



rynek z tradycjami

Sprawozdanie z prowadzonych działań w zakresie wdrażania polityki reklamowej na przestrzeni lat 2016-2017

ocena stanu przestrzeni miasta 2017



Opracował:

Małgorzata Osiecka – Przewodnicząca Zespołu ds. Estetyki Miasta; Dyrektor Wydziału Gospodarki Przestrzennej i Architektury

Małgorzata Rudownik - Inspektor Wydziału Gospodarki Przestrzennej i Architektury

Monika Witkowska – Skrent – Inspektor Wydziału Gospodarki Przestrzennej i Architektury

Świdnica, listopad 2017

POLITYKA REKLAMOWA MIASTA ŚWIDNICY

PODSTAWOWY CEL

TWORZENIE DOBREGO
WIZERUNKU MIASTA



poprzez **porządkowanie najważniejszych przestrzeni publicznych**, którymi są główne drogi przebiegające przez miasto, skrzyżowania tych dróg, place publiczne, w tym przede wszystkim Rynek Miasta.

DWA PODSTAWOWE FILARY

WYKORZYSTANIE ISTNIEJĄCYCH
REGULACJI PRAWA I TWORZENIE
NOWYCH JEGO ELEMENTÓW



przy jednoczesnym
wdrażaniu w życie
w pierwszej kolejności na mieniu Miasta
– **jako dobry przykład gospodarza Miasta**

KAMPANIA
INFORMACYJNO - EDUKACYJNA



Jako wzbudzanie świadomości w kształtowaniu
przestrzeni publicznych
– **reklama może być dopełnieniem lub akcentem honorującym walory historyczne i krajobrazowe miasta**

KIERUNKI DZIAŁAŃ

Działania długofalowe

zmierzające do określenia zasad i warunków rozmieszczenia reklam

SYNERGIA

Działania bieżące i cykliczne

wdrażanie zasad

Opracowania studialne i projektowe

Czynności prawne :

- listy intencyjne i interwencje bieżące, opinie,
- współpraca z instytucjami,
- kontrolowane zawieranie umów przez GGN, MZN, DI,
- kampania informacyjna
→ monitoring

Efekt

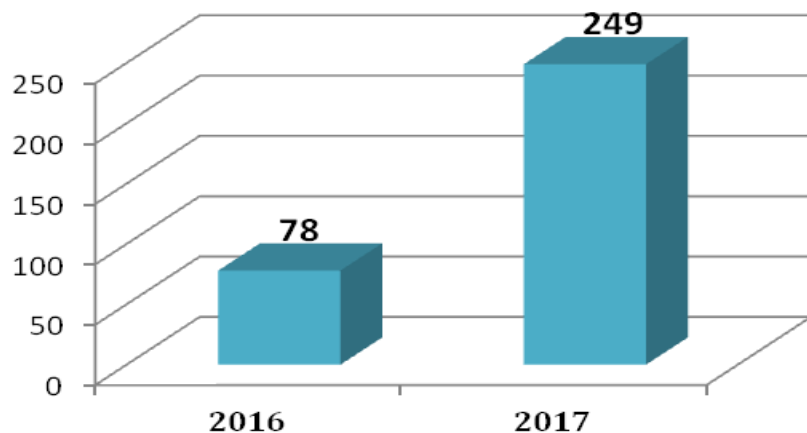
„zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane”

