



UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA DLA MICHAŁOWIC.

**Konsultacje społeczne
wstępnych zasad.**

VI 2021 r.



projekt: miasto





**Projekt uchwały –
założenia.**

Jak zostały opracowane założenia?

Opracowanie zostało opracowane na podstawie analiz, które są przedstawione w raporcie i prezentacji, dostępnych na stronie <https://www.michalowice.pl>. Etap przygotowawczy składał się z:

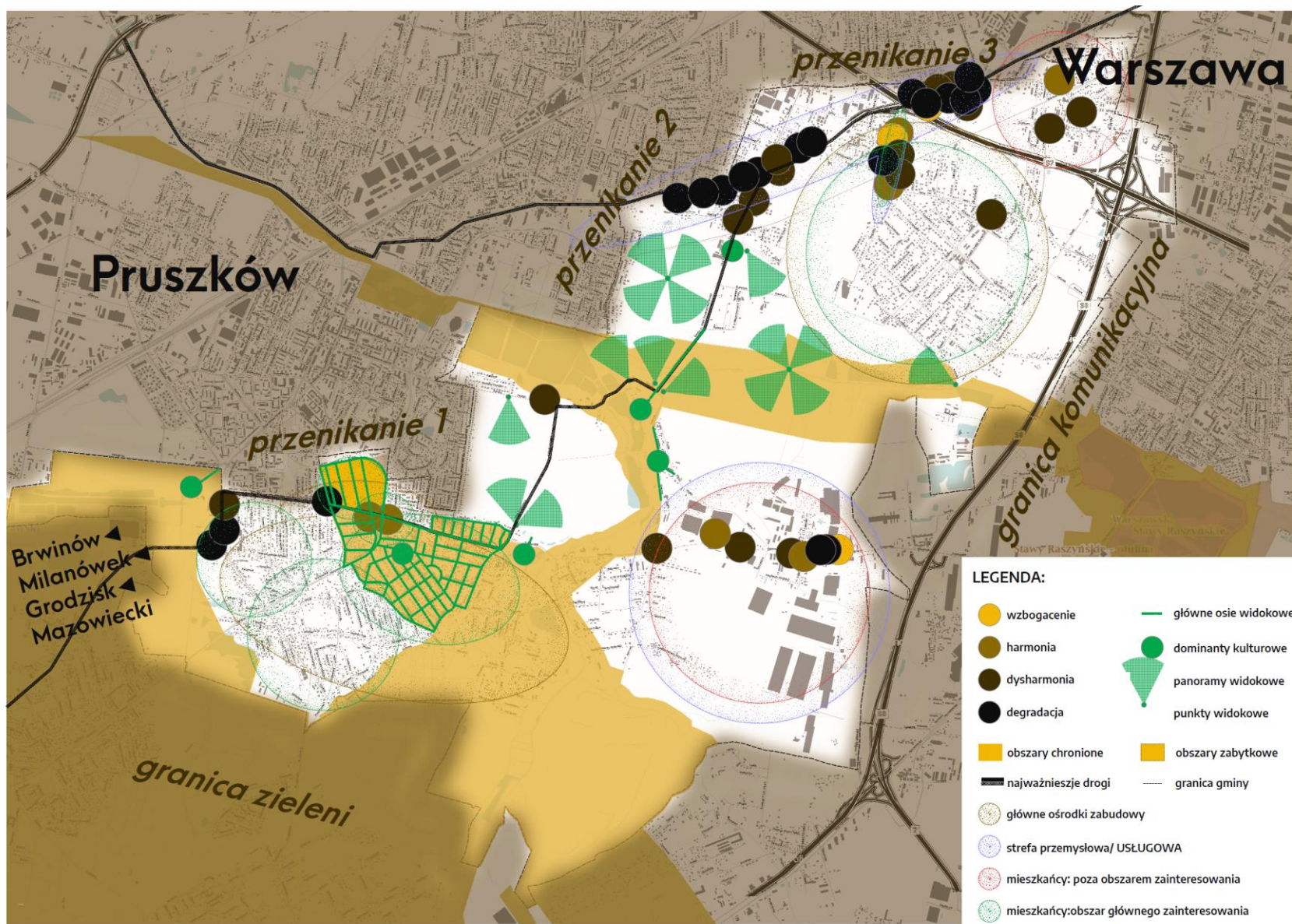
1. Analiz przestrzennych;
2. Inwentaryzacji typologicznej reklam i zjawisk jakie generują;
3. Wstępnej diagnozy społecznej – ankiety online;
4. Omówienia i uzgodnienia założeń z Zamawiającym;

