UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA DLA MICHAŁOWIC.

Prezentacja projektu.

I 2022 r.

projekt: miasto

analiza przestrzenna

Różne krajobrazy – seminaturalny.

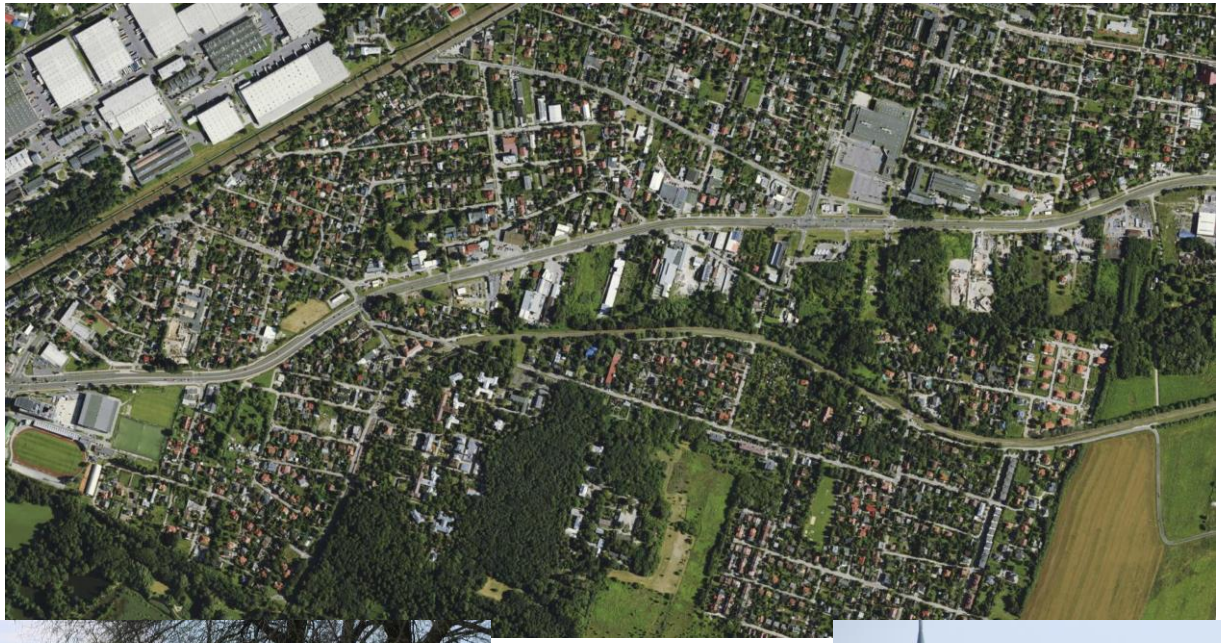
Różne krajobrazy – silnie zurbanizowany.

Różne krajobrazy – lokalny.

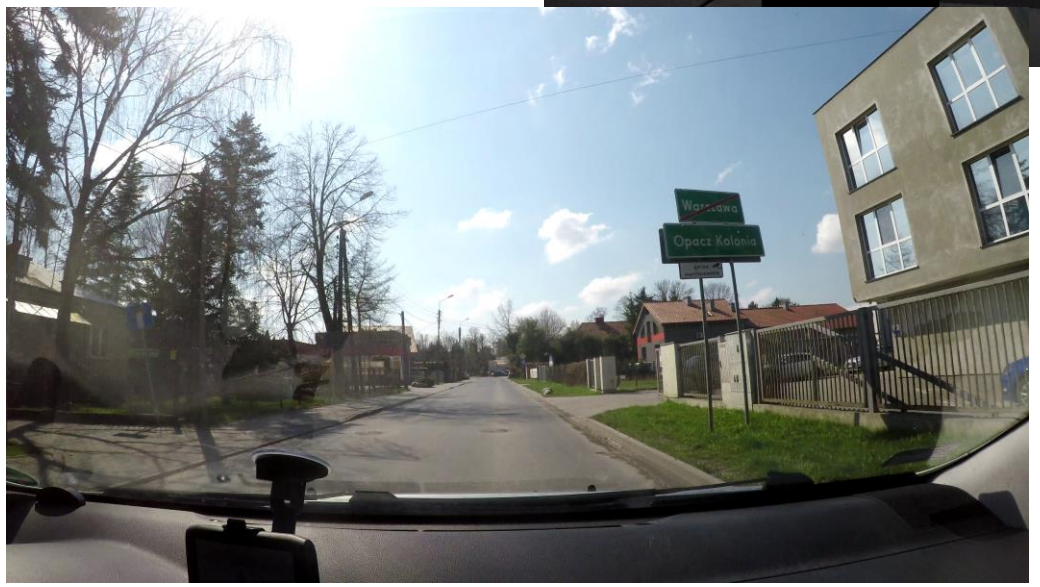
Różne krajobrazy – wielkomiejski.

Różne krajobrazy – wyabstrahowany z przestrzeni.

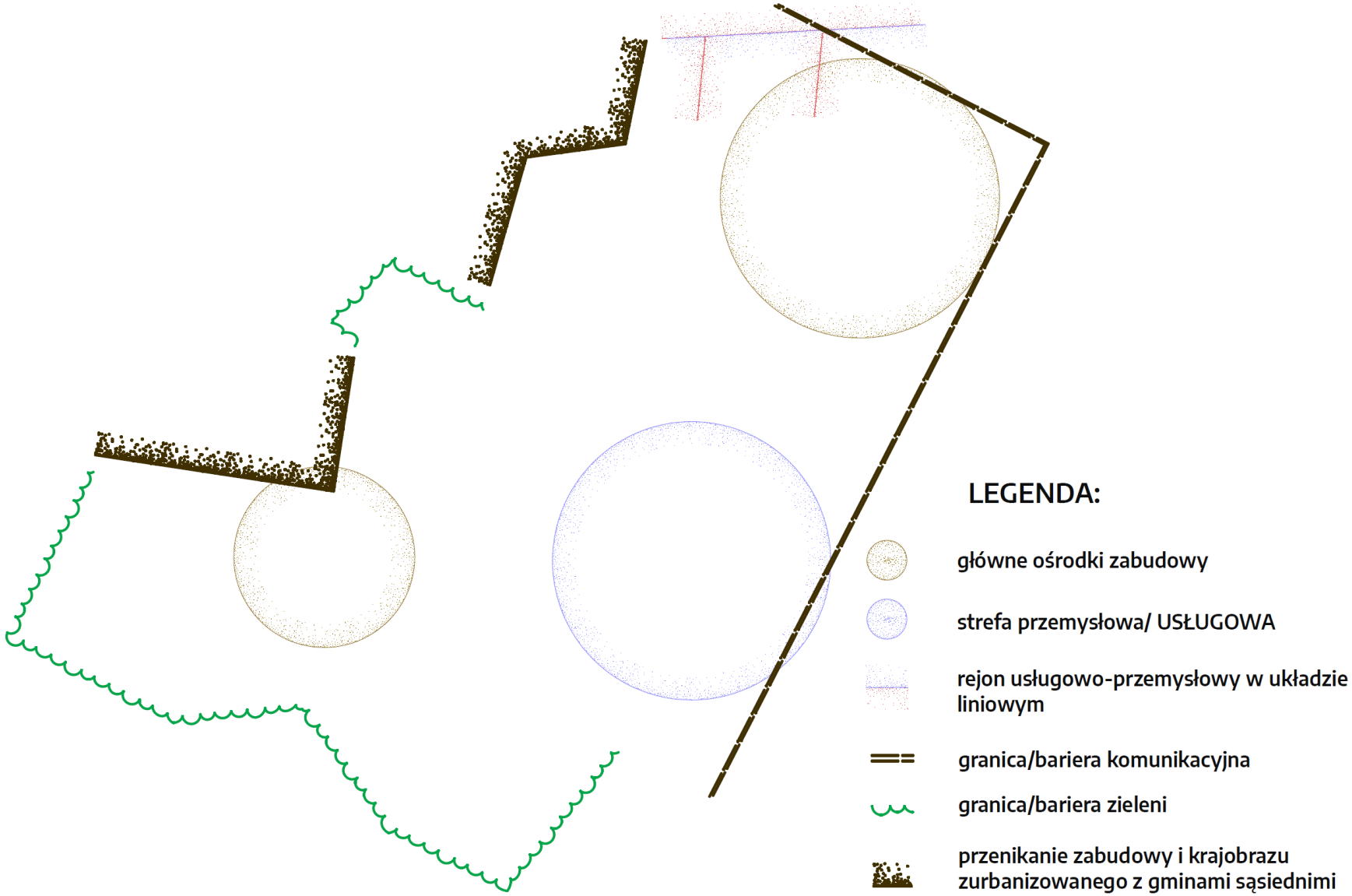
Przenikanie.