Usuwanie reklam lub wykonywanie nowych wg przygotowanych wytycznych

ZESTAWIENIE GRAFICZNE DZIAŁAŃ BIEŻĄCYCH

DZIAŁANIA PROWADZONE I MONITOROWANE PRZEZ WYDZIAŁ GPA

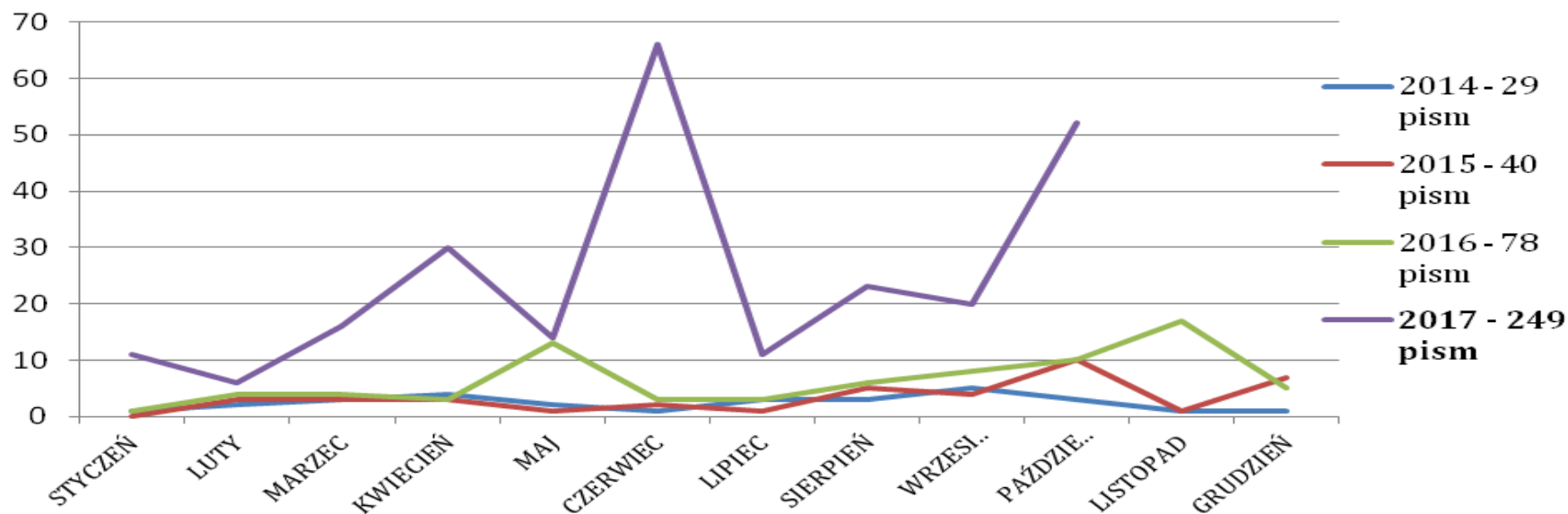
Ilość wysłanych pism ws. reklam ogółem



W okresie **10 miesięcy 2017 roku** wysłano trzykrotnie więcej pism niż w całym roku 2016.

Wykres Zestawienie ilościowe wysłanych pism ws. reklam (ogółem) – porównanie roku 2016 i 2017

Ilość wysłanych pism ws. reklam w latach 2014-2017

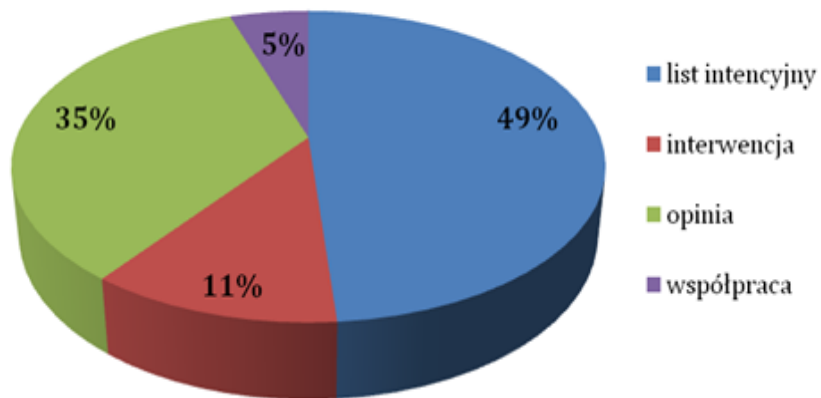


Wykres Zestawienie ilościowe wysłanych pism ws. reklam (ogółem) w latach 2014-2017

ZESTAWIENIE GRAFICZNE DZIAŁAŃ BIEŻĄCYCH

Rok 2016

Procentowy udział wysłanych pism (78 pism)
w poszczególnych kategoriach w 2016 roku

