W związku z trwającymi pracami nad wyznaczeniem kierunków działań w zakresie ochrony krajobrazu miejskiego, które wynikają z tzw. ustawy krajobrazowej, planuję przygotować i wprowadzić pod obrady Rady Miasta Włocławek uchwałę określającą standardy w zakresie reklam, obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz otoczenia zabytków i parków.

W ramach konsultacji ww. zamierzenia proszę o wypełnienie poniższej ankiety:

***Podstawowe definicje użyte w ankiecie****:*

* ***reklama*** *– wizualna forma informacji promująca osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne (np.: reklamy płaskie i przestrzenne, reklamy świetlne i podświetlane, naklejki na szybach witryn, banery, reklamy wielkoformatowe o powierzchni powyżej 10m²);*
* ***szyld*** *– tablica reklamowa informująca o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica się znajduje;*
* ***potykacz*** *– urządzenie reklamowe wystawiane na zewnątrz lokalu usługowego, gastronomicznego,   
  w godzinach ich otwarcia;*
* ***semafor reklamowy*** *– reklama na wysięgniku montowana prostopadle do ściany;*
* ***pylon*** *– urządzenie reklamowe z logotypem firmy, hasłem reklamowym, wyróżniające się znaczną wysokością;*
* ***prawo miejscowe*** *– uchwała**rady miasta ustalająca zasady i ograniczenia sytuowania reklam, szyldów, elementów małej architektury, ogrodzeń.*

1. Które reklamy i ich rozmieszczenie zdaniem Pani/Pana najbardziej negatywnie wpływają na krajobraz miejski oraz na odbiór przez klientów

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. duża różnorodność form i wielkości reklam na elewacji |  |  |  |
| 1. dużo potykaczy na ulicy |  |  |  |
| 1. naklejki zasłaniające całe witryny |  |  |  |
| 1. jaskrawe kolory reklam |  |  |  |
| 1. uciążliwe oświetlenie (lub podświetlenie) reklam |  |  |  |
| 1. brak należytego utrzymania (naprawy, czystość, odświeżanie) |  |  |  |

1. Czy i gdzie zdaniem Pani/Pana należy wprowadzić ograniczenia prawem miejscowym\* dotyczące reklam\*

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. w obszarze śródmiejskim |  |  |  |
| 1. na terenach parków, skwerów, placów publicznych |  |  |  |
| 1. w pasach drogowych |  |  |  |
| 1. na obiektach użyteczności publicznej |  |  |  |
| 1. w obszarze skoncentrowanej zabudowy mieszkaniowej (osiedla mieszkaniowe) |  |  |  |
| 1. w obszarze przemysłowym |  |  |  |
| 1. takie same zasady dla całego miasta |  |  |  |

1. Szyldy\*:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. powinny mieć określone prawem miejscowym\* maksymalne wymiary w obrębie danej elewacji |  |  |  |
| 1. powinny mieć określone prawem miejscowym\* jednolitą kolorystykę w obrębie danej elewacji |  |  |  |
| 1. powinny być wykonane na materiałach określonych prawem miejscowym\* |  |  |  |
| 1. mogą być umieszczane dowolnie |  |  |  |

1. Reklamy\* na budynku:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. powinny być umieszczane wyłącznie na budynkach usługowych |  |  |  |
| 1. mogą być umieszczane na budynkach mieszkalno-usługowych |  |  |  |
| 1. nie powinny być umieszczane na budynkach mieszkalnych |  |  |  |
| 1. mogą być umieszczane dowolnie |  |  |  |

1. Reklamy\* na budynku:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. powinny być umieszczane wyłącznie na części elewacji w bezpośrednim sąsiedztwie lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza |  |  |  |
| 1. mogą obejmować całe powierzchnie elewacji bocznej bez otworów okiennych |  |  |  |
| 1. powinny mieć określone prawem miejscowym\* maksymalne powierzchnie – dotyczy elewacji bocznej bez otworów okiennych |  |  |  |
| 1. w zabudowie zwartej powinny być sytuowane wyłącznie reklamy bez podświetlenia |  |  |  |
| 1. mogą być naklejane na szybach witryn i obejmować całą ich powierzchnię |  |  |  |
| 1. powinny mieć określoną prawem miejscowym\* maksymalną powierzchnię na szybach witryn |  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane dowolnie |  |  |  |

1. Reklamy wielkoformatowe\*:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. powinny być sytuowane jedynie w miejscach poza obszarem śródmiejskim |  |  |  |
| 1. powinny być sytuowane na całym obszarze miasta |  |  |  |
| 1. nie powinny być dopuszczone w pasach drogowych |  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane dowolnie |  |  |  |
| 1. nie powinny być dopuszczone |  |  |  |
| 1. powinny być ustalone prawem miejscowym\* maksymalne powierzchnie reklam |  |  |  |
| 1. powinny być ustalone prawem miejscowym\* maksymalne wysokości reklam wielkoformatowych wolnostojących |  |  |  |

1. Reklamy w formie potykaczy\*:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. mogą być sytuowane przy wejściach do lokali,  w których prowadzona jest działalność gospodarcza |  |  |  |
| 1. powinny być sytuowane wyłącznie przy wejściach  do lokali gastronomicznych, np. jako menu |  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane dowolnie |  |  |  |
| 1. nie powinny być dopuszczone |  |  |  |

1. Reklamy w formie pylonu\*:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. mogą być sytuowane na wjazdach do miasta |  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane przy stacjach paliw |  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane przy dużych obiektach handlowych |  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane na terenach przemysłowych |  |  |  |
| 1. powinny być określone prawem miejscowym\* maksymalne wysokości pylonów |  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane dowolnie |  |  |  |
| 1. nie powinny być dopuszczone |  |  |  |

1. Reklamy dotyczące wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych zamieszczane w terminie   
   do 30 dni:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. zasady sytuowania powinny być regulowane prawem miejscowym\* |  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane dowolnie |  |  |  |

1. Obiekty małej architektury:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. zasady sytuowania powinny być regulowane prawem miejscowym\* |  |  |  |
| 1. jeśli odpowiedź „a” jest twierdząca, to czy obiekty małej architektury powinny być:  * takie same dla całego miasta ........................... * charakterystyczne tylko dla śródmieścia........... |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane dowolnie |  |  |  |

1. Ogrodzenia:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. zasady sytuowania powinny być regulowane prawem miejscowym\* |  |  |  |
| 1. mogą być sytuowane dowolnie |  |  |  |

1. Termin dostosowania szyldów i reklam do nowych regulacji prawnych powinien wynosić:

*(\* wg podstawowej definicji)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *odpowiedź* | *tak* | *nie* | *nie mam zdania* |
| 1. 12 miesięcy dla posiadaczy reklam i szyldów |  |  |  |
| 1. 12 miesięcy dla posiadających wyłącznie reklamy |  |  |  |
| 1. 2 lata dla posiadających wyłącznie szyldy |  |  |  |
| 1. od 12 miesięcy do 3 lat dla posiadaczy reklam  i szyldów |  |  |  |
| 1. od 12 miesięcy do 3 lat dla posiadaczy reklam  i szyldów, ze zróżnicowaniem terminu w zależności  od stref miasta określonych prawem miejscowym\* |  |  |  |

Wypełnione ankiety proszę przesyłać na adres e-mailowy: [rada@um.wloclawek.pl](mailto:rada@um.wloclawek.pl) w terminie do dnia 29 czerwca 2018 r.

**Przewodniczący**

**Rady Miasta Włocławek**

**(-) Rafał Sobolewski**