

Przedstawienie doświadczeń Miasta Cieszyna w zakresie przygotowania i przyjęcia tzw. „Uchwały krajobrazowej”



szyldy były obecne niemal od zawsze



lecz nie zawsze wyglądały tak jak teraz...



uchwała krajobrazowa

jako remedium

etapy opracowania



spotkania
otwarte



warsztaty



geoankieta



wywiady
z mieszkańcami



prezentacja
Komisji Rady
Miejskiej



spotkania
otwarte



spotkanie dla ogółu
przedsiębiorców
i lokalnej branży
reklamowej



spotkania
otwarte



spotkanie
z konkretnymi
grupami
interesariuszy



uzgodnienia
i opinowanie
zewnętrzne



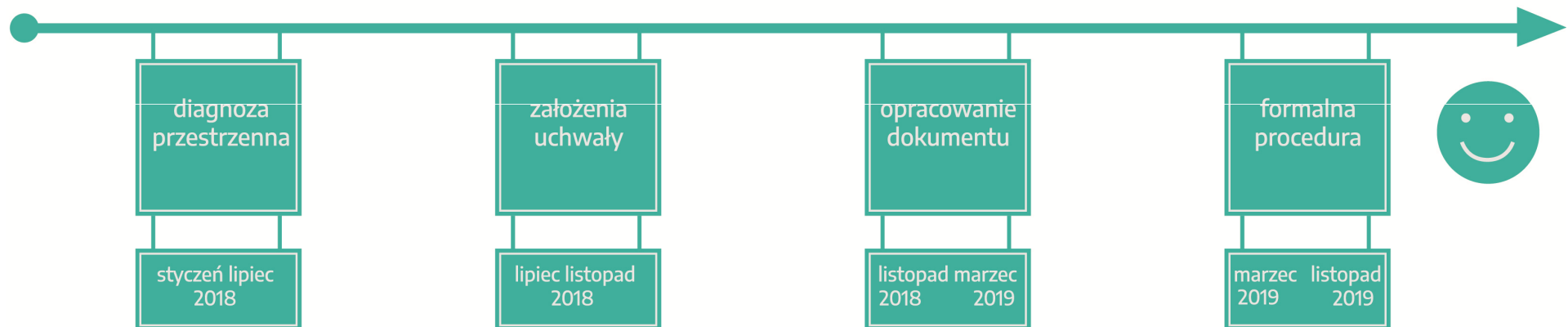
wyłożenie do
publicznego wglądu
i przyjmowanie uwag



rozstrzygnięcie
uwag



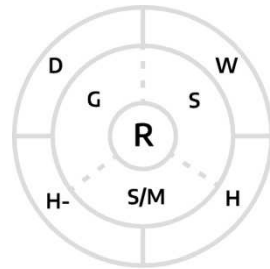
podjęcie uchwały



etap 1

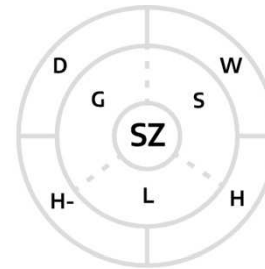
analizy

analiza jakościowa zjawisk reklamowych



REKLAMA

G - gabaryt
S - sytuowanie
S/M - standard jakościowy,
materiały budowlane



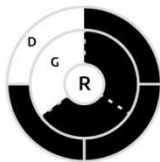
SZYLD

G - gabaryt
S - sytuowanie
L - liczba

[widoczność litery oznacza iż dane kryterium jest spełnione]



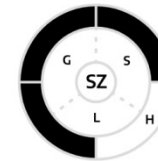
D
degradacja



H-
dysharmonia



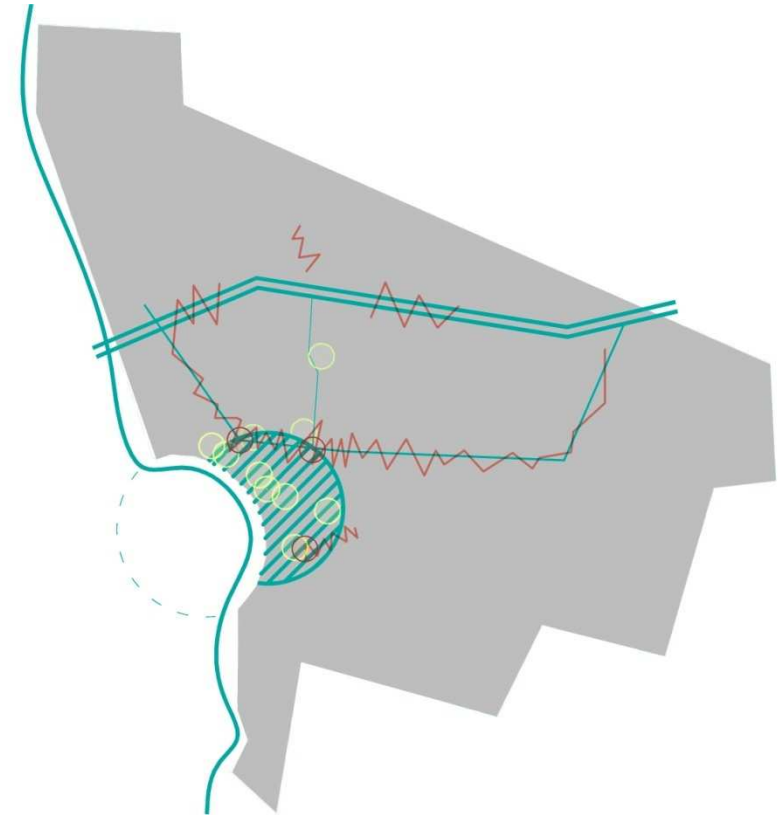
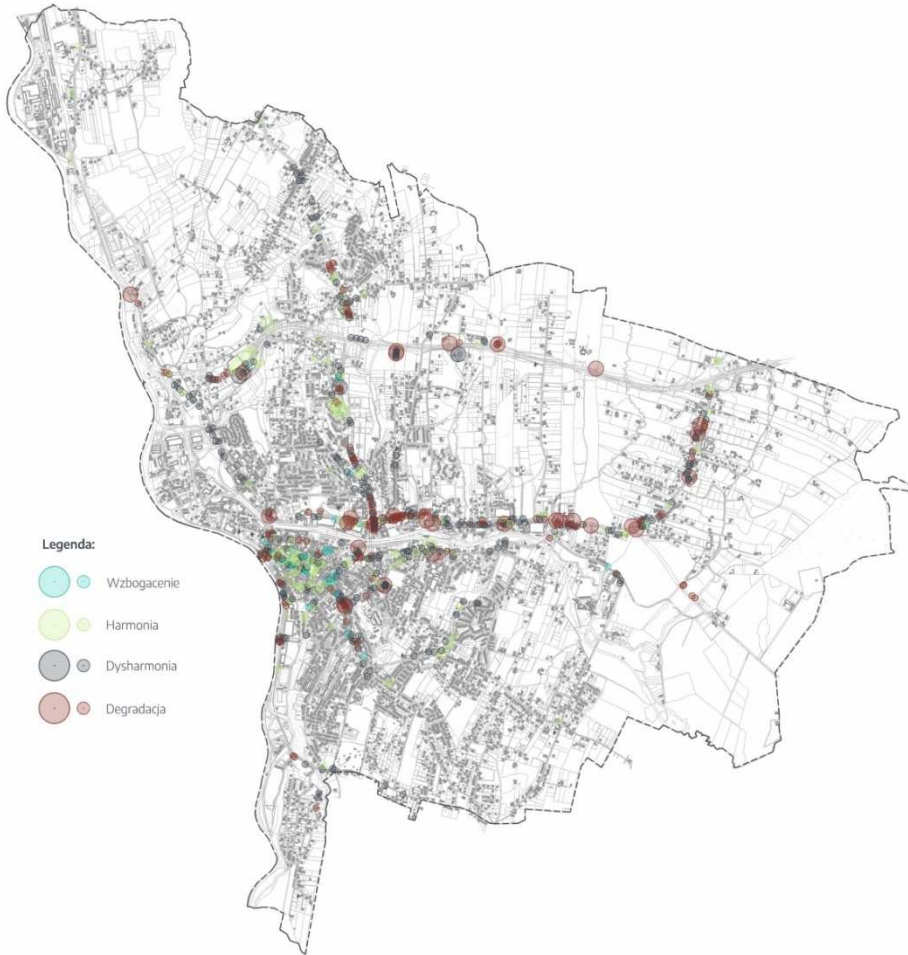
H+
harmonia