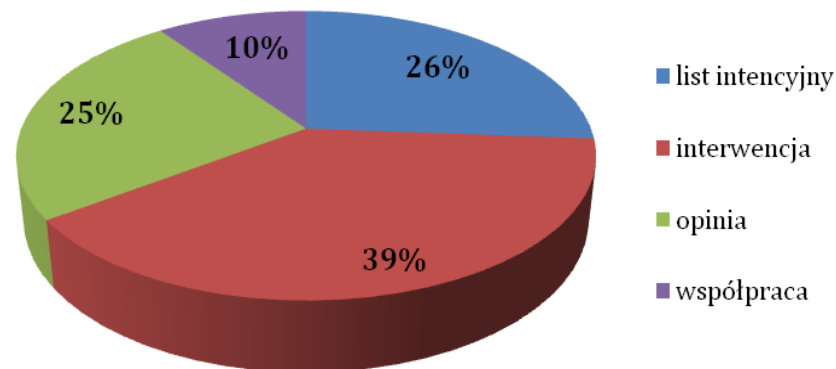


Wykres Procentowy udział wysłanych pism w poszczególnych kategoriach w 2016 roku

DZIAŁANIA PROWADZONE I MONITOROWANE PRZEZ WYDZIAŁ GPA

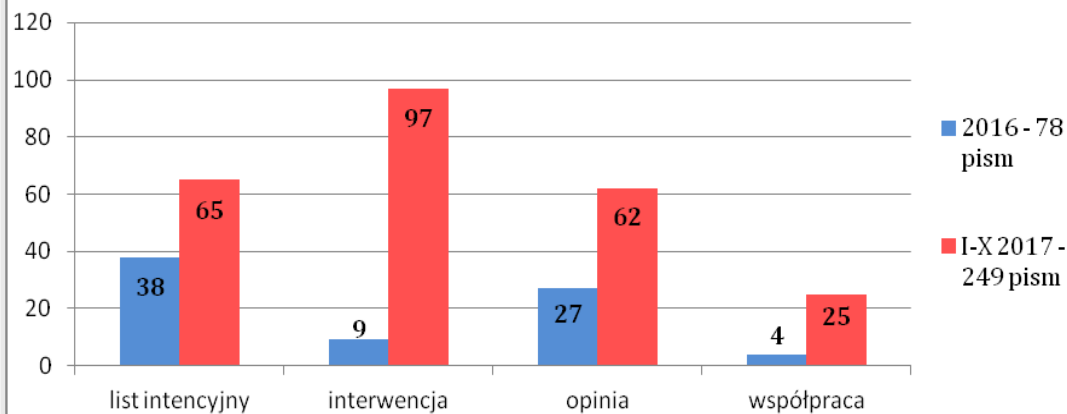
Rok 2017

Procentowy udział wysłanych pism (249 pism)
w poszczególnych kategoriach w okresie I-X 2017



Wykres Procentowy udział wysłanych pism w poszczególnych kategoriach w okresie I-X 2017 roku

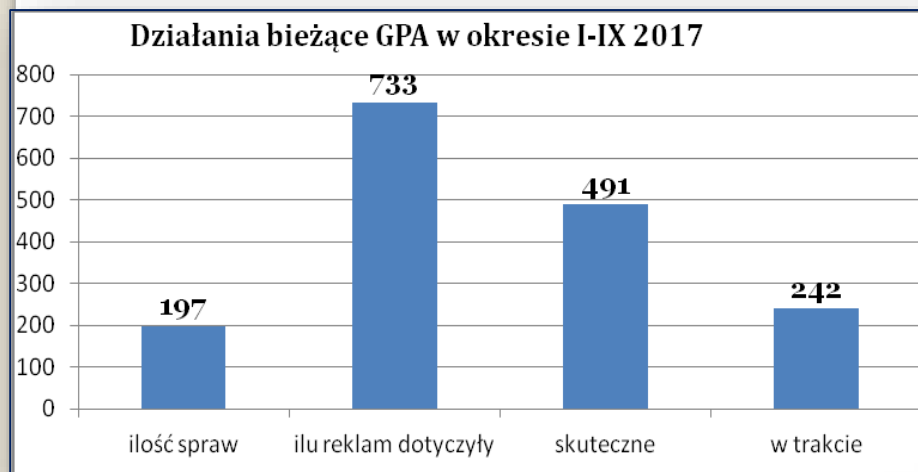
Ilość wysłanych pism w poszczególnych kategoriach