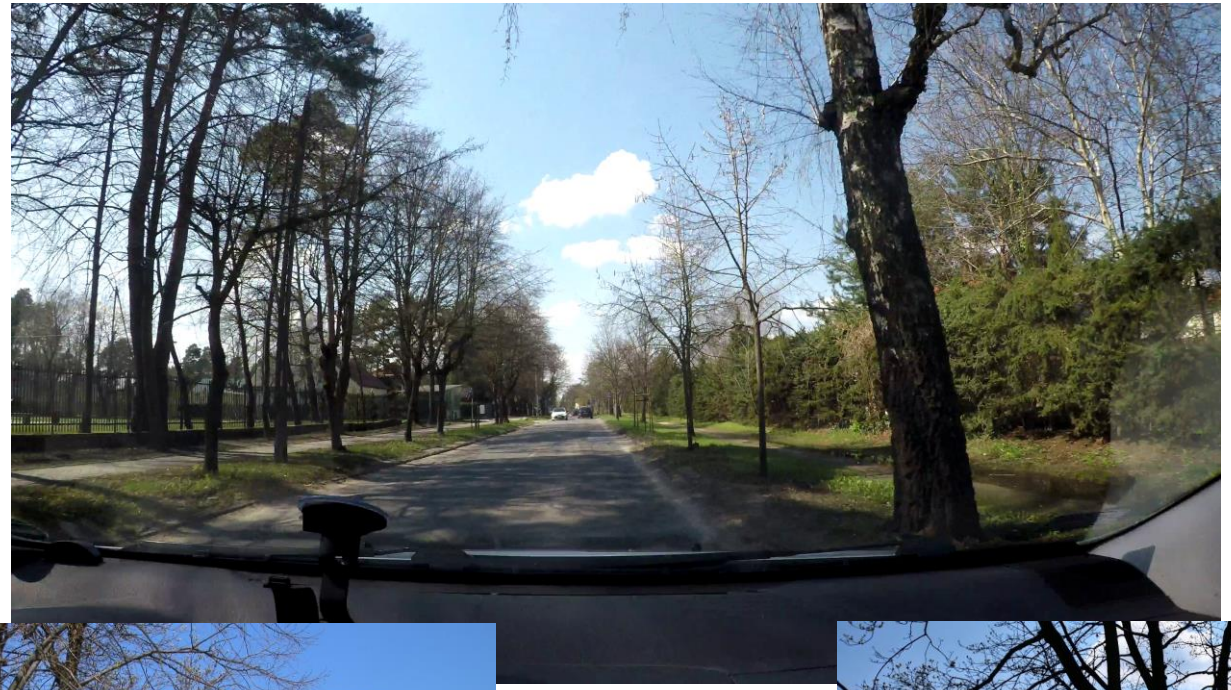
Wjazdy.



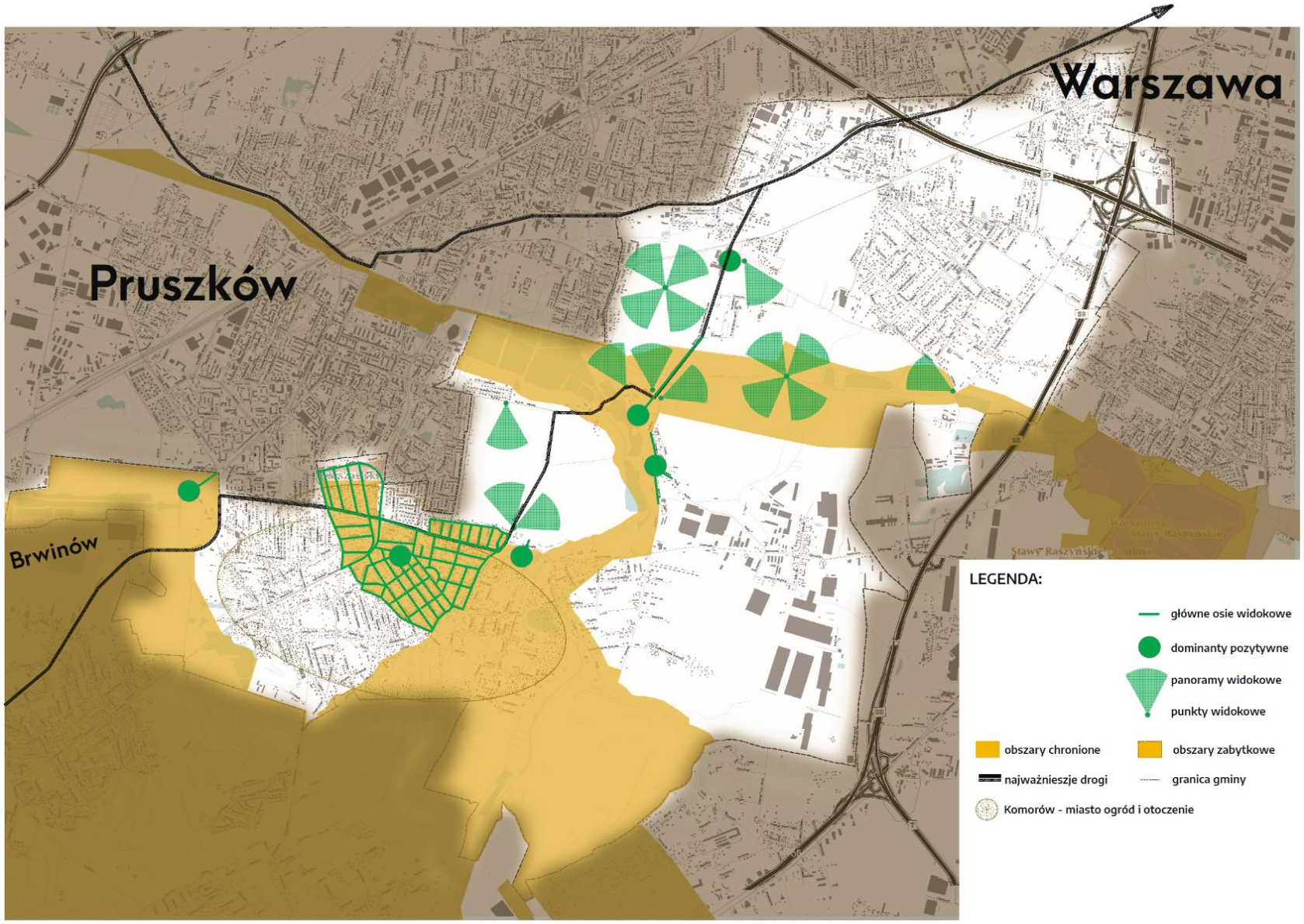
Synteza – mapa mentalna przestrzeni.



Wartości krajobrazu.



Wartości krajobrazu.



Zjawiska reklamowe.