W
wzbogacenie



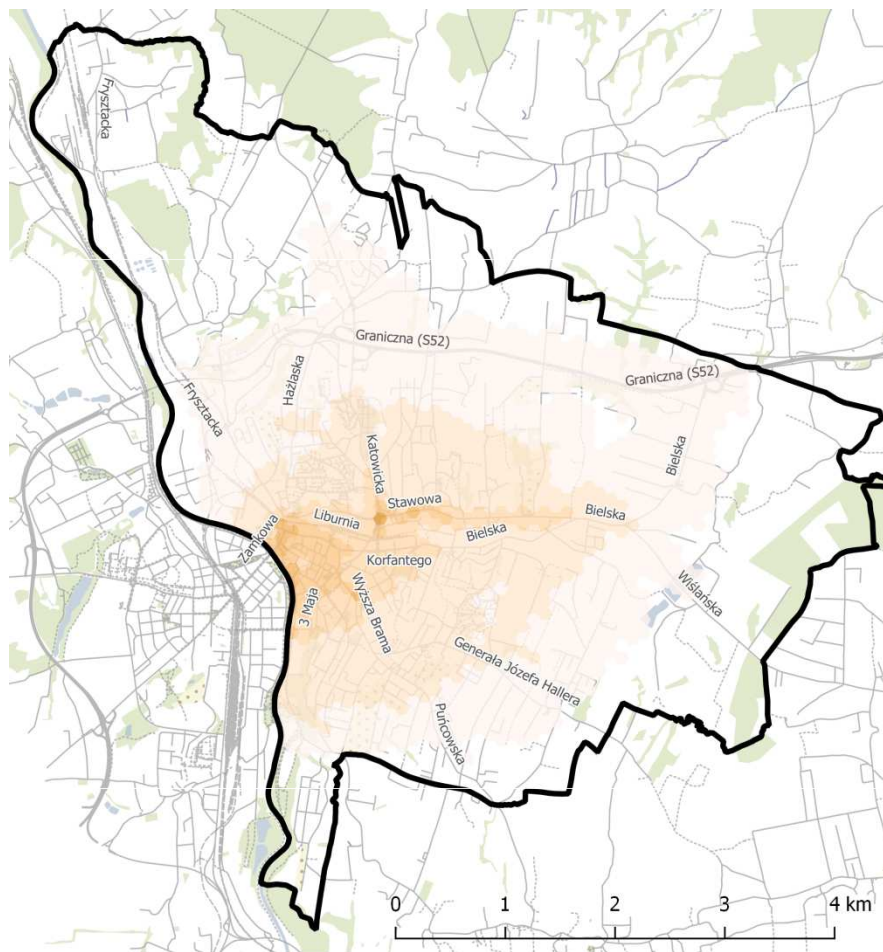
analiza przestrzenna zjawisk reklamowych, synteza