Wykres Zestawienie ilościowe wysłanych pism ws. reklam w latach 2014-2017 (ogółem)

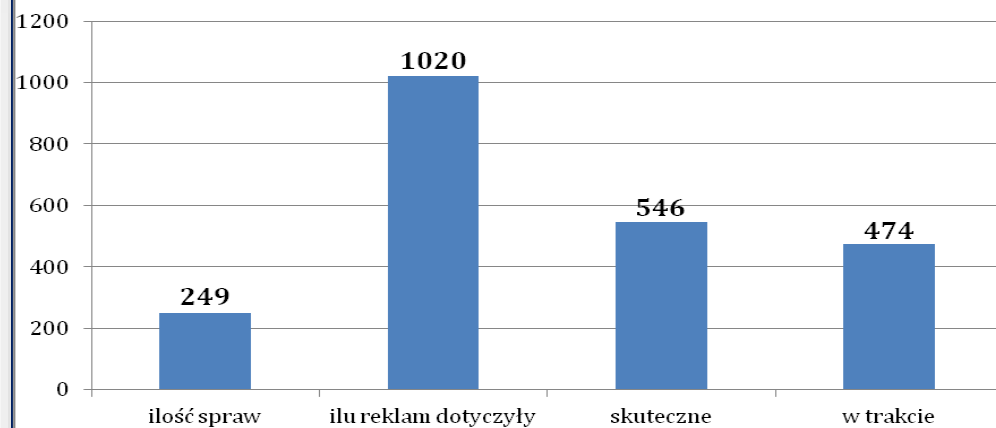
ZESTAWIENIE GRAFICZNE DZIAŁAŃ BIEŻĄCYCH

DZIAŁANIA
PROWADZONE I MONITOROWANE
PRZEZ WYDZIAŁ GPA



Wykres Zestawienie działań bieżących GPA w okresie I-IX 2017

Działania bieżące GPA w okresie I-X 2017



Wykres Zestawienie działań bieżących GPA w okresie I-X 2017

Działania w obszarze Rynku



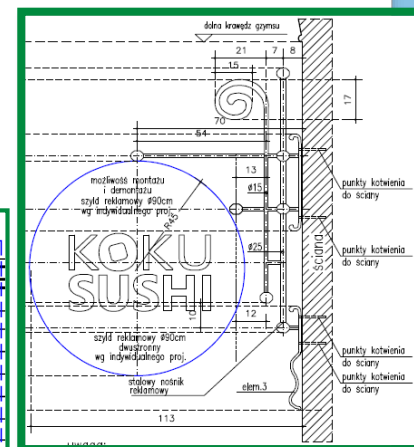
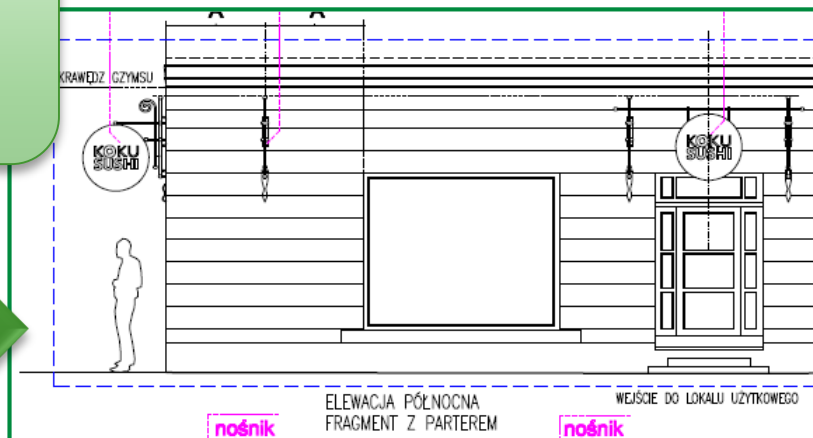
DZIAŁANIA DŁUGOFALOWE

REALIZACJA I EFEKTY

RYNEK

„KONCEPCJA ARCHITEKTONICZNA
FORM REKLAM
WRAZ Z ICH LOKALIZACJĄ
W BLOKU ŚRÓDRYNKOWYM”