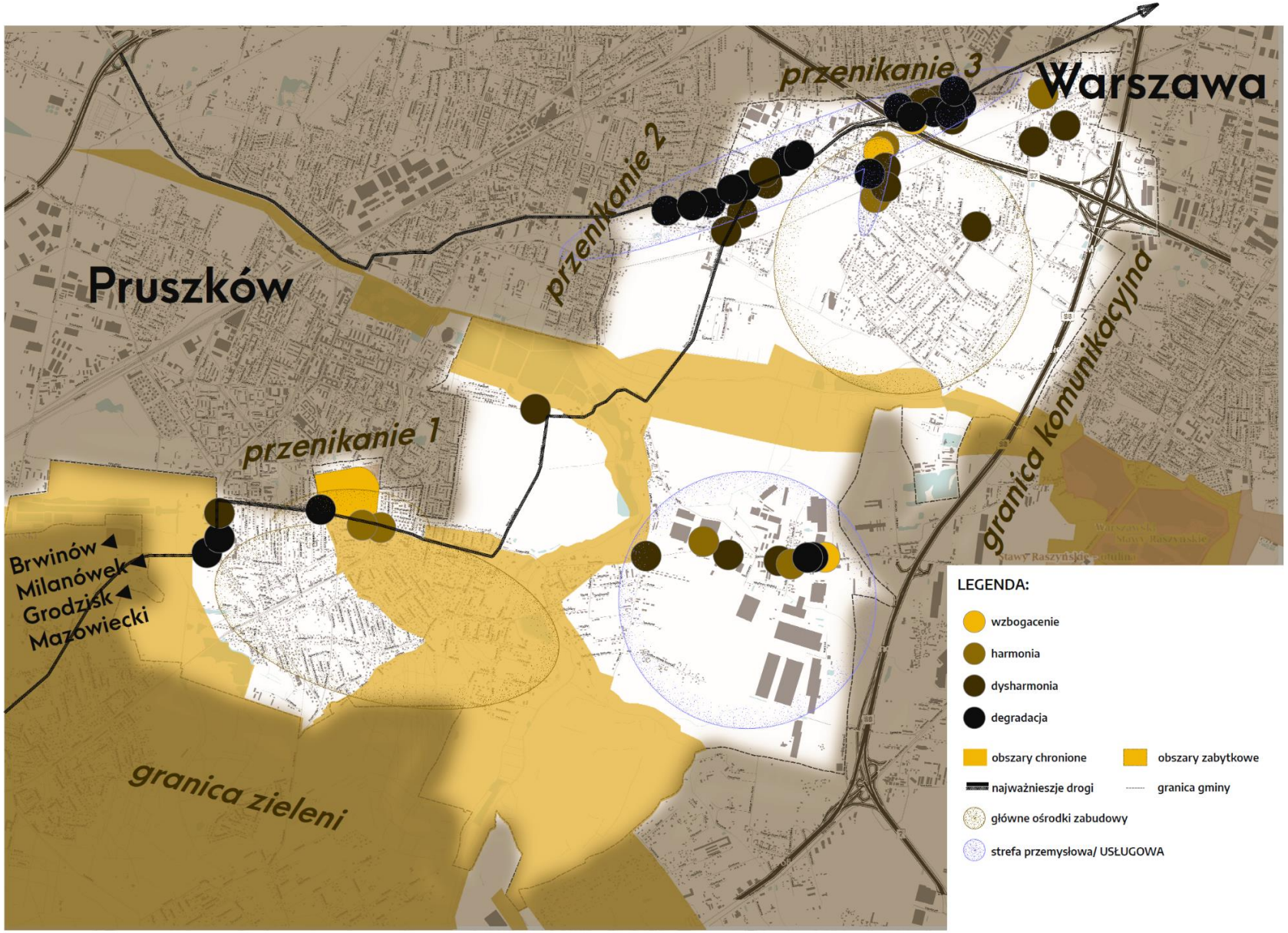
wzbogacenie

dysharmonia

harmonia

degradacja

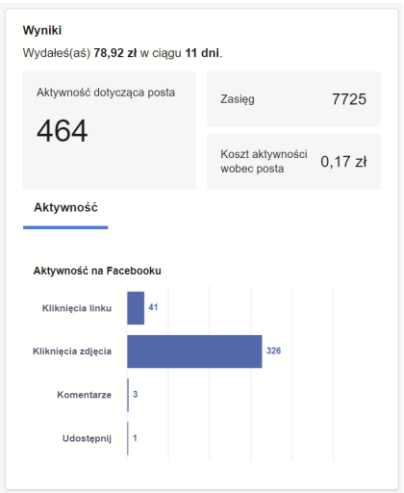
Mapa zjawisk reklamowych.

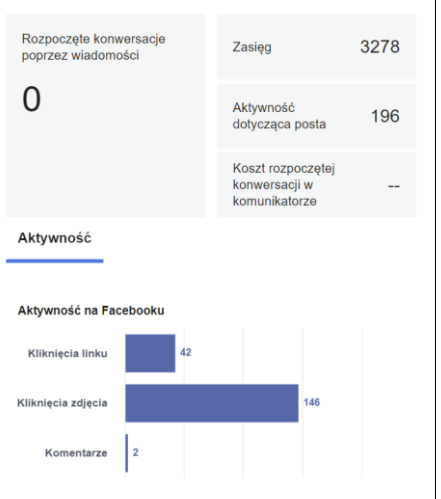


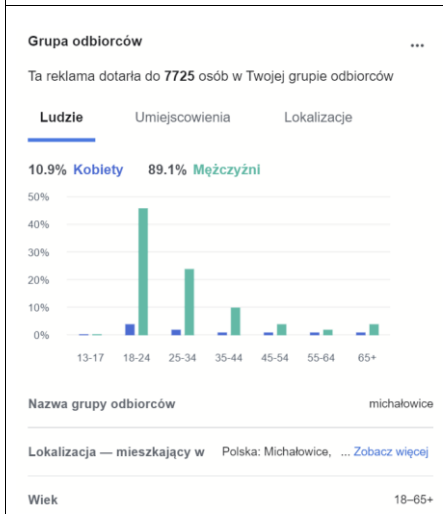
analiza społeczna

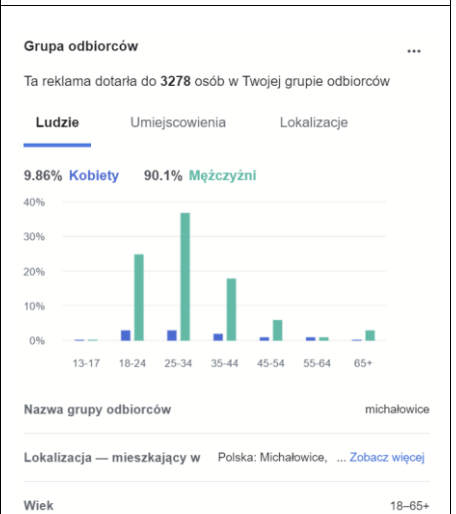
Ankieta i co z niej wynika?

Promocja od 1 dnia	Promocja ostatnie 2 dni

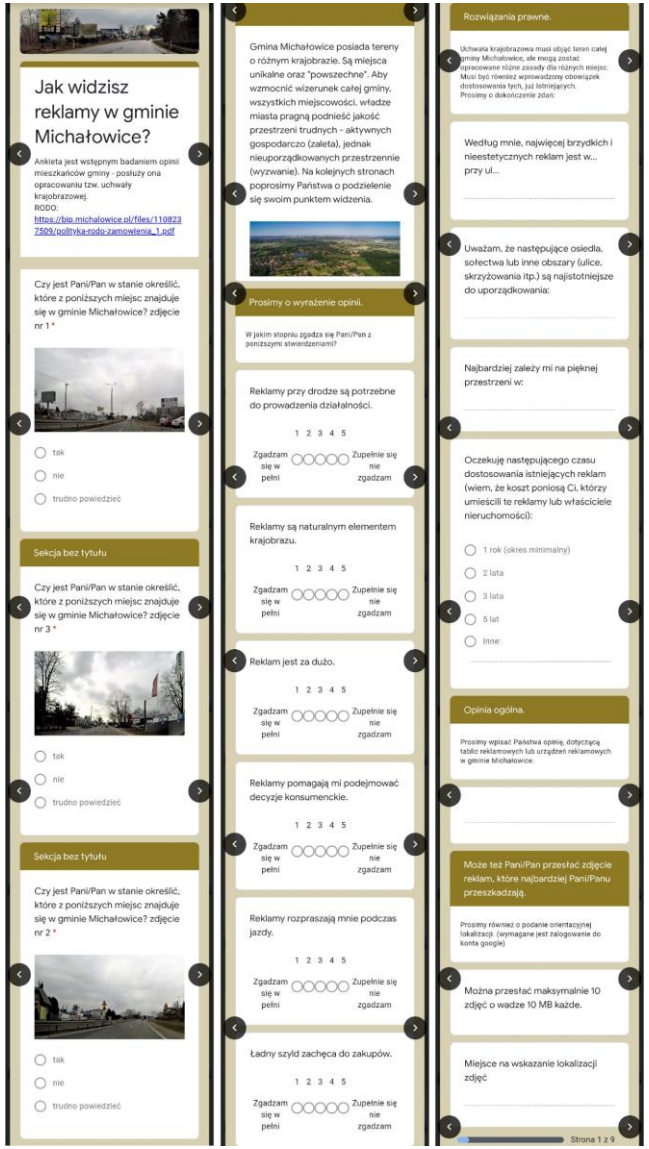






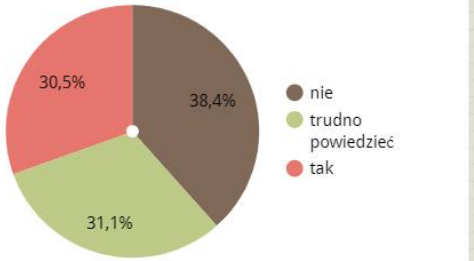


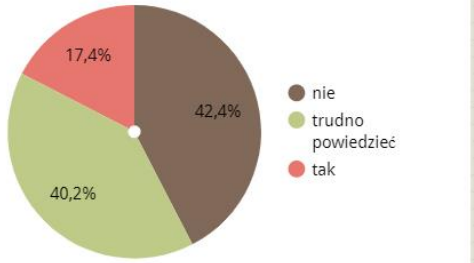
190 wypełnień

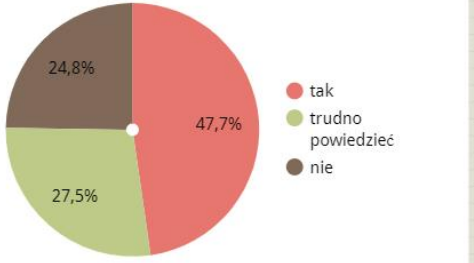


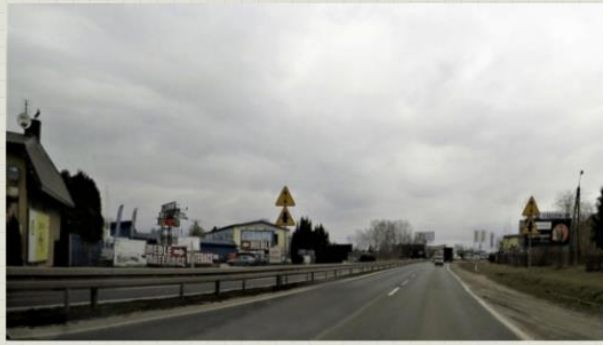
Ankieta i co z niej wynika?