analiza krajobrazów



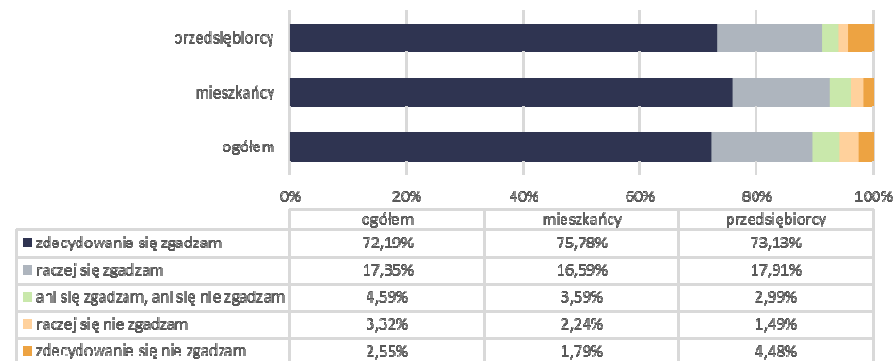
geoankieta



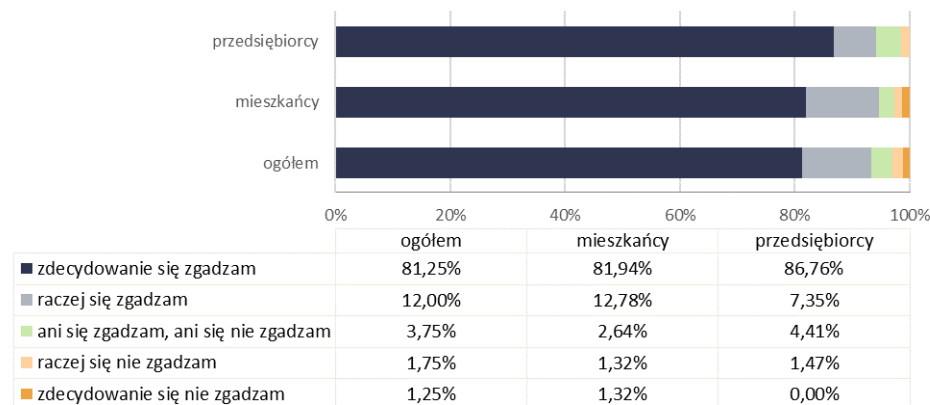
Obszary występowania reklam ocenianych pozytywnie/negatywnie

- zdecydowana przewaga ocen negatywnych
- umiarkowana przewaga ocen negatywnych
- niewielka przewaga ocen negatywnych

"Reklamy, oprócz szyldów, psują estetykę przestrzeni miejskiej"



"Reklam jest za dużo"

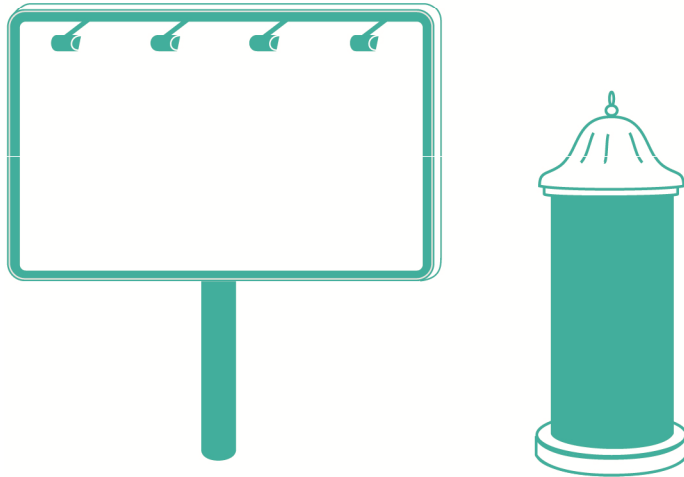


etap 2

założenia uchwały

elementy wyposażenia przestrzeni, takie jak:

tablice i urządzenia reklamowe
(reklamują coś, co jest w innym miejscu)

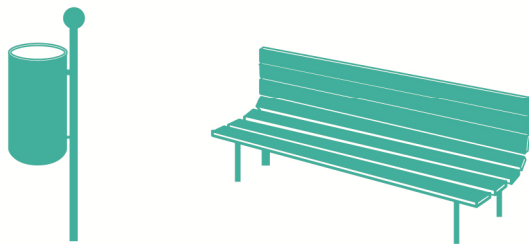


szyldy



(reklamują coś tam,
gdzie to jest)