Ostateczny kształt uchwały będzie zależał jednak przede wszystkim od Państwa! Złożenie uwag jest niezwykle cenne na każdym etapie opracowania – tylko dzięki nim możliwe jest wypracowanie kompromisu w zakresie szczegółowych postanowień, które będą znacząco wpływały na stan przestrzeni oraz funkcjonowanie firm.

Uchwała musi objąć teren całych Michałowic, a wszystkie istniejące reklamy będą musiały być dostosowane do jej postanowień!

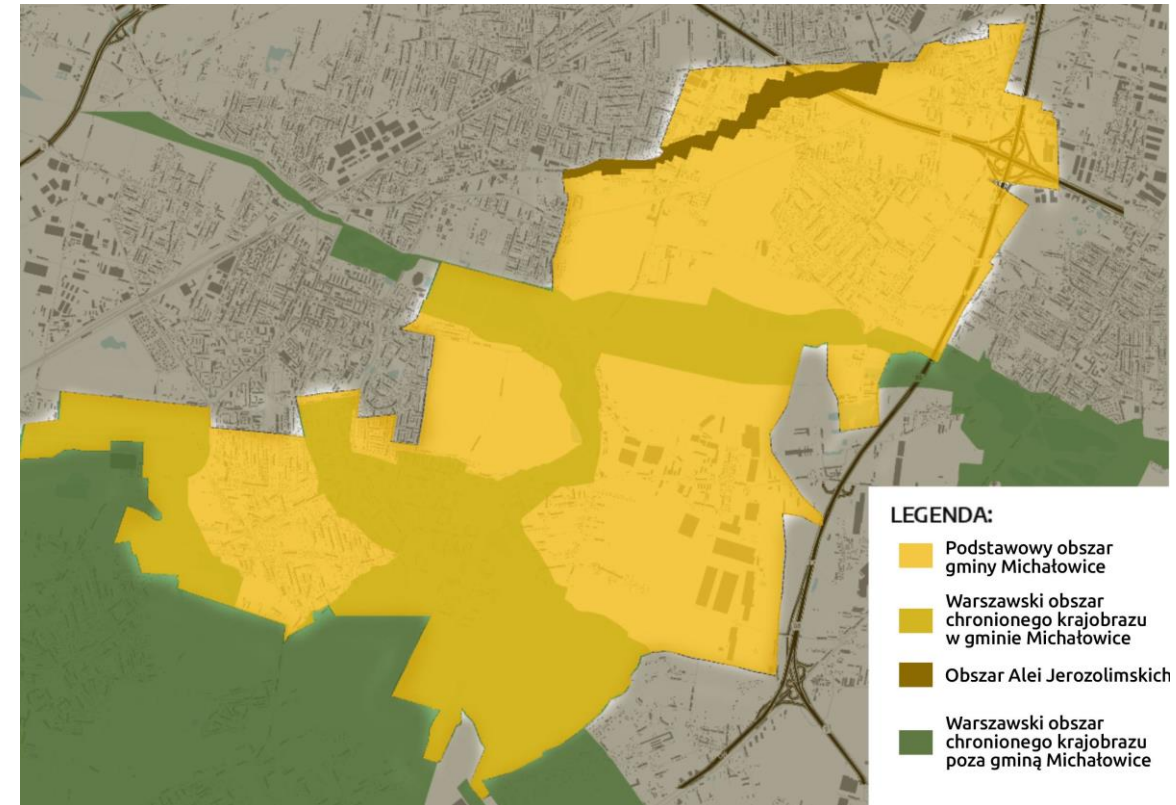


Mapa miejsc wrażliwych.