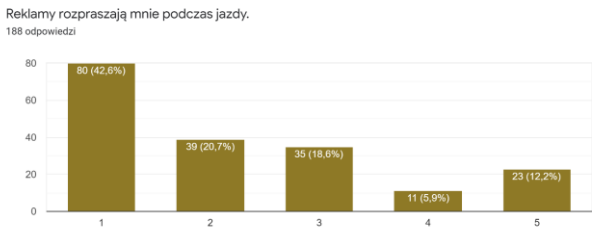
Czy jest Pani/Pan w stanie określić, które z poniższych miejsc znajduje się w gminie Michałowice?

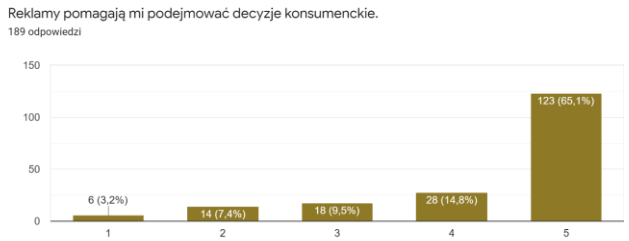


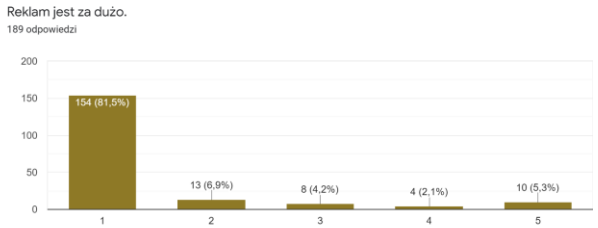


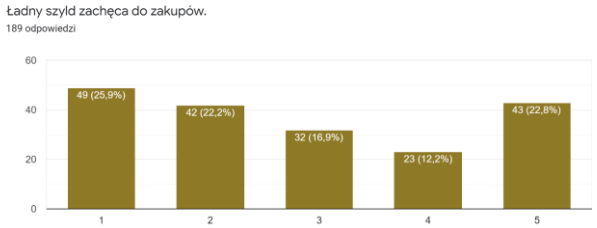


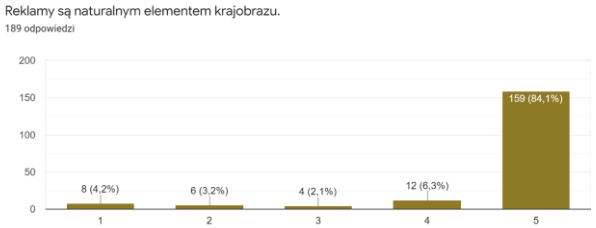




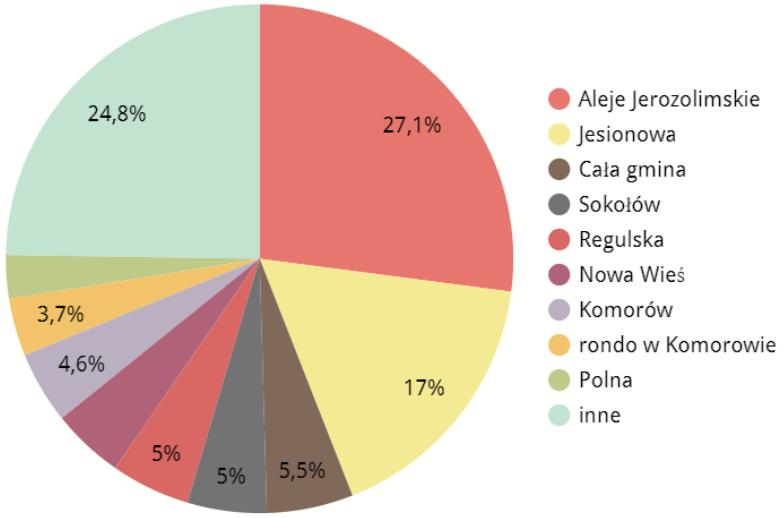




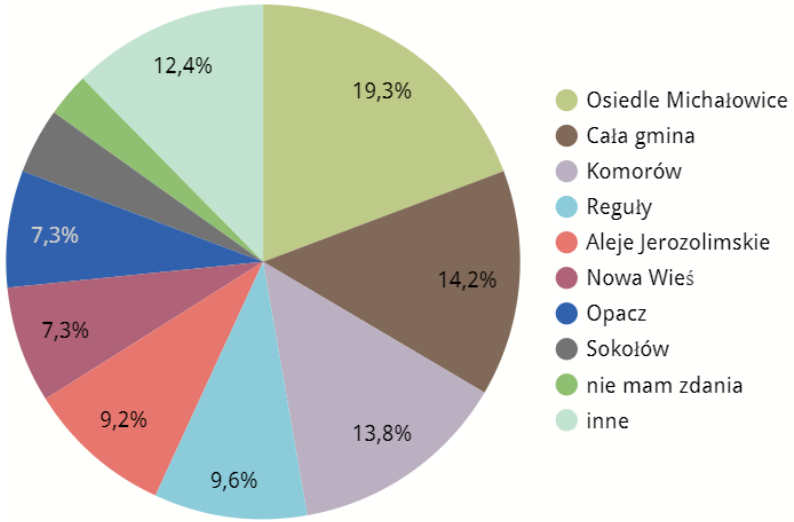




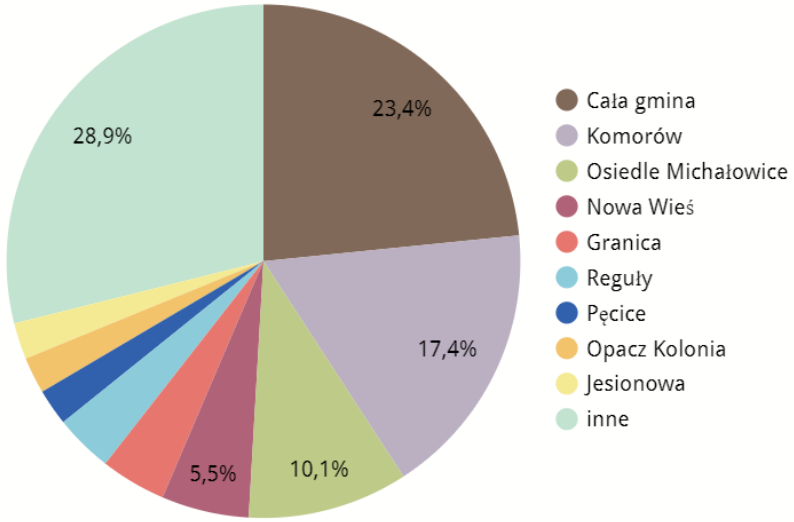
Najwięcej brzydkich i nieestetycznych reklam jest w następujących miejscach:



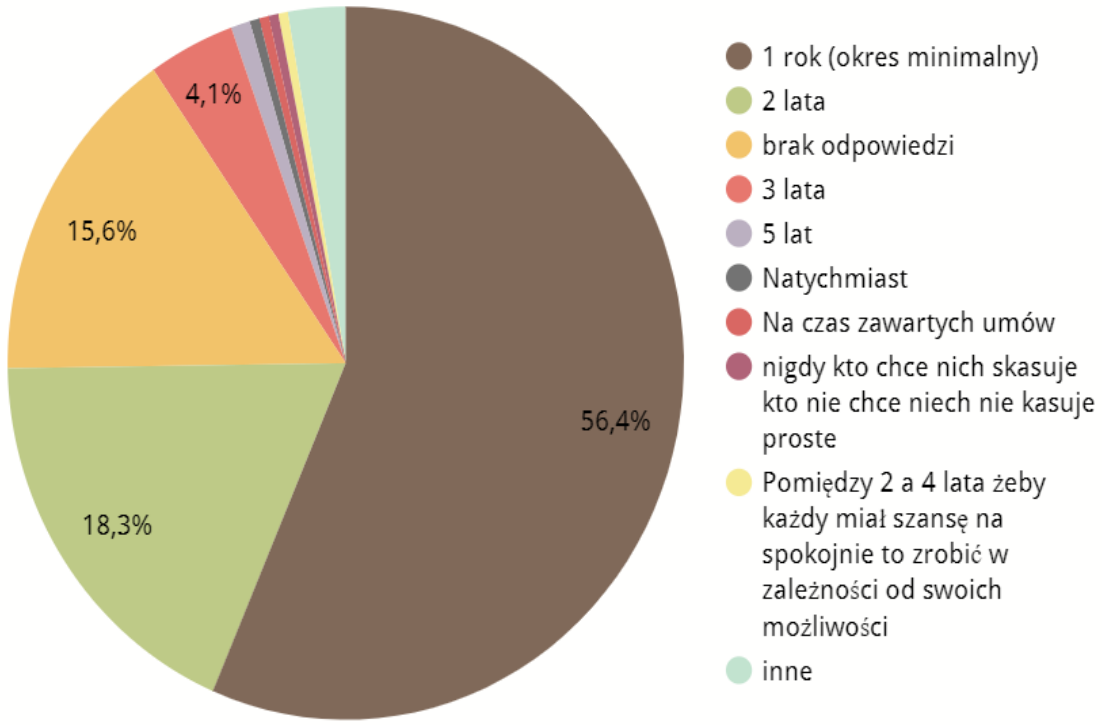
Następujące miejsca są najistotniejsze do uporządkowania:



Najbardziej zależy na pięknej przestrzeni w:



Oczekiwany okres dostosowania:



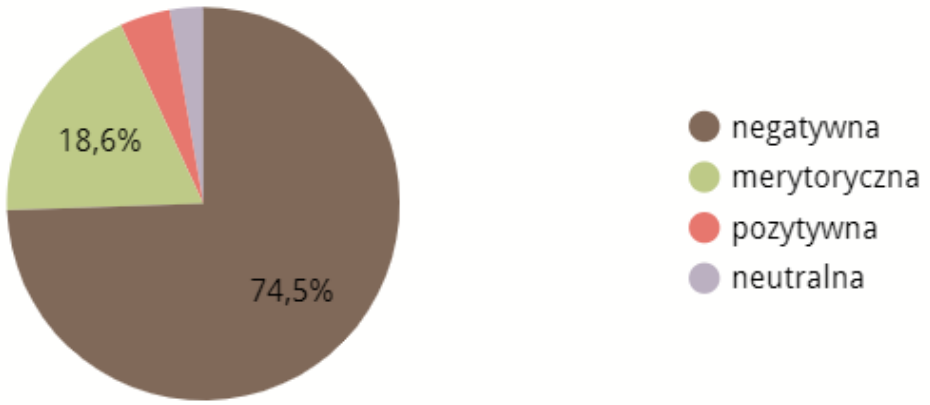
	Oczekuję następującego czasu dost...	Liczba odpowiedzi
1.	1 rok (okres minimalny)	
2.	2 lata	
3.	brak odpowiedzi	
4.	3 lata	
5.	5 lat	
6.	Negocjowane indywidualnie lub pakietowo	
7.	Natychmiast	
8.	Wszystko jedno, byleby to kiedyś się stało...	
9.	nigdy kto chce nich skasuje kto nie chce nie...	
10.	Pomiędzy 2 a 4 lata żeby każdy miał szansę ...	
11.	nie rozumiem pytania	
12.	W zależności od podpisanych umów	
13.	Na czas zawartych umów	
14.	Wcale	
15.	Chce aby reklamy były aktualizowane i now...	

1 - 15 / 15

Opinia ogólna – pytanie otwarte.

	Opinia ogólna - charakter odpowiedzi.	Liczba odpowiedzi
1.	negatywna	108
2.	merytoryczna	27
3.	pozytywna	6
4.	neutralna	4

1 - 4 / 4

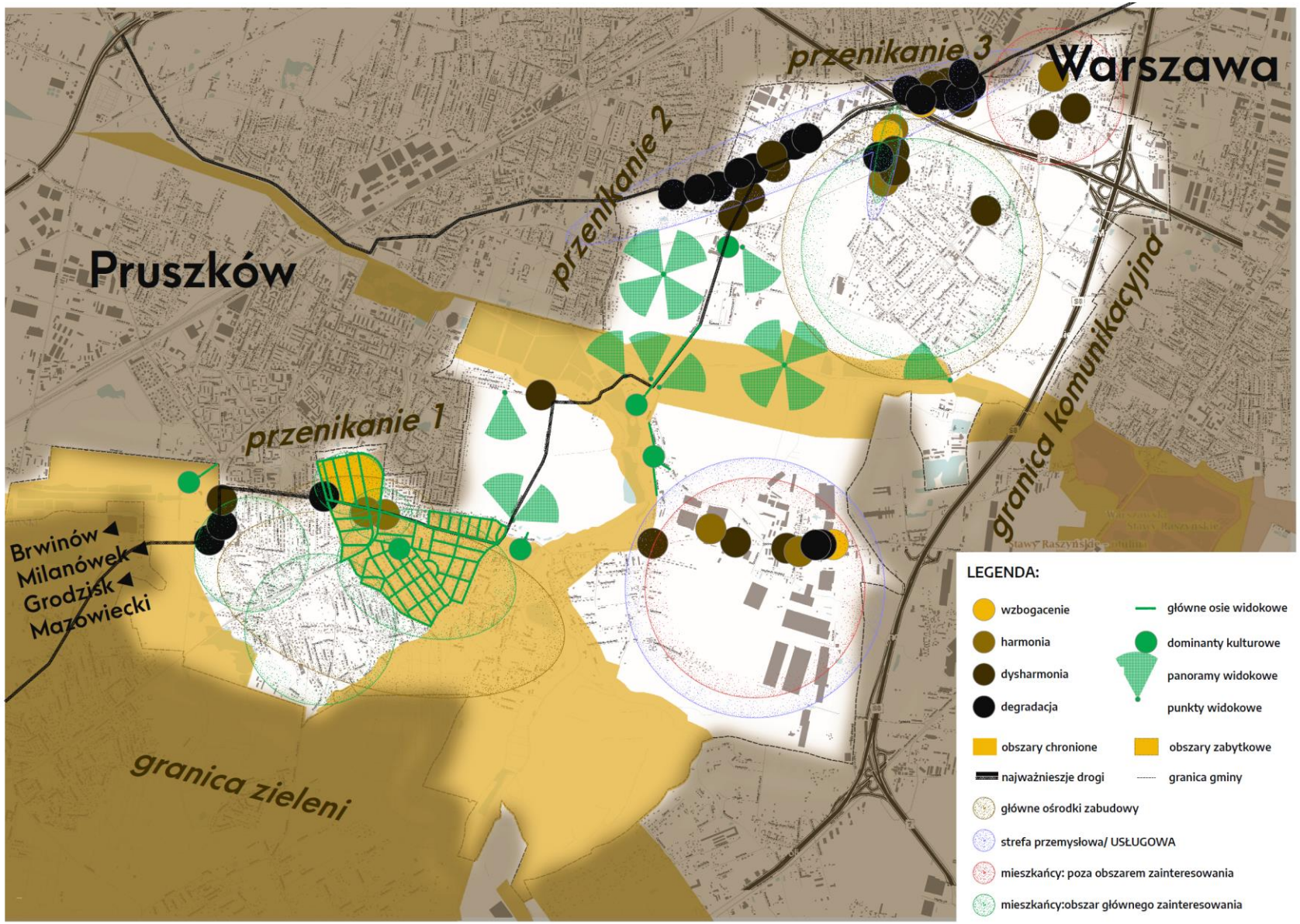


Opinia ogólna – pytanie otwarte.