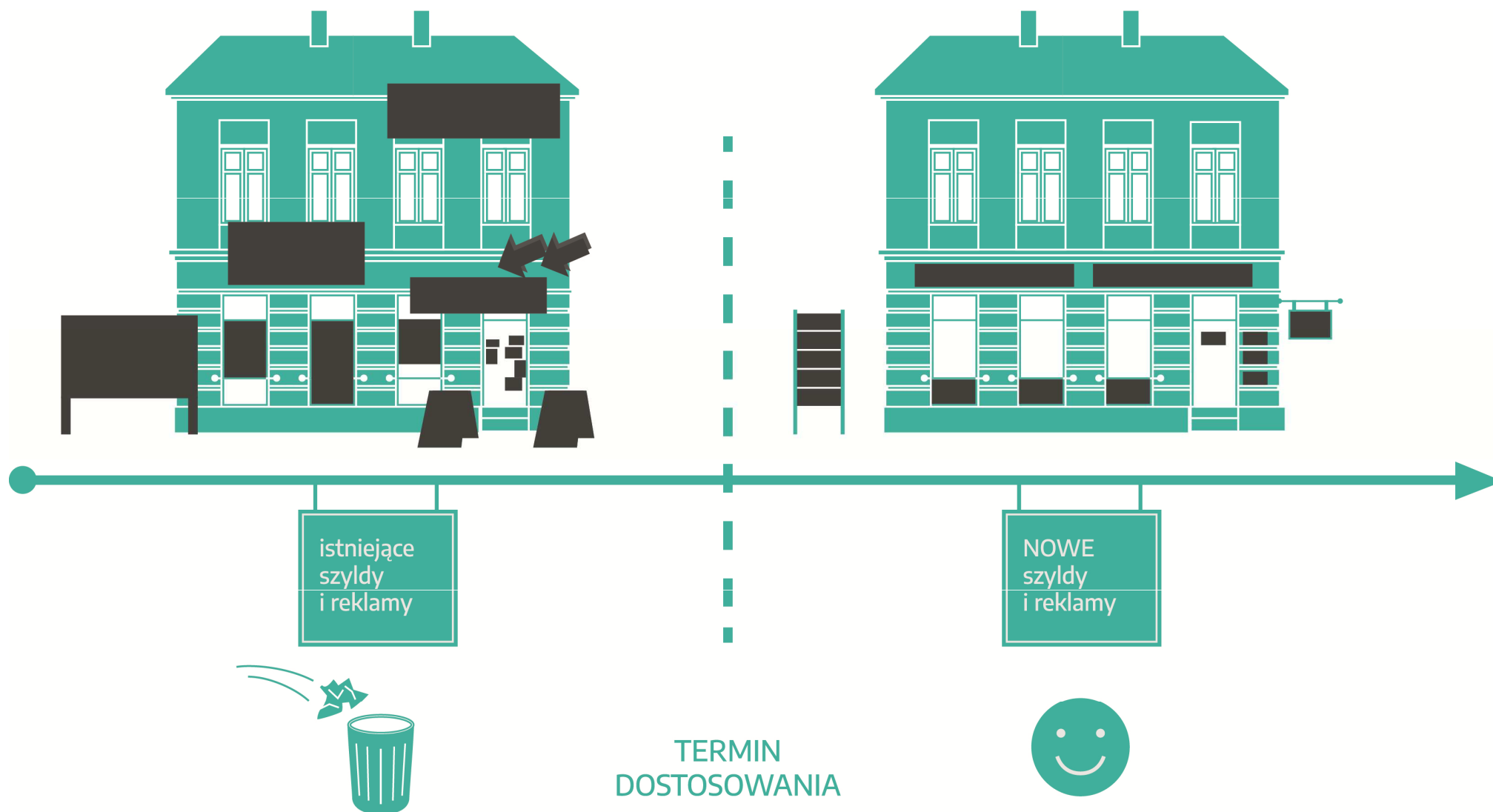
obiekty małej architektury



ogrodzenia



obowiązek dostosowania istniejących reklam i szyldów



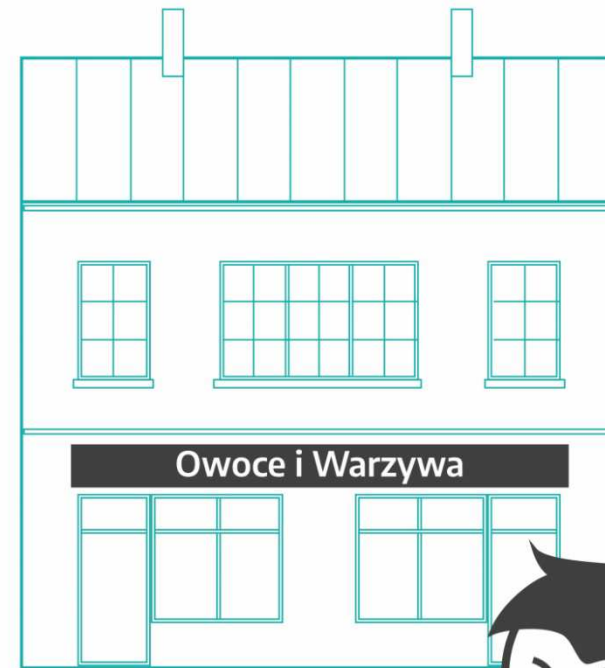
szyldy są pożądane w przestrzeni miejskiej, zaś inne reklamy można dopuścić gdy nie szkodzą krajobrazowi.



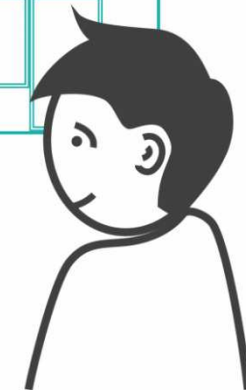
niewłaściwe usytuowanie urządzeń reklamowych i niedostosowanie ich wielkości do otoczenia znacznie obniża wartości krajobrazowe



gdy urządzenie reklamowe nie szkodzi krajobrazowi może zostać ustawione



korzyścią dla przedsiębiorcy są szyldy umieszczone w miejscu prowadzenia działalności



Ochrona Ładu przestrzennego krajobrazu kulturowego jako wartość nadrzędna

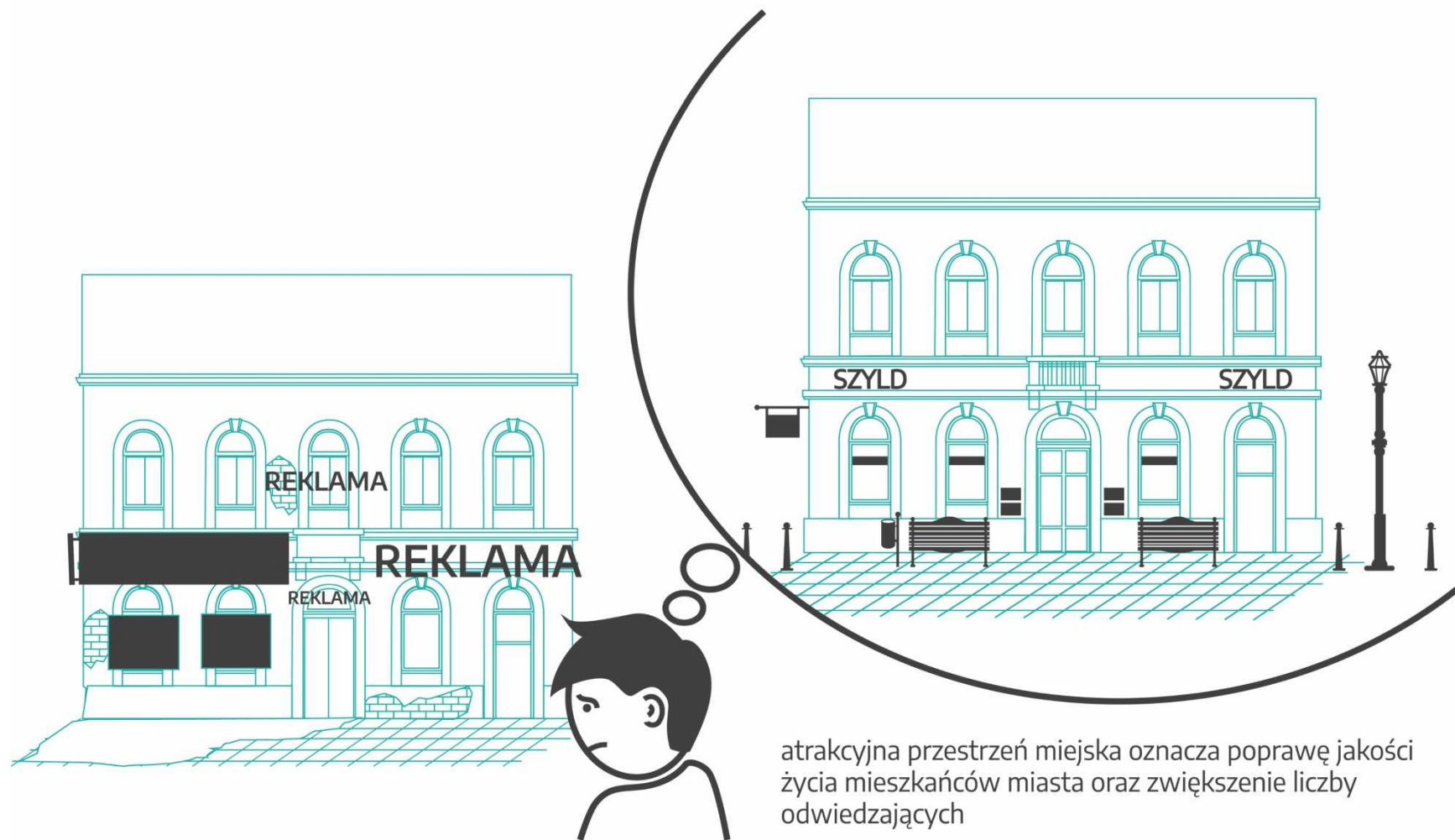


widok na ważne przestrzenie publiczne w mieście jest zasłonięty przez dużą ilość reklam wielkogabarytowych, krajobraz miasta jest zdegradowany,



ograniczenie ilości reklam powoduje odsłonięcie widoku na sylwetę miasta, krajobraz miasta zyskuje

