



MIKOŁÓWSKA UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA

Mateusz Handel
I Zastępca Burmistrza Mikołowa

Droga do uchwały krajobrazowej

PRZEPROWADZENIE ANKIETY WŚRÓD MIESZKAŃCÓW "WPŁYW REKLAM NA WIZERUNEK MIKOŁOWA"

KONSULTACJE Z AGENCJAMI REKLAMOWYMI

WYBÓR FIRMY TWORZĄCEJ PROJEKT UCHWAŁY

KONSULTACJE Z URZĘDEM MARSZAŁKOWSKIM

KAMPANIA PROMOCYJNA PT. "MIASTO PRZYSŁONIĘTE"

KONSULTACJE Z MIESZKAŃCAMI I PRZEDSIĘBIORCAMI

Podsumowanie ankiety

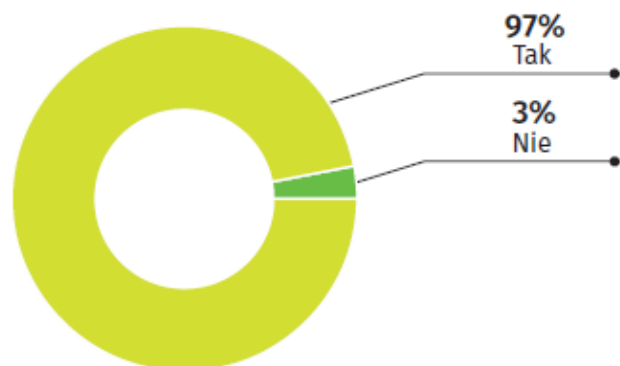
„Wpływ reklam na wizerunek Mikołowa”

TERMIN BADANIA:
styczeń 2017 r.

PRÓBA BADAWCZA:
357 respondentów



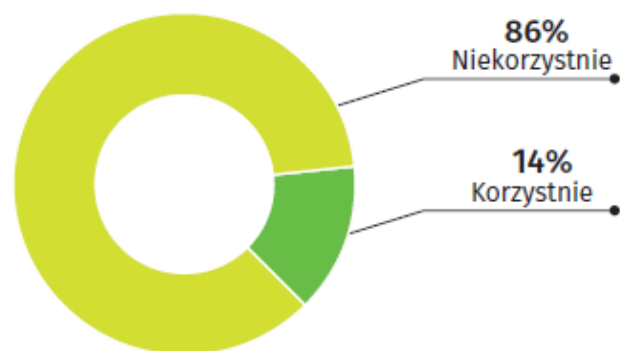
1. Czy podczas poruszania się po Mikołowie są dla Pani/Pana zauważalne reklamy?



2. Czy przeszkadza Pani/Panu nadmiar reklam na terenie Mikołowa?



3. Jak Pani/Pana zdaniem reklamy w Mikołowie wpływają na odbiór otaczającej przestrzeni?



4. Czy Pani/Pana zdaniem przepisy prawa powinny regulować parametry reklam (m.in. kolorystykę, rodzaj użytych materiałów, ilość, lokalizację, zagęszczenie, wielkość)?



9. Czy według Pani/Pana należy ujednocnić nośniki reklam (w tym szyldy) w obszarze starówki?



10. Czy Pani/Pana zdaniem konieczna jest w obecnej sytuacji regulacja prawna dotycząca zasad umieszczania reklam w przestrzeni Mikołowa?



5. Czy Pani/Pana zdaniem reklamy w Mikołowie zagrażają bezpieczeństwu w ruchu drogowym?



6. Czy Pani/Pana zdaniem na terenach zielonych i obszarach o dużych walorach krajobrazowych powinno się wprowadzić zakaz lokalizacji reklam?



7. Czy Pani/Pana zdaniem przepisy prawa lokalnego powinny regulować sytuowanie reklam w najbliższym otoczeniu miejsc kultu religijnego, miejsc pamięci oraz na obszarach zabytkowych?



8. Czy Pani/Pana zdaniem umieszczanie wielkoformatowych wolnostojących nośników reklamowych powinno zostać uregulowane przepisami prawa lokalnego?