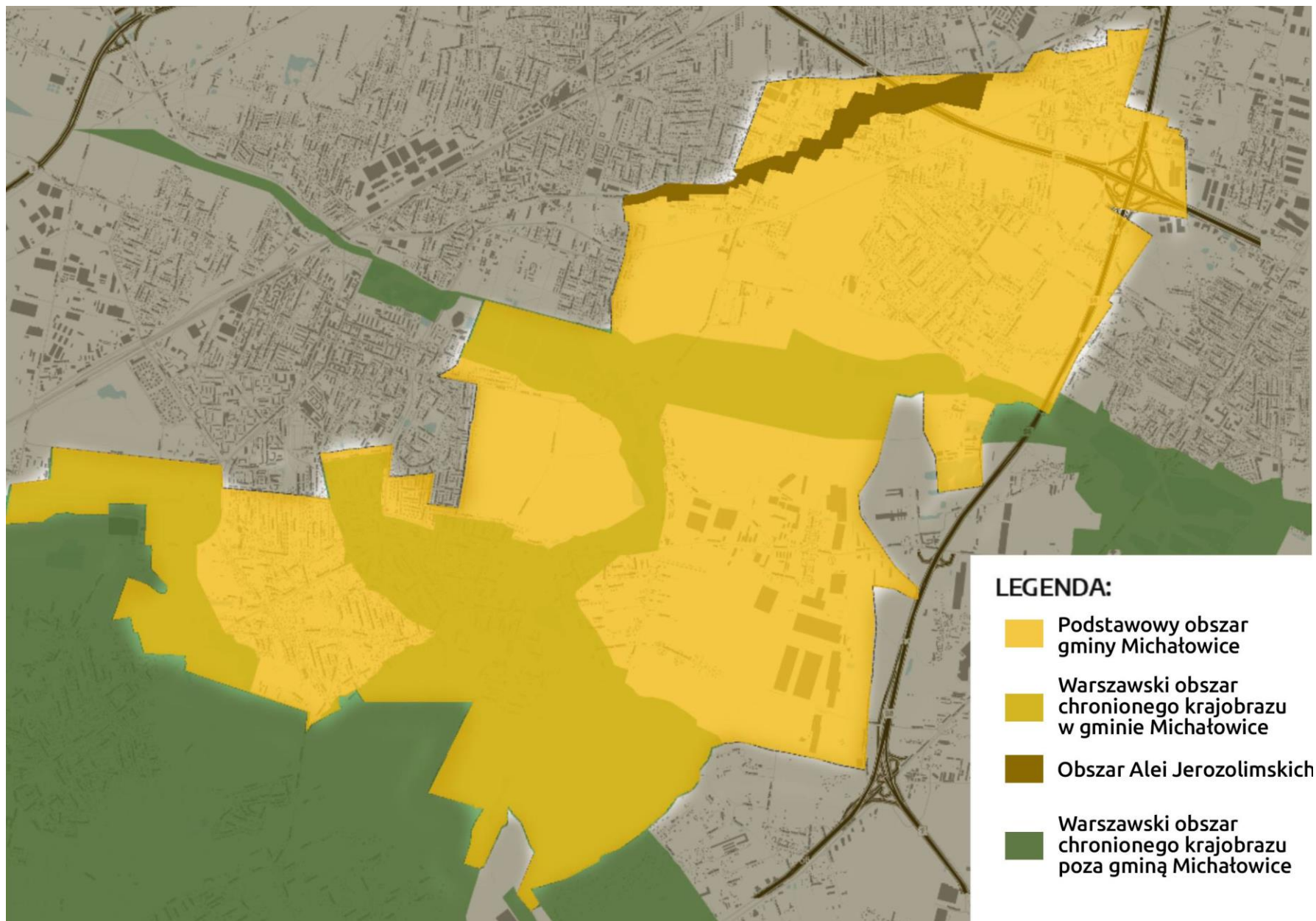


Propozycja podziału na obszary.