Wprowadzenie uchwały odpowiada potrzebie mieszkańców, wyrażonej w konsultacjach społecznych – nie jest „sztuką dla sztuki”

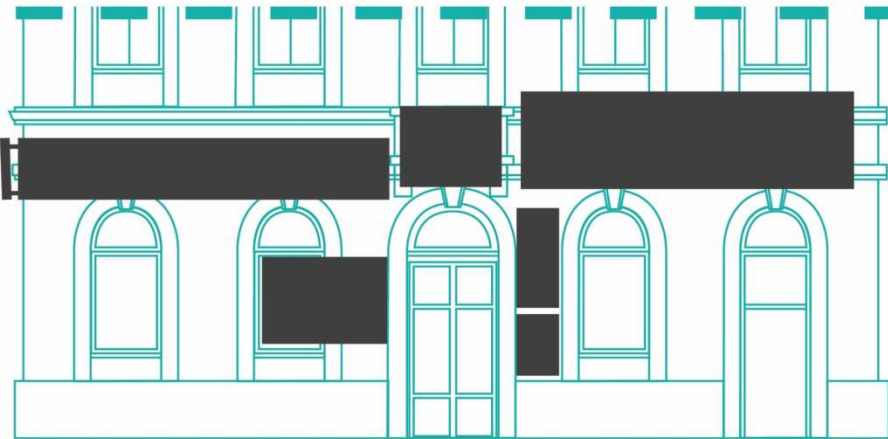


atrakcyjna przestrzeń miejska oznacza poprawę jakości życia mieszkańców miasta oraz zwiększenie liczby odwiedzających

Na zabytkach mniej i ładniej



parter usługowy

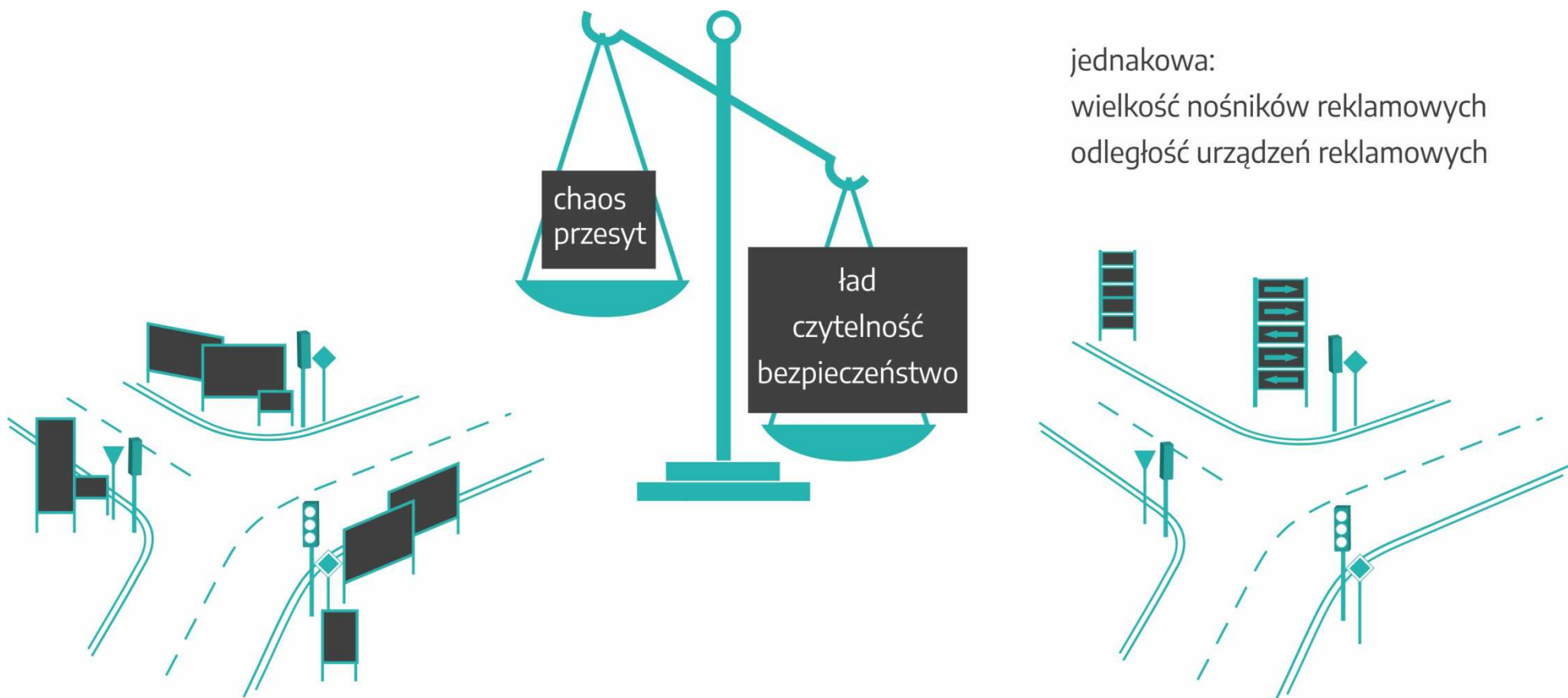


szyldy i reklamy niewłaściwie usytuowane:
- brak poszanowania detalu architektonicznego
- nie wpisanie się w charakter budynku ilością i wielkością