Założenia uchwały krajobrazowej

**WPROWADZENIE REGULACJI PRAWNYCH DOTYCZĄCYCH UMIESZCZANIA REKLAM
W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ,**

POPRAWA WIZERUNKU I ESTETYKI MIASTA / WALKA Z REKLAMOZĄ,

**PODZIAŁ MIASTA NA OBSZARY W ZALEŻNOŚCI OD CHARAKTERU POSZCZEGÓLNYCH CZĘŚCI MIKOŁOWA,
(ZABYTKOWE CENTRUM, ŚRÓDMIEŚCIE, OBSZARY HANDLOWE, SOŁECTWA, TERENY PRZYRODNICZE)**

**POMOC REKLAMODAWCOM I REKLAMOBIORCOM W TWORZENIU NOŚNIKÓW,
KTÓRE NIE ZABURZĄ ODBIORU PRZESTRZENI PUBLICZNEJ,**

**OKREŚLENIE TERMINÓW DOSTOSOWAWCZYCH I ZASAD SYTUOWANIA REKLAM,
(POD KĄTEM ILOŚCI, JAKOŚCI, KOLORYSTKI, BEZPIECZEŃSTWA)**

Wdrażanie uchwały krajobrazowej

OPRACOWANIE PRZEWODNIKA PO UCHWALE "ŁADniejszy MIKOŁÓW",

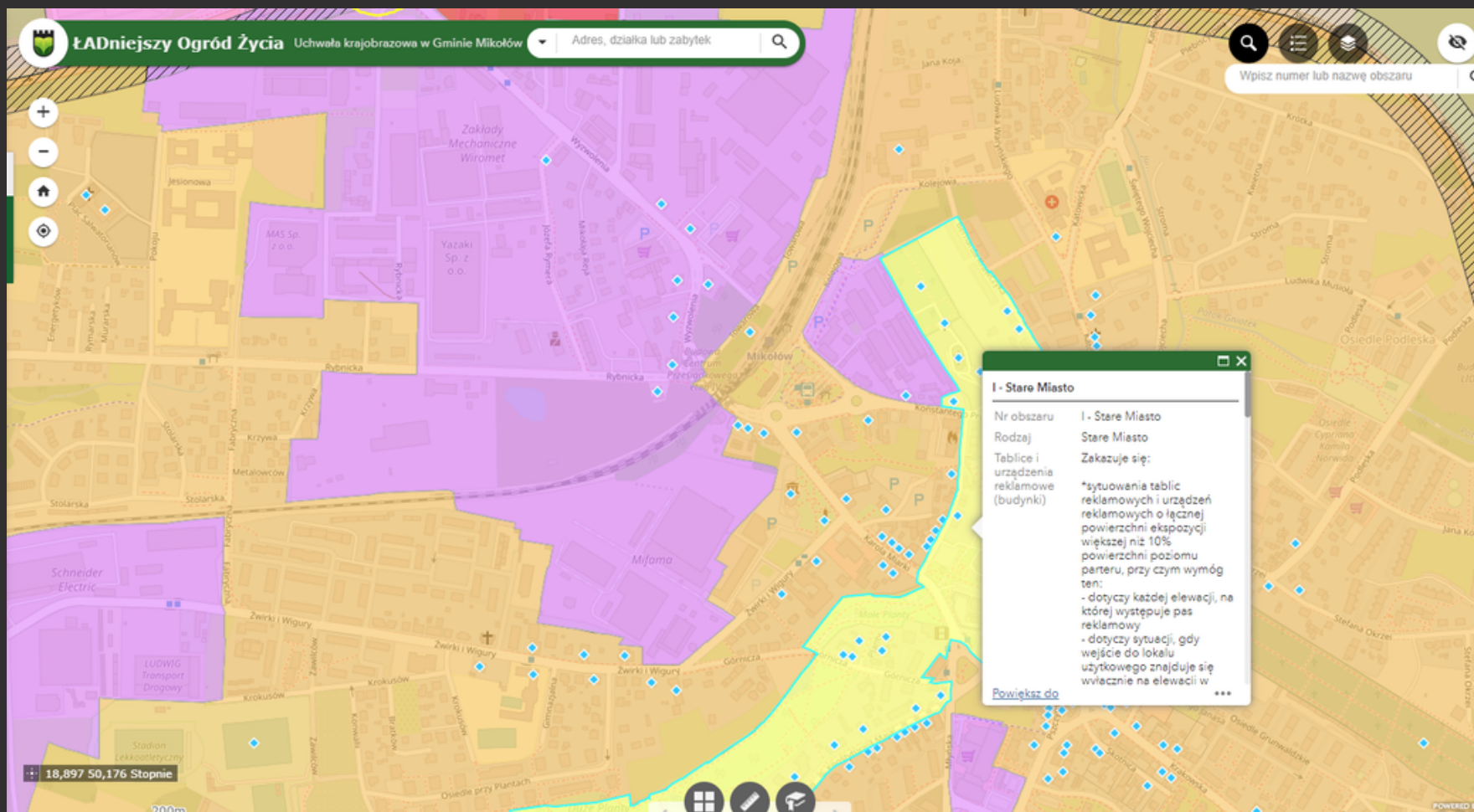
URUCHOMIENIE STRONY INTERNETOWEJ INFORMUJĄCEJ O UCHWALE I OFERUJĄCEJ POMOC DLA PRZEDSIĘBIORCÓW I REKLAMODAWCÓW,