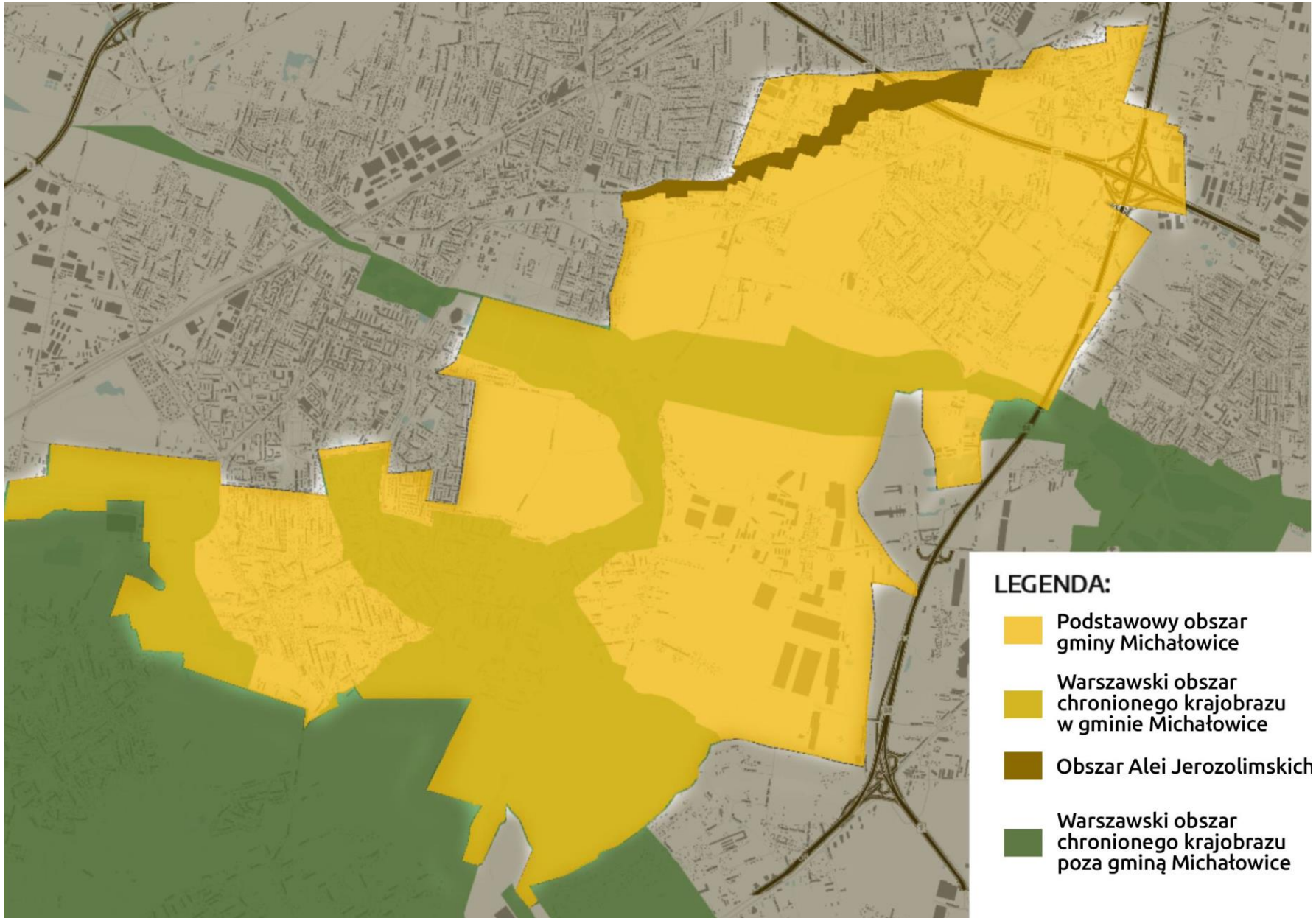
Moim zdaniem trzeba określić wielkość reklam (wykluczone reklamy wielkoformatowe i ekrany LED) i ograniczyć ich kolorystykę do stonowanej i pobierać dotkliwe opłaty czynszowe za uzytkowanie przestrzeni wspólnej (czyli również zewnętrznych stron ogrodzeń) jako przestrzeni reklamowej. Gwałcenie reklamami nie powinno być bezkarne i bezpłatne.
Chaos jaki wywołuje bezładna pseudo-reklama na drogach i ulicach jest trudny do zniesienia estetycznie i irracjonalny. Chciałbym, aby moja gmina stosując zarówno środki nakazowe jak i zachęty (np. okresowych ulg w opłatach) doprowadziła do radykalnego ograniczenia najtańszych i najbardziej nietrwałych powierzchni reklamowych - bannerów, siatek, niechlujnych płyt, i wprowadziła wymóg stosowania standardowych, modułowych tablic informacyjnych o wyższym standardzie i trwałości. Miejsce takich modułowych tablic informacyjnych jest przy wjazdach na zatoki parkingowe przy budynkach usługowych, oraz na elewacjach tych budynków.
Dodatkowe ograniczenia proponuję wprowadzić dla wszelkich reklam multimedialnych, w nocy potrafią oślepić kierowców co stanowi zagrożenie dla bezpieczeństwa.
Dopuszczać formę która nie razi, nie szpeci przestrzeni, jest estetyczne i jest pomocną informacja o miejscu.
Fajnie, gdyby tablice były spójne. Szyldy w ciągu zabudowań w jednym wymiarze i stylu. Bardzo podoba mi się estetyka placu Grzybowskiego w Warszawie. Tam jest spójne i eleganckie dzięki czemu plac wygląda schludnie i przyjemnie
Moim zdaniem te reklamy są zupełnie zbędne w informatyzującym się społeczeństwie. Trzeba uświadamiać tych którzy wydają na te banery i tablice pieniądze, że to są zupełnie źle wydane pieniądze. Znacznie większy skutek i zwrot z inwestycji mają obecnie wydatki marketingowe w internecie i właściwe pozycjonowanie firm w przeglądarkach i portalach branżowych. Czas, żeby zrobić z tym bałaganem porządek nie tylko zakazując ale też informując i przekonując że to doprawdy ma mały wpływ na decyzje konsumenckie. Małe formy prowadzenia działalności fryzjerzy, piekarnie, lokaly biznes usługowy może i powinien dostosować swoje szyldy do wspólnych estetycznych wytycznych reklamowych.
Na wjeździe do każdej miejscowosci powinna być jedna tablica informacyjna z wszystkimi firmami, które opłacą na niej miejsce. Takie rozwiązania działają już w Polsce i za granicą. Szyldy przy sklepach powinny być w jednym stylu i rozmiarze żeby stanowiły spójny niekrzykliwy obraz.
Naprawdę nie trzeba specjalnie się naszukać żeby znaleźć przykłady tego jak można zareklamować swoją działalność dla okolicy - o ile okolica jeszcze nie wie, bo np. nie widzę sensu wieszać banner np. sklep rowerowy - jak widać z daleka że to sklep rowerowy, albo że sklep spożywczy jak wiadomo że w danym miejscu jest sklep. Większość ludzi jak potrzebuje kupić cokolwiek 'specjalistycznego' to szuka najpierw danego punktu w internecie, spisuje adres i jedzie tam gdzie pokazuje mapa. Osobiście jestem fanką amerykańskich rozwiązań, które wprawdzie mają sens przy małych plazach ale na pewno znalazłyby się u nas miejsca gdzie można je zastosować -
Nie jestem formalnie mieszkańcem gminy, ale regularnie przez nią przejeżdżam. O ile centrum Michałowic jest zielone i problem reklam jest mniejszy, o tyle wszelkie drogi główne to jeden nieczytelny, reklamowy kociokwik. Dotyczy to nie tylko drogi Warszawa- Pruszków, ale wielkie nośniki reklamowe pojawiają się też przy drodze S, na południe od węzła Opacz.
Ogólnie uważam, że w miejscu gdzie jest prowadzona np Mechanika samochodowa, powinien być szyld tylko tej firmy. Nie potrzebne są dodatkowe banery reklamujące oleje napędowe i inne techniczne rzeczy, których właściciel firmy nie jest producentem tylko konsumentem. To się tyczy w zasadzie wszystkich działalności. Za dużo jest reklam PRODUKTÓW, które są używane w danej dzialalnosci. Reasumujac-jak sklap to sklep, jak mechanik to mechanik. Jak hurtownia budowlana to wiadomo że kupię tam produkty z danej dziedziny, i nie musi być płot obklejony reklamali kleju atlas, styropianu czy 5 producentów farb.
Powinny być systemowe zbiorcze estetyczne miejsca na reklamy tak jak to jest przy galeriach handlowych.
Reklamy przy drodze często pomagają trafić do punktu , który reklamują lub dają znać o jego istnieniu, natomiast w dobie smartfonów zazwyczaj szukamy i nawigujemy do danej firmy korzystając z telefonu i brak szyldu przy drodze nie powinien drastycznie wpłynąć na funkcjonowanie firmy, a wiele zrobi dla estetyki
Reklamy są przydatne w prowadzeniu przedsiębiorstw i mają służyć przede wszystkim jako informacja. Wyobrażam sobie znormalizowane, ujednolicone tabliczki (znaki) informacyjne (np. takie jak nazwy ulic ale w innym kolorze, jakimś nienachalnym np. brązowy albo zielony). Tak jak są znaki wskazujące np. pocztę albo bibliotekę. Nie widzę przeszkód żeby nie miały wskazywać także warsztatu samochodowego czy warzywniaka. Spotkałam się z takim rozwiązaniem w krajach alpejskich - tam przede wszystkim ogłaszają się hotele i apartamenty. Takie tabliczki na rozstajach dróg nawet mają swój klimat ;)
Reklamy zdecydowanie nie są nam potrzebne w gminie jako takie. Szyldy większych rozmiarów mogą jak najbardziej funkcjonować o ile są blisko siedziby firmy. Ale ich rozmiar powinien być ograniczony.
Są reklamy brzydkie i zaniedbane, ale są też prawdziwe dzieła sztuki.
Sytuacja w tym temacie jest zróżnicowane w zależności od miejscowości. Tak też powinny też być kształtowane wytyczne. Na przykład Komorów jest dosyć uporządkowany reklamowo i ma charakter zabytkowy. Natomiast Sokołów z dużą ilością usług i firm oraz położenia na przelotowej drodze może mieć dopuszczony inny charakter reklam.
Szyldy i tablice powinny być skromne.
Tablic powinno być o wiele mniej, a jeżeli już to w jakiś sposób dostosowane do otoczenia i zakaz samowolki wieszania co się chce i gdzie się chce.
tablice powinny być adekwatne, nie zasłaniające widoczności, właściciel powinien o nie dbać (rozbite, zniszczone, wyblaknięte powinny być usunięte/wymienione).
Ujednolicić co do rozmiaru i standardu ekspozycji do drogi/chodnika. Wiadomo że każda firma ma prawo do zaznaczenia swojej egzystencji, natomiast niech to będzie schludne i przyjemne dla oka. Gmina może pomóc wprowadzając rozwiązania e-promocji, bazujących na np. lokalizacji, przejściu w pobliży, aplikacji mieszkańca Michałowic etc...
Uważam że reklam jest stanowczo za wiele, częsciej dojeżdżam do miejsc z GPSem i wystarczy wpisać swoją działalność w google maps jednak rozumiem potrzebę przedsiębiorców do reklam tylk oże one powinny być dla mnie bardziej drogowskazami gdzie mam skręcić. NIgdy nie zdażyło mi się dokonać zakupu na podstawie reklamy przy drodze. Dzisiaj 99% cen i produktów można sprawdzić i porównać w internecie.
W przestrzeni publicznej powinny we wskazanych przez gminę punktach powstać estetyczne konstrukcje (panele) do odpłatnego umieszczania reklam - dochód budżetu gminy. Badziewie w Alejach Jerozolimskich powinno być zakazane. W miejscowościach, poza panelami reklamowymi, dopuszczone wyłącznie szyldy i oznaczenia na budynkach. Zakaz szmat na ogrodzeniach.
W Sopocie nawet sklepy „Żabka” mają eleganckie szyldy wiec napewno można dostosować reklamy do wymogów
w wiekszości brzydkie, często stare, zniszczone, bez ładu i składu, jeden wielki jarmark. Wcale nie pomagają, wręcz przeciwnie, zniechęcają.
Według mnie zeby umożliwić reklamowanie się lokalnych producentów może strona internetowa gminy, może jakiś katalog usług...
Wg mnie dopuszczelne jest umieszczenie tablicy reklamowej/informacyjnej na ogrodzeniu lub innym "stojaku" BEZPOŚREDNIO w miejscu siedziby firmy. o określonym max rozmiarze tablicy, np. 1 x 2 m. Reklamy przy drodze miały racje bytu 10-20 lat temu, natomiast dzisiaj w dobie informacji internetowej każdy przedsiębiorca ma możliwość informowania na stronach, portalach, itp. Nalezy zauważyć, że większość reklam umieszczena w przestrzeni publicznej, to nie reklamy małego szewca, który liczy każdy grosz, lecze wielkie bilbordy, tablice za grube tysiące, więc firmy takie stać również na reklamę w mediach cyfrowych. Zresztą z reguły bilboard to dodatek do reklam internetowych.
Większość tablic jest nachalnie dużych, a zarazem brzydkich, zawierające treści które nie zachęcają. Fajnym przykładem przemyślanej, "delikatnej" nienachalnej reklamy jest kaseton na sklepie spożywczym przy WKD Michałowice "Spożywczy" - fajna czcionka, która zwraca uwagę. A jak się usługi powinny reklamować? Tak jak piekarnia Pych w Michałowicach. Przepiękne, oryginalne i przykuwający uwagę podświetlenie.

