



# **KONCEPCJA REGULACJI ESTETYKI MIASTA**

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

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

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 tych analiz w uchwale wprowadzone zostaną odpowiednie zapisy wybrane z poniższego zbioru zasad, dostosowane do indywidualnych uwarunkowań. W uzasadnionych przypadkach dopuszcza się wprowadzenie dodatkowych regulacji nie ujętych w poniższym zbiorze a wynikających z indywidualnych rozwiązań funkcjonalno-przestrzenno-projektowych.

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



## NOWE DEFINICJE:

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

Ustalenia mpzp nie dotyczą:

- a) nośników miejskich systemów informacji,
  - b) tymczasowych nośników reklamowych:
    - reklamy remontowo - budowlanej,
    - okolicznościowych związanych z wydarzeniami kulturalno – sportowo – edukacyjno -społecznymi organizowanymi na terenie miasta,
    - mebli miejskich, elementów zagospodarowania sezonowych ogródków gastronomicznych oraz potykaczy,
  - b) nośników reklamy 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 nie przekraczającej 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 będą ustalone ZASADY DOTYCZĄCE SPOSOBU UMIESZCZANIA NOŚNIKÓW REKLAMY I SZYLDÓW**

### **Ust. 1 Zakazuje się umieszczenia:**

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

### **Ust. 2 Ustala się zasady lokalizacji wolnostojących nośników reklamowych:**

1. W pasach drogowych i terenach do nich przyległych, ustala się minimalne odległości między wolnostojącymi nośnikami reklamy 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. W pasach drogowych i terenach do nich przyległych ustala się minimalną odległość równą 30m, między wolnostojącymi nośnikami reklamy 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 reklamy z zachowaniem jednakowej wielkości lub wyłącznie jednego jeśli jest to nośnik o powierzchni ekspozycyjnej powyżej 18 m<sup>2</sup>, nie wychodzących 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 reklamy 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 sztyldów:**

**1. dla każdej prowadzonej w budynku działalności gospodarczej dopuszcza się na elewacji budynku jeden sztyld równoległy do lica budynku o powierzchni do 3 m<sup>2</sup> i jeden sztyld 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. sztyldy 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 sztyldami maksymalnie 20% powierzchni otworu okiennego;**

**4. sztyldy 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 sztyldu lub sztyldów na ogrodzeniu lub w przedogródku posesji o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej do 0,5 m<sup>2</sup> każdy;**

**5. sztyldy 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 sztyldy 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 WOH-ów:**

**a) dopuszcza się dodatkowo po jednym sztyldzie 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) sztyldy 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 reklamy** [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 reklamowych w obrębie skrzyżowania** ( dla dróg klasy lokalnej (L) i niższych),
2. **zakaz lokalizacji wolnostojących nośników reklamowych 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 reklamy 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 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 reklamy wolnostojące o powierzchni ekspozycyjnej do 3 m<sup>2</sup> i nośniki reklamy na ścianach szczytowych bez okien (za wyjątkiem okien 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 Centralnym Paśmie usługowym (CPU) określonym w SUiKZP nie objęte strefą II,
- wieloprzestrzenne elementy krajobrazu kulturowego,
- strefy ekspozycji określone w SUiKZP,
- obszary o wartościach kulturowych nie objęte strefą ochrony konserwatorskiej,
- Siedlce, Stary Chełm, Stare Suchanino