	Obszar zielony - WOCK – zgodnie z rozporządzeniem Nr 3 WOJEWODY MAZOWIECKIEGO z dnia 13 lutego 2007 r. w sprawie Warszawskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu (2007.42.870) – w tym obszar zielony - mała reklama kierunkowa, dopuszczone szyldy standardowe.
	Podstawowy obszar gminy Michałowice – reklama dopuszczona w ograniczonym stopniu, szyldy standardowe oraz duże na nieruchomościach o dużych powierzchniach.
	Rejon Alei Jerozolimskich – dopuszczenie dowolnych konstrukcji, ale z ograniczeniami – nakaz wysokiego standardu jakościowego, minimalne odległości wzajemne między nośnikami, dopuszczone duże szyldy, ale w ograniczonej liczbie.



Propozycja podziału na obszary.



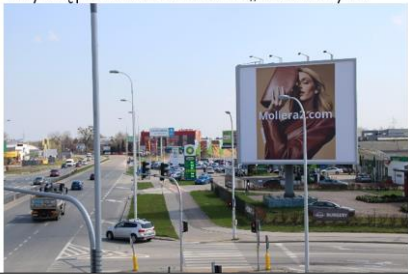
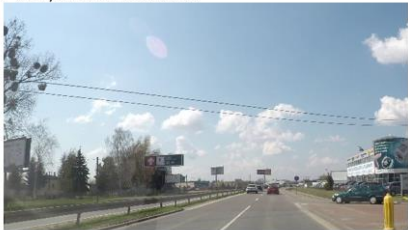
Propozycja rozwiązania problemów – ogólna.

L.p.	Zidentyfikowany problem	rozwiązanie
1)	Tablice i urządzenia reklamowe niskiej jakości 	Sam zakaz banerów rozwiąże 80% problemów. Jednak nałożenie obowiązku zachowania tablic i urządzeń reklamowych w dobrym stanie technicznym (szczegółowo opisanym) zapewni właściwy standard jakościowy. Do tego określenie dopuszczalnych formatów (standardowo funkcjonujących na rynku) będzie tę kwestię systematyzować.
2)	Nadmiar szyldów 	Ograniczenie szyldów jest zadaniem trudnym – nie zawsze bowiem duża ich liczba oznacza nadmiar. Istnieją jednak takie sytuacje i należy im przeciwdziałać. Najlepszą praktyką wydaje się być ograniczenie liczby szyldów w odniesieniu do miejsca ich sytuowania – na budynku, wolnostojących, na ogrodzeniu i na innych elementach. Równocześnie nałożenie obowiązku kumulowania szyldów różnych działalności w ramach jednego nośnika pozwoli rozwiązać ten problem.
3)	Chaotycznie sytuowane szyldy 	Zasady i warunki sytuowania mają za zadanie uporządkować przypadkowe sytuowanie. Np. ograniczenie wielkości szyldu na ogrodzeniu i zakaz przesłaniania okien automatycznie wywołają efekt pożądania szyldów wolnostojących – należy dać możliwość przedsiębiorcom takiego reklamowania się, wprowadzając wytyczne dla szyldów wolnostojących, które zapewnią ich harmonijne komponowanie się z elementami zagospodarowania i co za tym idzie, krajobrazu.

Propozycja rozwiązania problemów – ogólna.

4)	Niesystemowe przypadkowe tablice reklamowe 	Przypadkowe formaty, sytuowane w nieskoordynowany sposób tworzą nieprzyjazne środowisko, zniechęcające do przebywania. Burzą spokój i wpływają źle na samopoczucie osób je widzących. Wprowadzenie jednolitych gabarytów i nakaz zachowania odpowiednich odległości między nimi pozwoli na złapanie „oddechu” w przestrzeni i przestaną być tak przytłaczające.
5)	Ogrodzenia niskiej jakości 	Ogrodzenia żelbetowe lub inne z materiałów substandardowych są prawdziwym problemem, na szczęście nieprzytłaczającym. Szczegółowe standardy określone zostaną przy opracowaniu wzornika ogrodzeń.
6)	Przypadkowe obiekty małej architektury 	Problem jakości obiektów małej architektury nie jest znaczący, jednak zostaną zaproponowane standardy porządkujące najważniejsze kwestie.