**UTOWRZENIE INTERAKTYWNEJ MAPY MIASTA,
(WYSZUKIWARKA ADRESÓW I BUDYNKÓW WZGLĘDEM ZAPISÓW JAKIE OBOWIĄZUJĄ W DANYM OBSZARZE)**

PODJĘCIE WSPÓŁPRACY Z KONSULTANTEM DS. UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,

WYNAJĘCIE FIRMY ZAJMUJĄCEJ SIĘ INWENTARYZACJĄ REKLAM W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ,

ANALIZA WYNIKÓW I WYSYŁKA LISTÓW UPOMINAJĄCY



Interaktywny podział miasta na obszary

Ładniejszy Ogród Życia

zasady i procedury lokalizacji reklam w Mikolowie



Uchwała Krajobrazowa to dokument określający zasady dla nośników reklamowych, elementów małej architektury i ogrodzeń. Uchwała opisuje ich sposób sytuowania oraz gabaryty.

Interaktywny podział miasta na obszary
Wyszukaj, w którym obszarze znajduje się Twój lokal

Przejdź

O Uchwale
Zapoznaj się z treścią uchwały i dowiedz się w jakim celu została wprowadzona

Przejdź

Projektant
Zapoznaj się z naszym przewodnikiem

Przejdź

Przedsiębiorca
Dowiedz się jakie są Twoje obowiązki

Przejdź

strona internetowa krajobrazowa.mikolow.eu



przewodnik po uchwale

- ▼ Kolorystyka, jakość i bezpieczeństwo
- ▼ Tablice i urządzenia reklamowe wolnostojące
- ▼ Reklama na budynkach
- ▼ Reklamy niedozwolone
- ▼ Obiekty zabytkowe
- ▼ Reklamy w trakcie imprez plenerowych
- ▼ Ogródki gastronomiczne

zasady sytuowania reklam- poradnik dla projektantów

Kolorystyka

W zakresie kolorystyki elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dopuszcza się stosowanie odcieni: szarości, bieli, czerni, brzo, brązu.

Bezpieczeństwo

W zakresie wymogów związanych z ochroną pożarową zakazuje się sytuowania i umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób ograniczający lub uniemożliwiający dostęp do urządzeń przeciwpożarowych takich jak punkty czerpania wody do zewnętrznego gaszenia pożarów - hydranty naziemne i podziemne, jak również w sposób zwężający lub blokujący drogi dojazdowe dla samochodów Jednostek Ochrony Przeciwpożarowej.

Jakość

Wszystkie tablice i urządzenia reklamowe należy wykonać starannie przy zastosowaniu wysokiej jakości materiałów w sposób niezagrażający bezpieczeństwu oraz utrzymywać w należytym stanie estetycznym i technicznym. W szczególności dotyczy to:

- utrzymania w kompletności i czytelności tablic i urządzeń reklamowych (bez ubytków lub odprysków, zniekształceń, niewypłowiałych, nierozmytych),
- zamocowania w sposób trwały i docelowy (bez braków w elementach mocujących takich jak śruby, wkręty, gwoździe, kleje oraz bez zniekształceń); **w obrębie obszaru 1 należy zamaskować elementy mocujące, okablowanie,**
- utrzymania w funkcjonalności technicznej (w szczególności z prawidłowo funkcjonującym oświetleniem, jeżeli dotyczy),
- utrzymania odpowiedniej konserwacji zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami dla danych materiałów budowlanych (m.in. zabezpieczeniem przed korozją).



Reklama na budynkach

Nakazuje się:

- ★ zachowanie minimum **0,1 m** odstepu od krawędzi elewacji budynku oraz najbliższej krawędzi detalu architektonicznego, a także otworów drzwiowych i okiennych (dla otworów łukowo zakończonych odległość 0,1 m liczona jest od najwyższego punktu łuku) oraz z zachowaniem minimum **0,3 m** odstepu od numeru adresowego budynku i nazwy ulicy,
- ★ w przypadku, gdy wejście do lokalu użytkowego zlokalizowane jest na elewacji powyżej poziomu parteru, sytuowanie szyldów na kondygnacjach, na których zlokalizowany jest lokal użytkowy, przy zachowaniu warunków analogicznych jak dla szyldów w poszczególnych obszarach,
- ★ sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych **na budynkach zabytkowych** zgodnie z wymogami określonym dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budynkach w obrębie obszaru 1 określonych w **zasadach lokalizacji reklam na obszarze 1 - stare miasto (str. 14-15)**.