Rozmieszczenie nośników
reklamowych na elewacji
– fragment z opracowania



Fot. Lokal użytkowy – Rynek 38 – rok 2016



Fot. Wykonany szyld reklamowy na elewacji – Rynek 38 – rok 2017



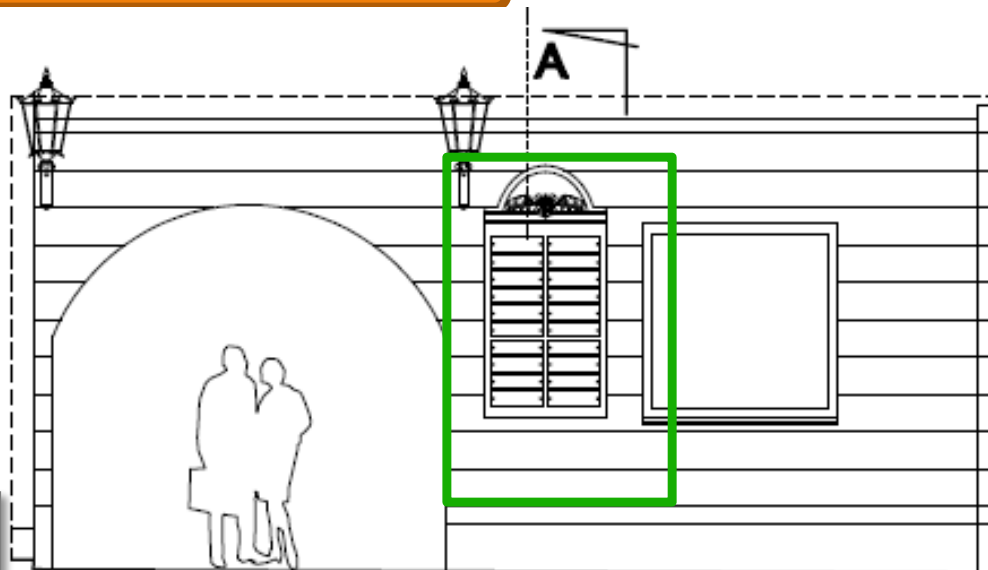
DZIAŁANIA DŁUGOFALOWE

REALIZACJA I EFEKTY

RYNEK

„KONCEPCJA ARCHITEKTONICZNA
FORM REKLAM
WRAZ Z ICH LOKALIZACJĄ
W BLOKU ŚRÓDRYNKOWYM”

TABLICA ZINTEGROWANA –



Rys. Przykład tablicy zintegrowanej na elewacji – Rynek 38



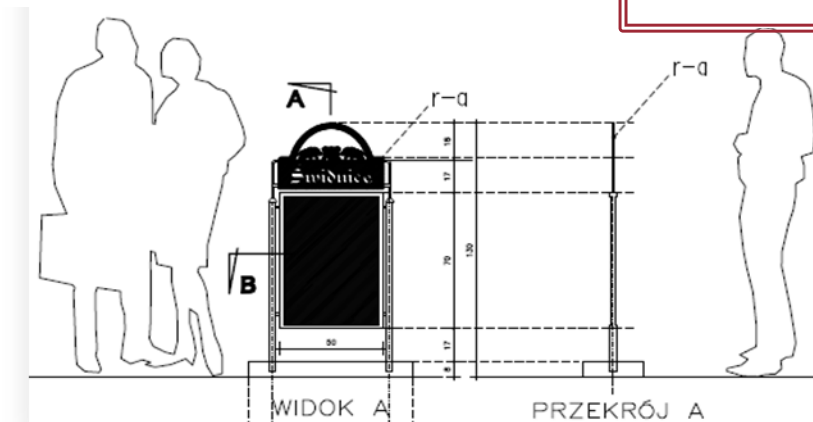
Fot. Tablice reklamowe na elewacji
– samowola budowlana – rok 2016