Propozycja rozwiązania problemów – ogólna.

7)	Występowanie przypadkowych tablic w obszarze chronionego krajobrazu 	Zjawisko jest marginalne na terenie niezabudowanym, jednak duża część Komorowa, Komorowa wsi i Granicy jest również objęta ochroną krajobrazową – którą można wzmocnić niniejszą uchwałą
8)	Zaburzenie wartości zabytkowych Komorowa 	Powiązanie zapisów uchwały z zabytkowym charakterem osiedla Komorów, prowadzące do ograniczenia reklam nie będących szyldem oraz wskazania właściwych zasad sytuowania szyldów – nawiązująca do tradycji miasta letniskowego/miasta ogrodu.
9)	Występowanie reklam „unikalnych” 	Jest to największa reklama w gminie Michałowice, a równocześnie jedna z większych w Polsce. Jest jednak w dobrym stanie technicznym a jej lokalizacja nie zaburza krajobrazów wartościowych w gminie z racji swojego położenia. Rekomenduje się jej pozostawienie, przy równoczesnym ograniczeniu możliwości sytuowania nowych, równie dużych reklam.
10)	Wjazdy do gminy Michałowice i chaos Alei Jerozolimskich 	Uświadomienie odrębności obszaru, mentalnie i <i>de facto</i> przestrzennie przynależnego do nie-Michałowic. Zakłada się pozostawienie billboardów systemowych, ograniczenie liczby szyldów (przy równoczesnym dopuszczeniu szyldów dużych), zakaz banerów na ogrodzeniach i przypadkowych konstrukcjach.

Propozycja rozwiązań szczegółowych – cała gmina.

1. Zostanie określony katalog szyldów z zasadami i warunkami sytuowania, zależny od wielkości i rodzaju zabudowy;
2. Zakaz banerów na ogrodzeniach, budynkach i między drzewami;
3. Billboardy tylko do 6mkw powierzchni, sytuowane maksymalnie jeden na nieruchomości;
4. Oprócz szyldów, billboardów można umieszczać tylko tabliczki kierunkowe;
5. Określenie zasad kompozycyjnych szyldów na elewacjach budynków;
6. Obowiązek umieszczania na jednej konstrukcji szyldów różnych działalności działających na jednej nieruchomości;
7. Ograniczenie szyldów jednej działalności do 3 na budynku, 3 wolnostojących i 2 na ogrodzeniu;

Propozycja rozwiązań szczegółowych – rejon Alei Jerozolimskich.

1. Katalog szyldów będzie dopuszczał większe formy niż dla całej gminy;
2. Zakaz banerów na ogrodzeniach, budynkach i między drzewami zostaje utrzymany;
3. Billboardy mogą być większe ale ich liczbę ogranicza się nadal do jednego na nieruchomości;
4. Oprócz szyldów, billboardów i innych tablic o usystematyzowanych gabarytach można umieszczać tylko tabliczki kierunkowe;
5. Określenie zasad kompozycyjnych szyldów na elewacjach budynków bez zmian;
6. Obowiązek umieszczania na jednej konstrukcji szyldów różnych działalności działających na jednej nieruchomości bez zmian;
7. Ograniczenie szyldów jednej działalności do 3 na budynku, 3 wolnostojących i 2 na ogrodzeniu również pozostanie utrzymany, ale szyldy te będą mogły być większe (patrz pkt. 1);

Propozycja rozwiązań szczegółowych – teren Warszawskiego Obszaru chronionego krajobrazu oraz zabytki.