synteza

Mapa miejsc wrażliwych.



Propozycja podziału na obszary.



Projekt uchwały.

Wprowadzenie:

Pojęć, zdefiniowanych w ustawach jest kilka, oto najważniejsze z nich:

Ustawia o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym:

reklama – należy przez to rozumieć upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne;

tablica reklamowa – należy przez to rozumieć przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklamę naklejaną 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 – należy przez to rozumieć 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;

szyld – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują;

Najważniejsze informacje o uchwale krajobrazowej:

UK jest aktem prawa miejscowego – obowiązuje wszystkich;

Postanowienia UK obejmują zarówno grunty publiczne jak i prywatne;

UK działa w granicach administracyjnych gminy – cały obszar;

UK nakłada obowiązek dostosowania istniejących tablic lub urządzeń reklamowych do jej postanowień;

Obowiązek ten musi być zrealizowany w ciągu minimum roku – można ustalić dłuższy czas jego realizacji.

Konstrukcja dokumentu.

Rozdział I
Przepisy wprowadzające.

Rozdział II
Definicje i metodologia ustalania gabarytów i liczby szyldów.

Rozdział III
Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym będących szyldami, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

Rozdział IV
Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

Rozdział V
Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane

Rozdział VI
Warunki i termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych.

Baner reklamowy.

Źle.

Wzór.

Aby baner wyglądał estetycznie powinien być właściwie naciągnięty, dopasowany rozmiarem do miejsca, w którym się znajduje. Jego treść powinna zachować nie tylko aktualność, lecz również oryginalną (najlepiej ograniczoną do kilku barw) kolorystykę. Zbyt wiele bannerów, sytuowanych blisko siebie również tworzy chaos.

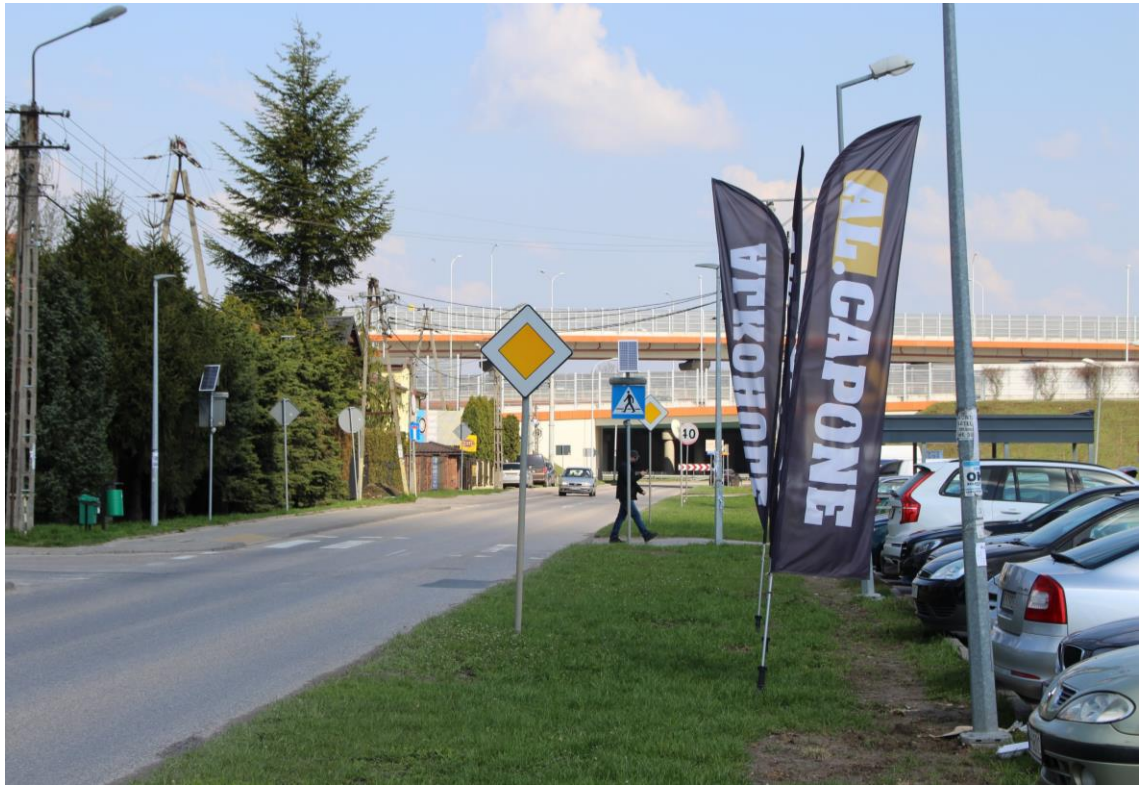
Billboard.

Źle.

Wzór.

Podstawą dla estetyki billboardu jest zastosowanie standardowego gabarytu (których na rynku jest kilka i są stosowane przez różne firmy) oraz zachowanie właściwych (odpowiednio dużych) odległości od innych reklam. Billboard można dobrze wkomponować zarówno w centrum miasta, jak i na przedmieściach – o ile nie będzie obniżał walorów przestrzennych otoczenia.

Flaga reklamowa.



Źle.

Wzór.

Flaga reklamowa w wersji nietrwale związanej z gruntem – tzw. „winder” oraz w wersji trwałem i solidnej konstrukcyjnie. Oczywiście te dwa rodzaje flagi różnią się od siebie nie tylko estetycznie, lecz również kosztowo. Flagi reklamowe można jednak zastąpić rozsądnymi ekonomicznie szyldami wolnostojącymi np. w formie tabliczek na słupku.

Forma ażurowa (litery przestrzenne).

Źle.

Wzór.

Litery przestrzenne są z definicji dobrym rozwiązaniem – brak tła sprawia, że są to szyldy odpowiednie nawet na zabytkach. Generalnie dopuszcza się ich szerokie stosowanie, jednak w nadmiarze mogą mieć działanie dysharmonizujące, a zły projekt może zniwelować zalety takiego rozwiązania. Powyższe przykłady nie pochodzą z terenu gminy Michałowice.

Gablota.

Źle.

Wzór.