szyldy i reklamy właściwie usytuowane i tworzące spójną całość z budynkiem

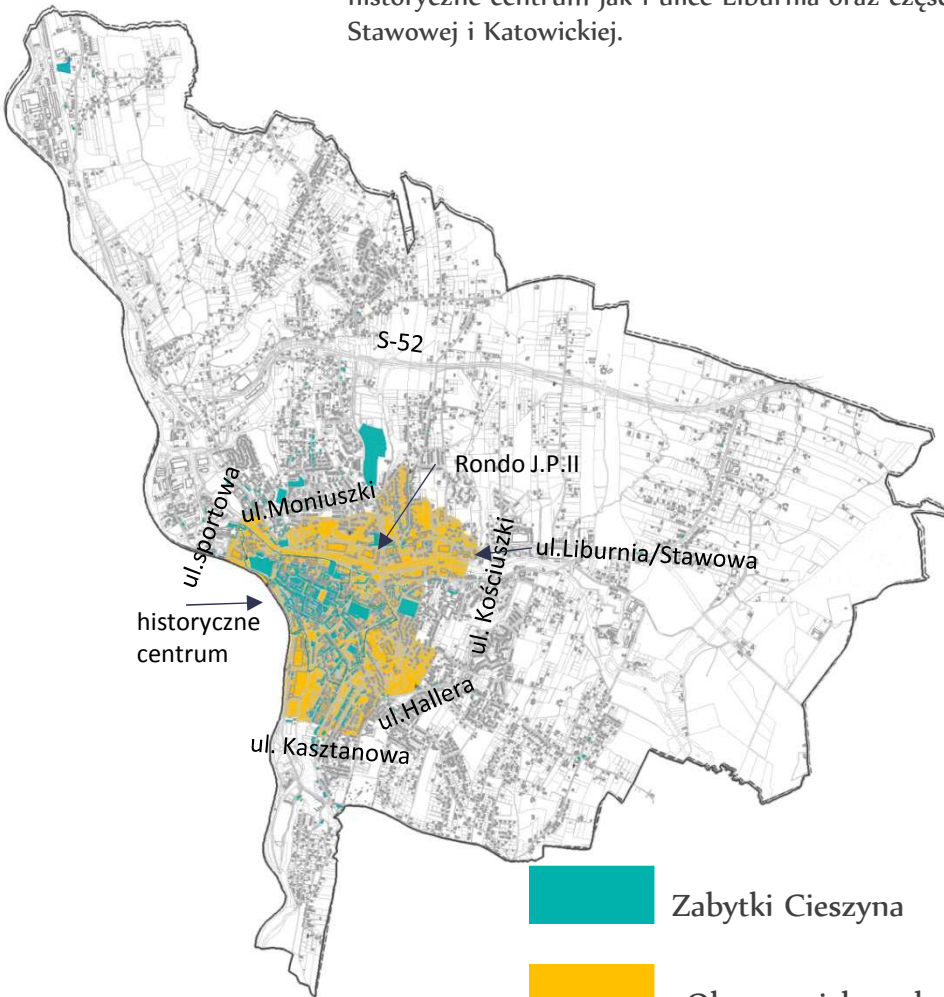
Ochrona przed „przegęszczeniem”



Warianty wyznaczenia obszarów:

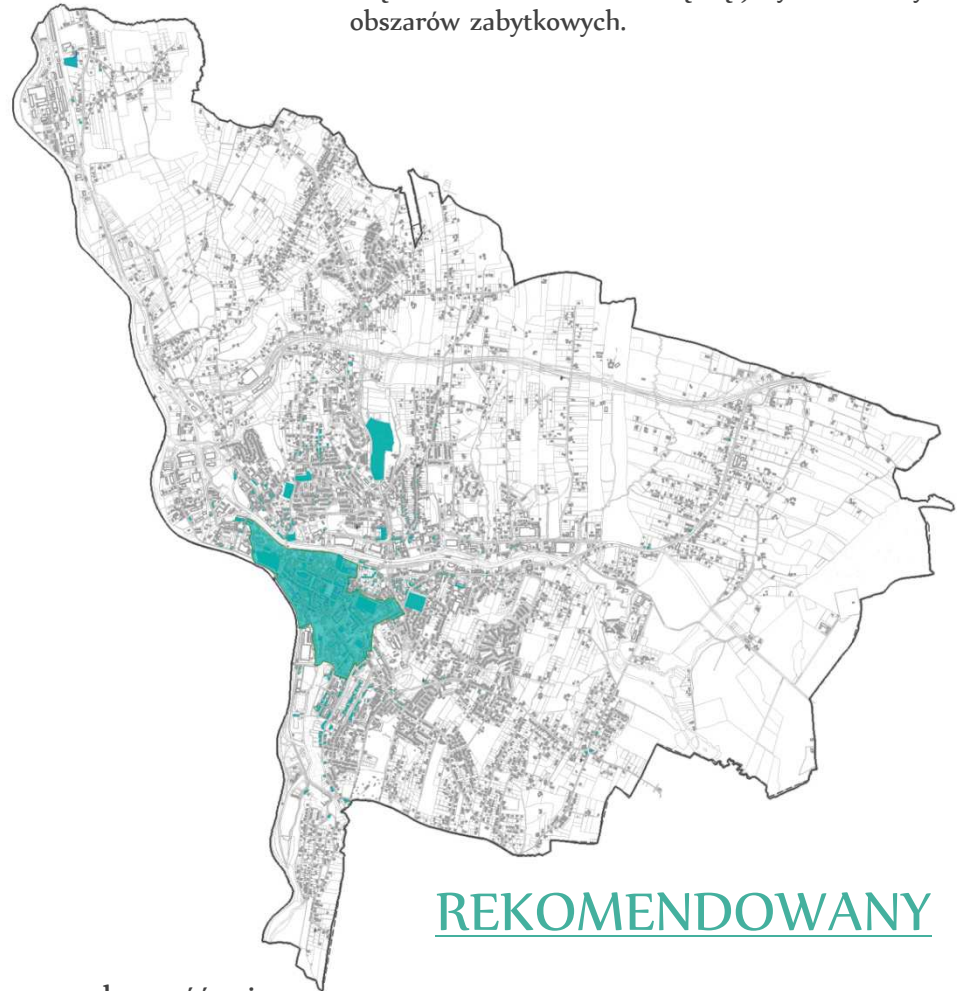
#wariant: „centrum”

Więszym poziomem restrykcji jest objęte zarówno historyczne centrum jak i ulice Liburnia oraz części Stawowej i Katowickiej.



