeniowo – reklamowe, nośniki reklam wolnostojące o powierzchni ekspozycyjnej do 9 m<sup>2</sup> i nośniki reklam na ścianach szczytowych bez okien lub wyłącznie z oknami klatek schodowych o łącznej powierzchni ekspozycyjnej do 36 m<sup>2</sup>, ale nie większej niż 80% powierzchni ściany, na której są umieszczane.

### d) **STREFA IV – BIAŁA** obejmująca:

- obszar miasta, który nie został objęty ww. strefami,

w której dopuszcza się szyldy, słupy ogłoszeniowo – reklamowe, nośniki reklam wolnostojące o powierzchni ekspozycyjnej do 18m<sup>2</sup> oraz nośniki reklam na ścianach szczytowych bez okien lub wyłącznie z oknami klatek schodowych o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 80% powierzchni ściany, na której są umieszczane.

Poniższa mapa odwzorowująca strefy, jest materiałem poglądowym, a informacje na niej zawarte nie są wiążące i nie mogą stanowić podstaw do jakichkolwiek roszczeń.





Zespół autorski:

Edyta Damszel-Turek – koordynator zespołu KREM, Biuro Rozwoju Gdańska,  
Marek Piskorski – Biuro Rozwoju Gdańska,  
Maja Wypychowska – Biuro Rozwoju Gdańska,  
Dorota Korzeniowska – Biuro Rozwoju Gdańska,

Współpraca:

Karolina Orcholska – Zarząd Dróg i Zieleni w Gdańsku,  
Michał Szymański – Referat Estetyzacji Miasta, Wydział Urbanistyki, Architektury i  
Ochrony Zabytków w Gdańsku,  
Dariusz Słodkowski – Radny Miasta Gdańska.