Fot. Elewacja w części uporządkowana – rok 2017

POTYKACZ

Poty kac z
zawiera symbole kojarzone
z Miastem Świdnica



Rys. Przykład potykacza – fragment z opracowania



Fot. Prototyp zwieńczenia potykacza - rok 2017

**Powtarzalny, wolnostojący,
stalowy nośnik
reklamowy
– przeznaczony do lokalizacji
na płycie Rynku**



Fot. Prototyp potykacza - rok 2017

DZIAŁANIA DŁUGOFALOWE

„KONCEPCJA ZAGOSPODAROWANIA PRZESTRZENI RYNKU DLA MIASTA ŚWIDNICA”



Fot. Ogródki gastronomiczne w Rynku

RYNEK



Rok 2017



LETNIE OGRÓDKI GASTRONOMICZNE



WSPÓLNIE ZADBAJMY O ESTETYKĘ NA NASZYM RYNKU

LOG-LETNI OGRÓDEK GASTRONOMICZNY

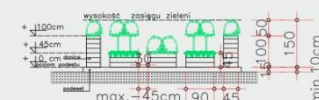
To miejsce wyodrębnione w przestrzeni Rynku, będące tymczasowym zagospodarowaniem terenu, zawierające niezbędne wyposażenie dla prowadzenia działalności gospodarczej. LOG może się składać z następujących elementów: stołów, stolików, siedzących (krzesła, ławy), parasoli, nośników informacji związanych z ofertą dnia - menu, elementów indywidualnej dekoracji takie jak podesty, ogrodzenia, kwietniki, donice.

ŚWIDNICA 2017

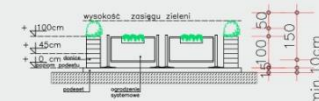
Ulotka informacyjna

1 SCHEMATY

• WARIANT Z DONICAMI

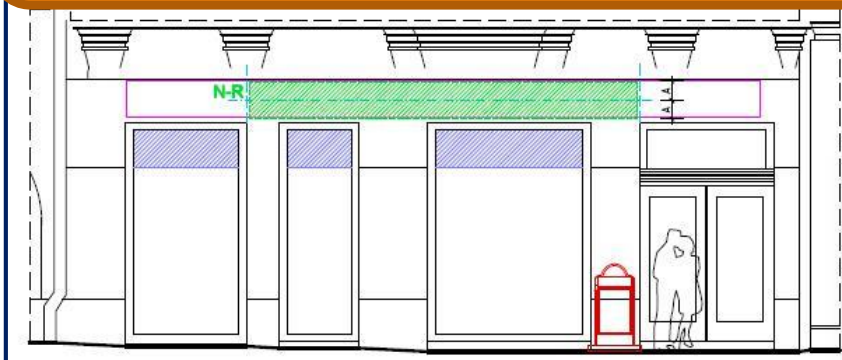


• WARIANT Z OGRÓDZENIEM SYSTEMOWYM



**Przykład współpracy z użytkownikami lokali,
na podstawie założeń sporządzonej
przez miasto koncepcji i wytycznych oraz zezwoleń Konserwatora, zostały wymienione reklamy:**

PIERZEJE RYNKU



Rys. Założenia kompozycyjne nośników reklamowych nieruchomości – Rynek 36

RYNEK 36 – lokal usługowy „ROSSMANN”



ZDJĘCIE BUDYNKU-STAN 06-2016



GRODZKA 1 (wejście od Rynku) – lokal usługowy „APTEKA”