#wariant: „zabytkowy”

Nie wydziela się obszarów o różnych postanowieniach – większe oczekiwania odnoszą się jedynie do zabytków i obszarów zabytkowych.



REKOMENDOWANY

Jakie efekty może przynieść
wprowadzenie uchwały krajobrazowej

Dzielnica krajobrazowa – przedmieście historyczne



Dzielnica krajobrazowa – przedmieście historyczne



Dzielnica krajobrazowa – przedmieście historyczne



Dzielnica krajobrazowa – przedmieście historyczne



Dzielnica krajobrazowa – przedmieście historyczne



Dzielnica krajobrazowa – przedmieście historyczne



Dzielnice krajobrazowe – ekonomiczne



Dzielnice krajobrazowe – ekonomiczne



Dzielnice krajobrazowe – ekonomiczne



Dzielnice krajobrazowe – ekonomiczne



Dzielnice krajobrazowe – ekonomiczne



Dzielnice krajobrazowe – ekonomiczne



Dzielnice krajobrazowe – ekonomiczne



Dzielnice krajobrazowe – ekonomiczne



Dzielnice krajobrazowe – ekonomiczne



analiza i raport

Dzielnica ekonomiczna (4)

Walorem widokowym jest widokowy układ urbanistyczny – ulica Stawowa o nieregularnym przebiegu i częściowo wytworzonej pierzei wywołuje pozytywne wrażenia krajobrazowe tradycyjnego miasta – oraz widok na wieżę klasztoru sióstr Elżbietanek.

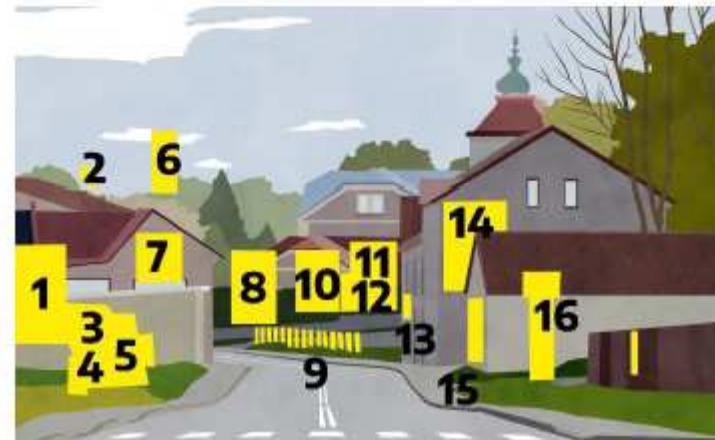
Zagrożeniem w przedstawianym miejscu jest znaczne nagromadzenie reklam i szyldów, które dysharmonizują i degradują przestrzeń, odbierając jej walor. Wieże klasztoru są niemal niewidoczne w gąszczu reklam. Natomiast warto zauważyć, że indywidualnie potraktowane reklamy (analizowane w teoretycznej sytuacji niewystępowania reklam sąsiednich) nie otrzymały wielu ocen negatywnych, co jeszcze raz podkreśla znaczenie kontekstu.

Zamieszczone ilustracje przedstawiają następujące tablice i urządzenia reklamowe:

Nr. Reklamy	Szyld/ inna reklama	rodzaj/ typ	Sytuowanie	Gabaryt	ocena
1, 3, 4, 5	szyld	Nieregularne tablice i urządzenia	W rejonie ogrodzenia	Od 3 do 15mkw	4
2	Szyld	Litery przestrzenne	Na dachu	12x2m_24mkw	1
6	Reklama	Tablica	Na kominie	1x2,5m_2,5mkw	3
7	Reklama	Tablica	Na ścianie szczytowej	2,2x2,2m_4,84mkw	2
8	Reklama	Tablica	wolnostojąca	3x5m_15mkw	3
9 (15 szt.)	Reklama	Tablica	Wolnostojąca w linii ogrodzenia	1,6x1,2m_2mkw	2
10 (2szt), 11	Reklama	Tablica	wolnostojąca	2,4x2,2m_5,28	2
12	Reklama	Billboard	wolnostojący	5,04x2,38m_12mkw	2

str. 126

13	Szyld	Baner	W pasie szyldowym	5x12m_6mkw	3
14	Reklama	Billboard	Na ślepej ścianie	3x45m_13,5	2
15	Reklama	Siatka	Na ślepej ścianie	7x6m_78mkw	3
16	Szyld	Pylon	Wolnostojący	1,4x5m_7mkw	2



str. 127

etap 3

projekt uchwały,

rozbudowane konsultacje społeczne

broszura, ulotki i akcja informacyjna

Projekt Uchwały Krajobrazowej

konsultacje społeczne
23.IV – 21.V 2019



W Uchwale Krajobrazowej proponujemy między innymi:

- # określenie zasad sytuowania szyldów w przestrzeni miejskiej oraz ich kompozycji na budynkach, a także:
- # ograniczenie liczby szyldów do maksymalnie 24

(szyld rozumiany jest jako każda reklama umieszczana na tej samej nieruchomości, na której znajduje się reklamowana działalność)

7 na budynkach, ale 4 na jednej elewacji + 5 wolnostojących + 10 na obiektach małej architektury + 2 na signotablicach

budynek w pierzei budynek wolnostojący

Usystematyzowanie formatów reklam,
wraz z uzależnieniem ich wielkości od wielkości działki geodezyjnej i z zachowaniem odległości od innych reklam

MALY	SREDNI	STANDARDOWY	DUZY
h max = 1,7 m	h max = 3,9 m	h max = 5,4 m	h max = 8 m
pow. max = 0,7 m ²	pow. max = 3 m ²	pow. max = 6 m ²	pow. max = 12 m ²

Liczymy na szeroką publiczną dyskusję!

na zabytkach mniej i ładnie

nakaz uspoijnienia istniejących reklam i szyldów z wymogami nowego prawa, z zachowaniem terminu dostosowania - dotyczy wszystkich podmiotów na terenie całego Cieszyna