1. Katalog szyldów z zasadami i warunkami sytuowania, będzie bardziej ograniczony niż w pozostałych przestrzeniach gminy;
2. Zakaz banerów gdziekolwiek;
3. Zakaz billboardów;
4. Oprócz szyldów można będzie umieszczać tylko tabliczki kierunkowe;
5. Określenie zasad kompozycyjnych szyldów na elewacjach budynków będzie uwzględniało zbytkowy charakter zabudowy;
6. Obowiązek umieszczania na jednej konstrukcji szyldów różnych działalności działających na jednej nieruchomości zostanie utrzymany;
7. Ograniczenie szyldów jednej działalności do 2 na budynku, 1 wolnostojącego i 1 na ogrodzeniu;

Termin i warunki dostosowania.

1. Podstawowy termin dostosowania to 2 lata (ale należy pamiętać, że wszystkie nowe reklamy, od daty wejścia w życie uchwały będą musiały być z nią zgodne);
2. Termin ten będzie dłuższy dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę i wyniesie 5 lat;
3. Termin ten będzie krótszy dla reklam najbardziej szpecących – w złym stanie technicznym i banerów reklamowych – 1 rok.



**Wzornik tablic i urządzeń
reklamowych.**

Baner reklamowy.



Źle.

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.



Wzór.

Billboard.



Źle.

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.



Wzór.

Flaga reklamowa.



Źle.

Flaga reklamowa w wersji nietrwale związanej z gruntem – tzw. „winder” oraz w wersji trwałej 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 sztyldami wolnostojącymi np. w formie tabliczek na słupku.



Wzór.



Gablota.



Źle.

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



Wzór.



Billboard.



Źle.

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.



Wzór.

Kaseton.



Źłe.

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.



Wzór.

Litery/logo przestrzenne.



Źle.

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.



Wzór.

Naklejki.



Źle.

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



Wzór.

Pylon.



Źle.

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.



Wzór.

Tablica reklamowa – niestandardowa.



Źłe.

Tablica reklamowa, która nie jest zrealizowana w żadnym ze standardowych dla billboardu formatów oraz posiada stałą (a nawet wymienną ale nie w ramach zmiany plakatu) powierzchnię ekspozycyjną nie posiada odrębnej nazwy. Jej jakość zależy głównie od jakości zaprojektowania, wykonania i utrzymania, mniej od gabarytu.



Wzór.



**harmonogram
konsultacji**

Kolejne kroki:

Czas zbierania uwag na formularzu konsultacyjnym:

- 16 – 30 czerwca

Termin i miejsce spotkania otwartego:

- 16 czerwca (środa) o godzinie 17.00
- W siedzibie Urzędu Gminy:
- Reguły, Aleja Powstańców Warszawy 1, sala multimedialna.

Kolejne etapy konsultacji społecznych:

- Wyłożenie do publicznego wglądu zaplanowane jest na wrzesień i październik (wtedy zostanie zaprezentowany projekt uchwały w projekcie aktu prawa miejscowego wraz z broszurą informacyjną),
- Po wprowadzeniu zmian dokument będzie zmieniony i ponownie upubliczniony,
- Drugie wyłożenie do publicznego wglądu zaplanowane jest na początek 2022 roku.

Agenda spotkania:

17:00 – 17:15 wstęp

1. Powitanie uczestniczek i uczestników spotkania;
2. Przedstawienie realizatora zamówienia;

17:15 – 18:00 prezentacja

1. Wprowadzenie w specyfikę uchwał krajobrazowych;
2. Podsumowanie etapu I:
3. Analizy przestrzenne w gminie Michałowice,
4. Podsumowanie ankiety;
5. Przedstawienie założeń uchwały krajobrazowej.

18:00 – 19:00 moderowana dyskusja

1. Wolne spostrzeżenia, opinie ogólne i kontrpropozycje.
2. Mini-warsztat dotyczący proponowanych rozwiązań;
3. Propozycje uzupełnienia i uszczegółowienia zagadnień;

W przypadku określenia takich potrzeb przez uczestniczki i uczestników zakłada się wydłużenie dyskusji maksymalnie do godziny 20:00.

Zamówienie realizuje
Bartosz Poniatowski
Projekt: Miasto