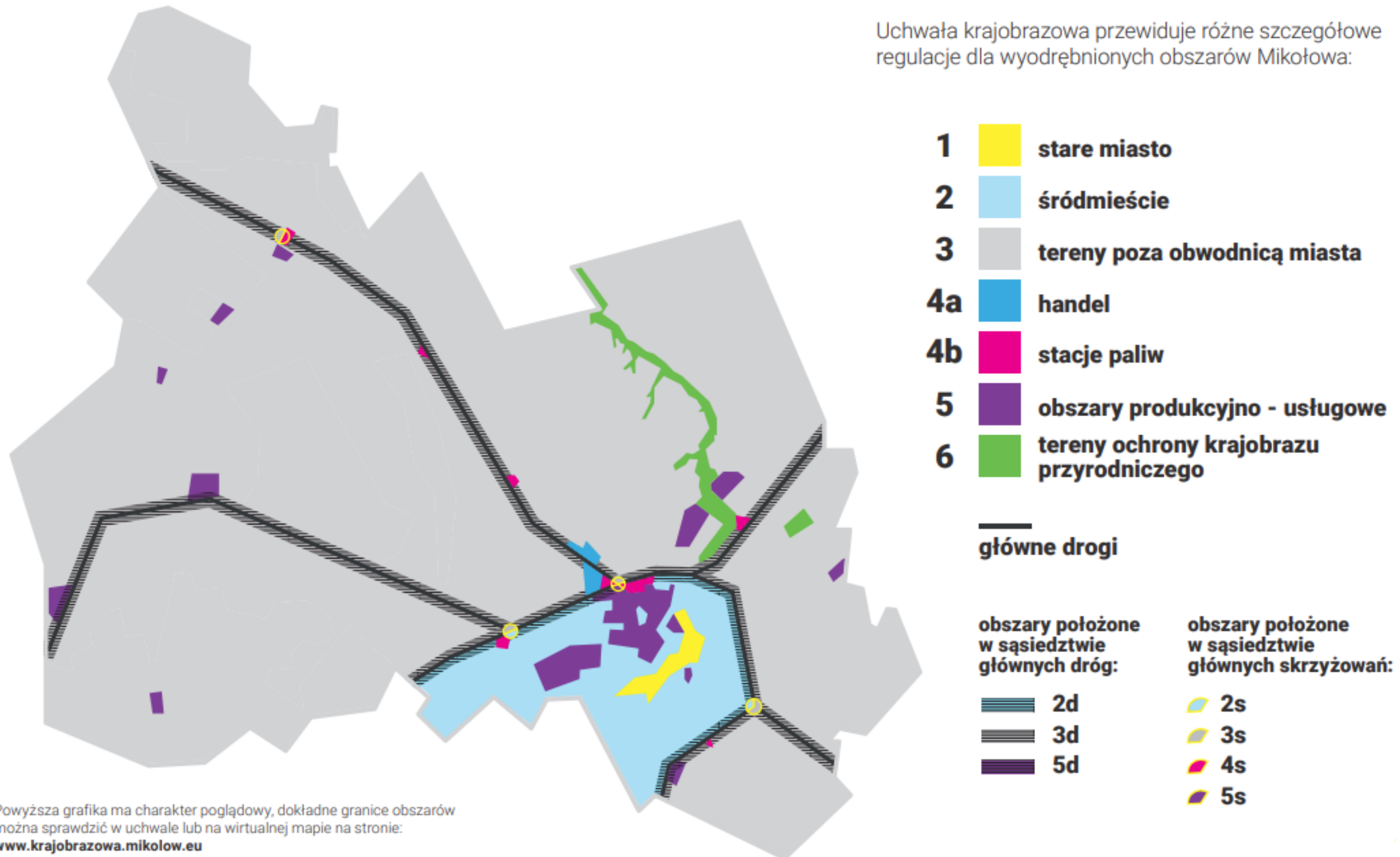
Zakazuje się:

- ★ sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych **w sposób zasłaniający okna i drzwi oraz charakterystyczne detale architektoniczne budynku** takie jak: gzyms, parapet, balustrada, balkon, okiennica, opaski okienne i drzwiowe, elementy rzeźbiarskie i malarskie, dekoracje ceramiczne, kamienne, polichromowane, snycerskie,
- ★ sytuowania murali reklamowych,
- ★ sytuowania **banerów reklamowych i siatek reklamowych** za wyjątkiem reklam w trakcie imprez plenerowych oraz reklam na czas trwania remontu (str. 8).



Obszary sytuowania reklam w Mikołowie

Uchwała krajobrazowa przewiduje różne szczegółowe regulacje dla wyodrębnionych obszarów Mikołowa:



Powyższa grafika ma charakter poglądowy, dokładne granice obszarów można sprawdzić w uchwale lub na wirtualnej mapie na stronie: www.krajobrazowa.mikolow.eu