TERMIN DOSTOSOWANIA

uwolnienie skrzyżowań

Więcej informacji:
www.um.cieszyn.pl/uchwala-krajobrazowa.html
facebook.com/uchwala.krajobrazowa.cieszyn

konsultacje społeczne



- Spotkanie otwarte
- Warsztaty
- Spotkania indywidualne na zaproszenie
- Otwarty dyżur – rozmowy indywidualne

warsztaty



zmiany po konsultacjach

- ✓ **zmiana w terminach dostosowania:**
 - 4 lata – TERMIN PODSTAWOWY DOSTOSOWANIA
 - 1 rok dla szyldów i reklam na ogrodzeniach
 - 1 rok dla reklam na układzie historycznym Cieszyna
 - 10 lat dla szyldów z pozwoleniem na budowę
 - 20 lat dla szyldów z pozwoleniem na budowę formatu dominującego
- ✓ **kilkanaście drobnych zmian, poszerzających możliwości sytuowania szyldów o które wnosili przedsiębiorcy (np. ogrodzenia i naklejki)**
- ✓ **zwiększenie zakresu reklamy ażurowej o formy awersowe i dopuszczenie tej formy umieszczonej na deskach na układzie historycznym Cieszyna**
- ✓ **dopuszczenie reklam 30 m od skrzyżowania (zamiast 40m)**
- ✓ **zwiększenie formatu dużego z 12 m² do 18m²**
- ✓ **rozwińnięcie możliwości stosowania szyldów zbiorczych**
- ✓ **korekty redakcyjne, uspojnienie treści**

Współpraca ze studentami UŚ

Projekty szyldów zgodne z projektem uchwały krajobrazowej

STAN ISTNIEJĄCY



PROJEKT



etap 4:

procedura formalna

- ✓ wszystkie opinie i uzgodnienia pozytywne
- ✓ proces wyłożenia do publicznego wglądu
- ✓ rozpatrywanie uwag przez Panią Burmistrz oraz wprowadzenie zmian do uchwały
- ✓ Uchwalenie przez Radę Miejską Cieszyna w dniu 29 listopada 2019
 - ✓ Wejście w życie uchwały w dniu 25 grudnia 2019
 - ✓ Rozstrzygnięcie nadzorcze 07 stycznia 2020

#działania w przestrzeni miejskiej

akcja na targowisku miejskim



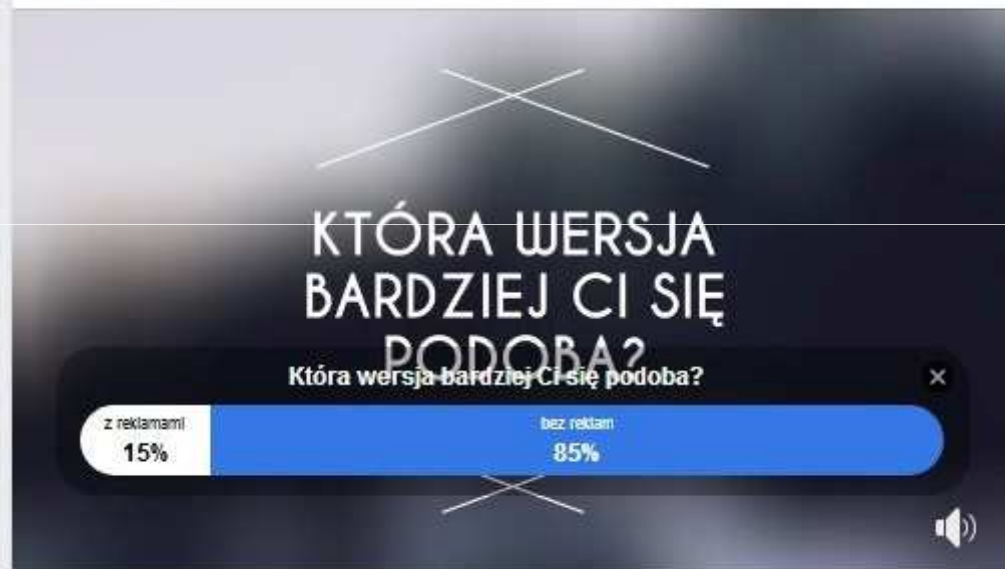
akcja na targowisku miejskim





Cieszyn i Śląsk Cieszyński: Cieszy.pl shared a video.

October 26 at 9:28 AM



613 Views

Cieszyn i Śląsk Cieszyński: Cieszy.pl

October 25 at 1:36 AM · Cieszyn · 🌐

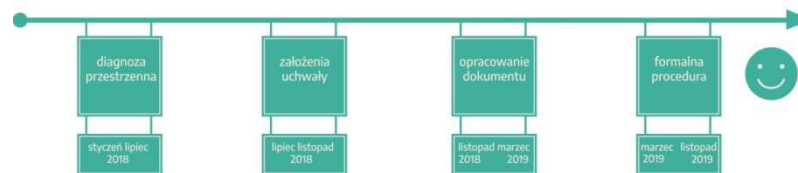
👉 Zobacz jak może wyglądać bez reklam plac targowiska przy ul. Katowickiej w Cieszynie!

Która wersja Wam się bardziej podoba? 😬

podsumowanie

ramy czasowe

- Uchwała intencyjna – maj 2017
- Przygotowanie zapytania ofertowego i wyłonienie wykonawcy – ok. 6 miesięcy
- Praca nad tworzeniem projektu uchwały – ponad 1 rok
 - Spotkania z mieszkańcami
- Konsultacje społeczne – 4 miesiące
 - Spotkania otwarte i indywidualne, zbieranie uwag
- Przeprowadzenie procedury formalnej – 5 miesięcy
 - Konsultacje społeczne w ramach wyłożenia projektu do publicznego wglądu
- Uchwalenie przez Radę Miejską – listopad 2019

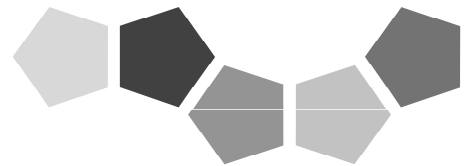


najważniejsze aspekty

- Przygotowanie zapytania ofertowego
- Przygotowanie merytoryczne założeń uchwały
- Opracowanie graficzne materiałów
- Konsultacje społeczne projektu uchwały przed przystąpieniem do procedury formalnej
 - 500 broszur
 - 8000 ulotek (w tym 7000 „Wiadomościach Ratuszowych”)
- Działania dodatkowe
 - Infografiki
 - Projekty szyldów
 - Akcja przesłonięcia reklam
 - Profil facebook, strona internetowa, artykuły w „WR”



realizacja



Cieszyn
robi wrażenie



projekt: miasto



www.um.cieszyn.pl/uchwala-krajobrazowa.html

facebook.com/uchwala.krajobrazowa.cieszyn

Dziękuję za uwagę