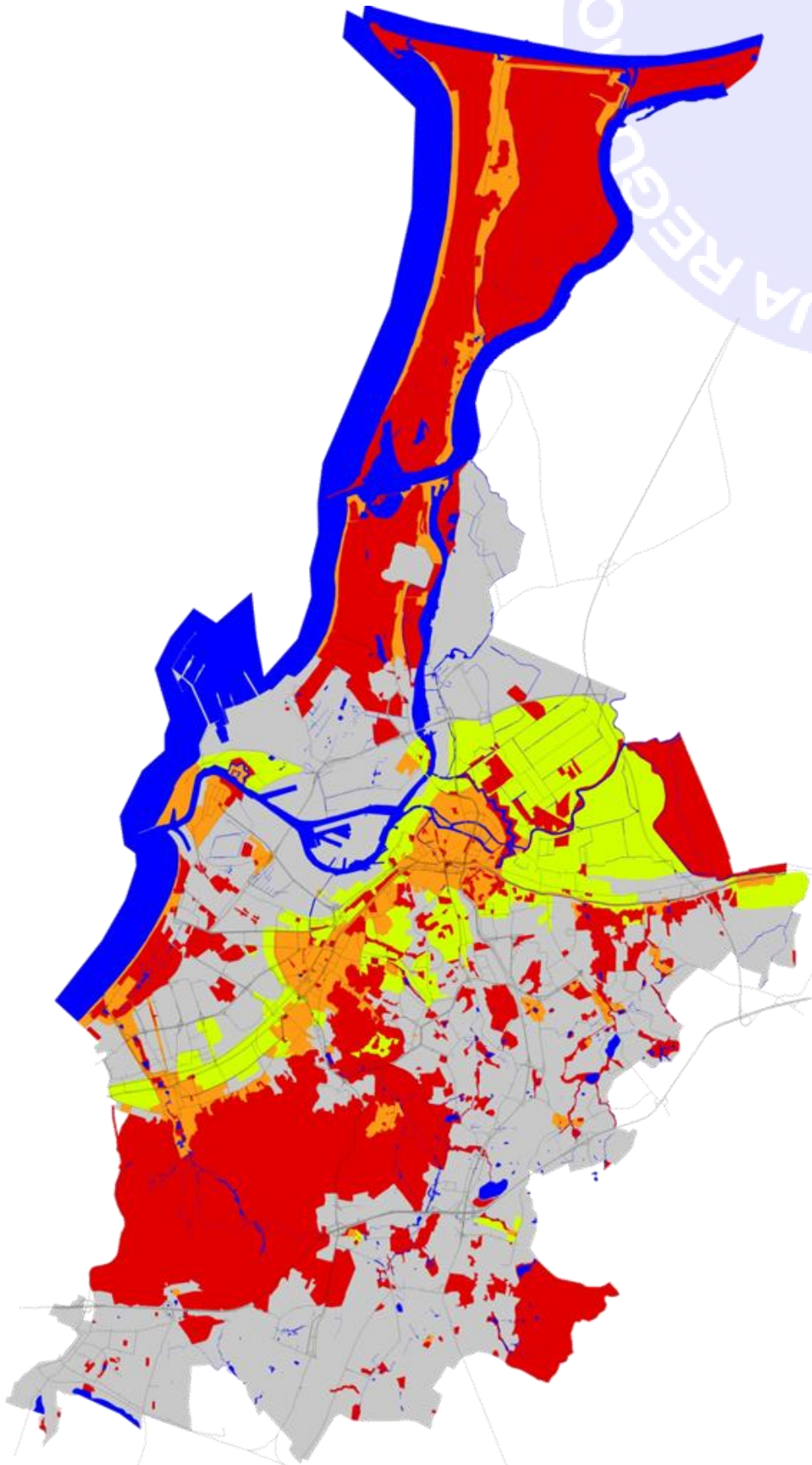
w której dopuszcza się szyldy, słupy ogłoszeniowo – reklamowe, nośniki reklamy wolnostojące o powierzchni ekspozycyjnej do 9 m<sup>2</sup> i nośniki reklamy na ścianach szczytowych bez okien (za wyjątkiem okien klatek schodowych) o łącznej powierzchni ekspozycyjnej do 36 m<sup>2</sup> ale nie większej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

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

- obszary Miasta, które nie znajdują się w pozostałych strefach

w której dopuszcza się szyldy, słupy ogłoszeniowo – reklamowe, nośniki reklamy wolnostojące o powierzchni ekspozycyjnej do 18m<sup>2</sup> oraz nośniki reklamy na ścianach szczytowych bez okien (za wyjątkiem okien klatek schodowych) o powierzchni ekspozycyjnej nie przekraczającej 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 pod kierunkiem Edyty Damszel-Turek z Biura Rozwoju Gdańska:

Maja Wypychowska – Biuro Rozwoju Gdańska,

Dorota Korzeniowska – Biuro Rozwoju Gdańska,

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.