Gabloty są uniwersalnym sposobem prezentowania oferty w lokalach usługowych. Zastępują różnego rodzaju wyklejki z ofertą czasową, zachowując charakter (zmienność) tego rodzaju szyldu

Kaseton.

Źle.

Wzór.

Podstawą dobrze zaprojektowanego kasetonu jest jego wzornictwo, gdyż forma jako taka – zamknięty prostopadłościan – jest estetyczna (przy utrzymaniu w dobrym stanie technicznym). Warto jednak zwrócić również uwagę na liczbę i gabaryt kasetonu – zbyt duży lub wielokrotnie powtórzony będzie potęgował negatywne wrażenia.

Naklejki.

Źle.

Wzór.

Powyższe przykłady nie pochodzą z Michałowic, ale służą zilustrowaniu problemu przesłaniania witryn nalepkami. Im mniej kolorów i przesłonięcia – tym lepiej. Jak widać, nawet na zabytkach naklejki mogą dobrze wpisywać się w obiekt.

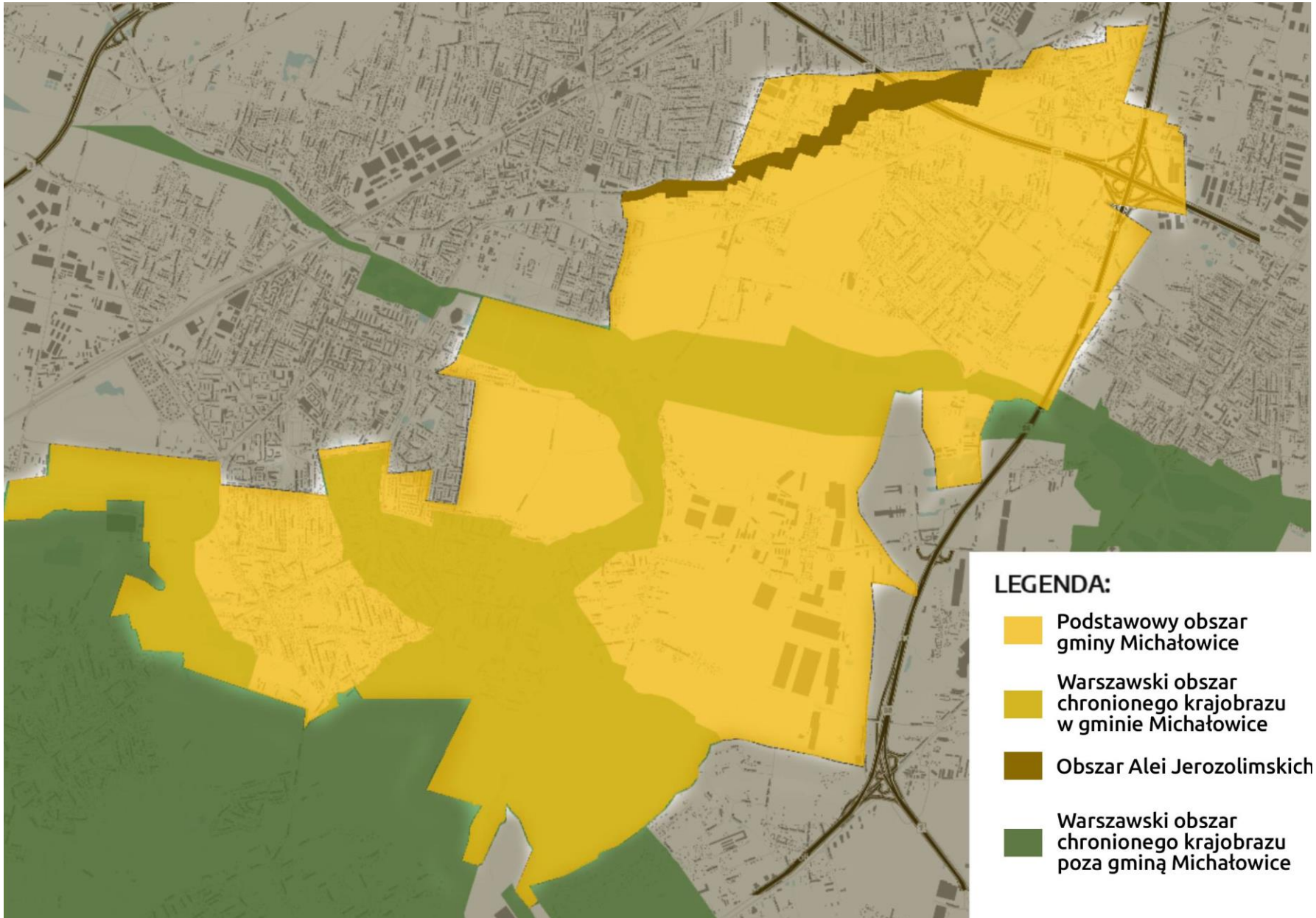
Pylon.

Źle.

Wzór.

Trudno wyobrazić sobie źle wyglądający pylon. Jednak przerost reklam nadmiarem treści, zła kolorystyka i nieodpowiednie utrzymanie potrafią obniżyć wartości estetyczne tej formy reklamowej.
Powyższe przykłady nie pochodzą z terenu gminy Michałowice.

Propozycja wyróżnienia krajobrazów.



Propozycja wyróżnienia krajobrazów.

Zarys różnic w postanowieniach.

Rodzaj reklamy/inne postanowienie	Gmina Michałowice	wyjątki	
		WOCK i elementy krajobrazu kulturowego	Krajobraz prężności gospodarczej
Maksymalna powierzchnia ekspozycyjna	6 mkw	3 mkw	Formaty standardowe
Liczba szyldów	3 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 3 wolnostojące, 2 na ogrodzeniu.	2 na budynku, 1 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 1 wolnostojący, 1 na ogrodzeniu	3 na budynku, 2 na budowli lub urządzeniu automatycznym, 3 wolnostojące, 2 na ogrodzeniu.
Baner (nie będący szyldem)	Tylko w ramie konstrukcyjnej	Nie	Tylko w ramie konstrukcyjnej
Billboard	Tak do 6 mkw	Nie	Formaty standardowe
Flaga reklamowa	Tak do 6 mkw	Nie	Formaty standardowe
Forma ażurowa	Dopuszczona jako szyld	Dopuszczona jako szyld	Dopuszczona jako szyld
Gablota ekspozycyjna	Jako nie szyld: format CLP; jako szyld: Maksymalnie 3 mkw i 0,7 mkw na ogrodzeniach	Jako nie szyld: format CLP; jako szyld: Maksymalnie 3 mkw i 0,7 mkw na ogrodzeniach	Jako nie szyld: format CLP; jako szyld: Maksymalnie 6 mkw i 0,7 mkw na ogrodzeniach
kasetony	Tak, maksymalnie 3 mkw	Nie	Tak, maksymalnie 6 mkw
murale	Tak, tylko na ścianie bez okien	Nie	Tak, tylko na ścianie bez okien
przyczepy reklamowe	Tylko jako reklama okolicznościowa	Nie	Tylko jako reklama okolicznościowa
pylony	Tak do 6 mkw	Nie	tak
reklama naklejana (szyld)	Tak, forma ażurowa 30% okna, pozostałe formy 10%	Tak, forma ażurowa 30% okna, pozostałe formy 10%	Tak, forma ażurowa 30% okna, pozostałe formy 10%
reklama pneumatyczna	Tak, jako okolicznościowa	Tak, jako okolicznościowa	Tak, jako okolicznościowa
semafor	Tak do 1 mkw	Tak do 1 mkw	Tak do 1 mkw
słup ogłoszeniowo-reklamowy	Tak	Tak	tak
stojaki reklamowe	Tylko do 0,4 mkw, wyłącznie metalowe lub drewniane do rysowania kredą lub malowania (sztaluga, stojak metalowy)	Tylko do 0,4 mkw, wyłącznie metalowe lub drewniane do rysowania kredą lub malowania (ale nie na elementach krajobrazu kulturowego	Tylko do 0,4 mkw, wyłącznie metalowe lub drewniane do rysowania kredą lub malowania
tabliczki na dystansach	Tak	Tak	tak
totemy	Tak do 6 mkw	Nie	tak

Kolejne kroki.

Uwagi do projektu uchwały można składać do 28 stycznia 2022 r. :

- ✓ w formie pisemnej w Biurze Podawczym Urzędu Gminy (na parterze),
- ✓ pocztą – na adres 05-816 Michałowice – Reguły, ul. Aleja Powstańców Warszawy 1
- ✓ za pomocą środków komunikacji elektronicznej na adres sekretariat@michalowice.pl
- ✓ na adres elektronicznej skrzynki podawczej Gminy Michałowice na platformie ePUAP: /4ld31qr0t1/SkrytkaESP

Zachęcamy do składania uwag.

uchwała
krajobrazowa
Gminy Michałowice

Dziękuję za uwagę!

Zamówienie realizuje
Bartosz Poniatowski
Projekt: Miasto

projekt: miasto