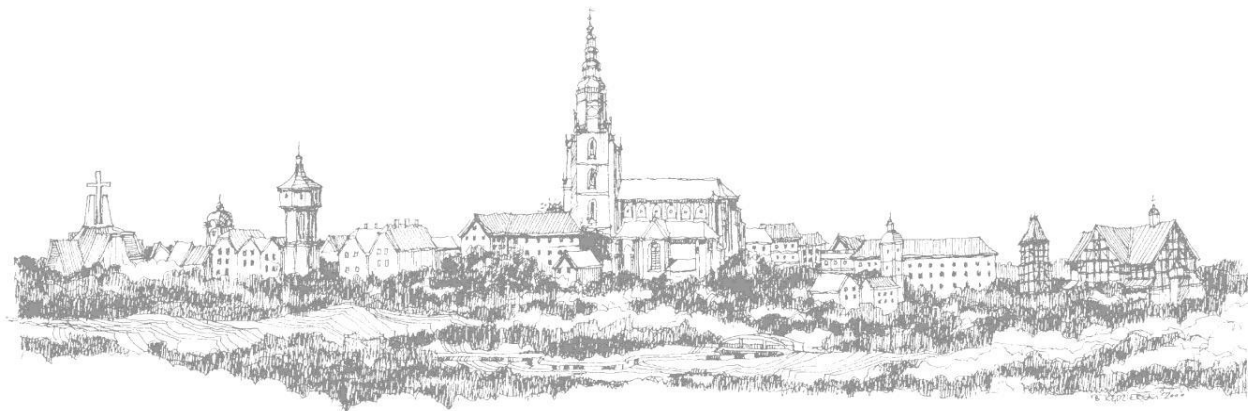


ZDJĘCIE BUDYNKU-STAN 06-2016



Rys. Założenia kompozycyjne nośników reklamowych nieruchomości – Grodzka 1

Działania w obszarze całego miasta



DZIAŁANIA DŁUGOFALOWE

CAŁE MIASTO

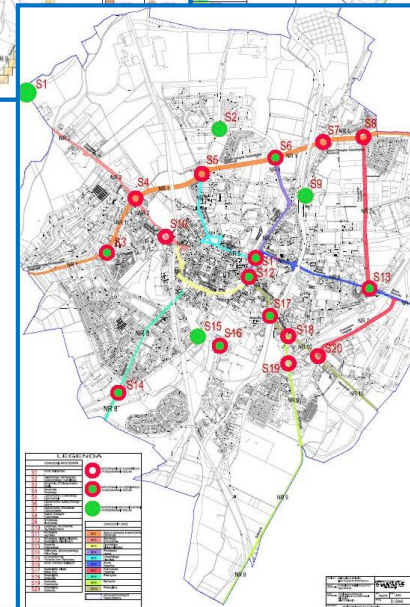
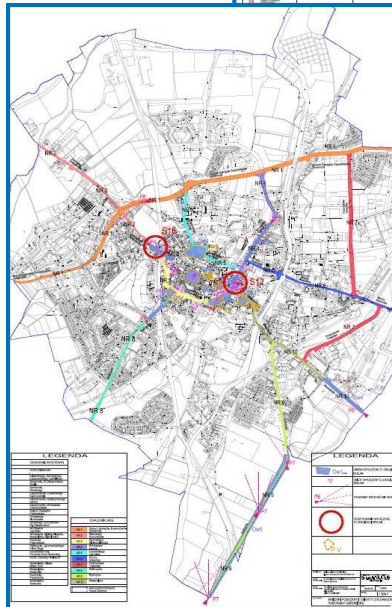
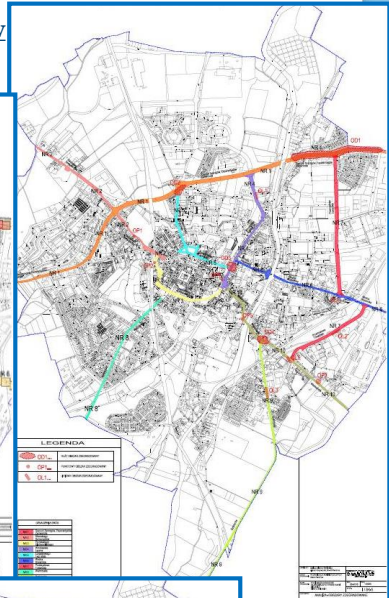
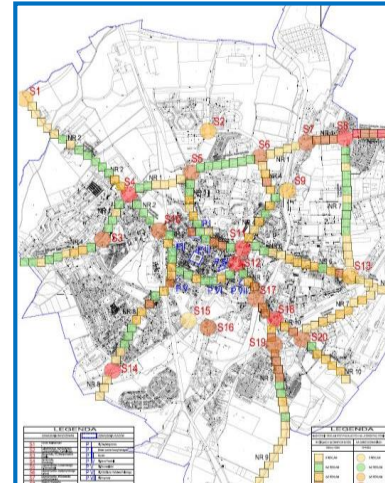
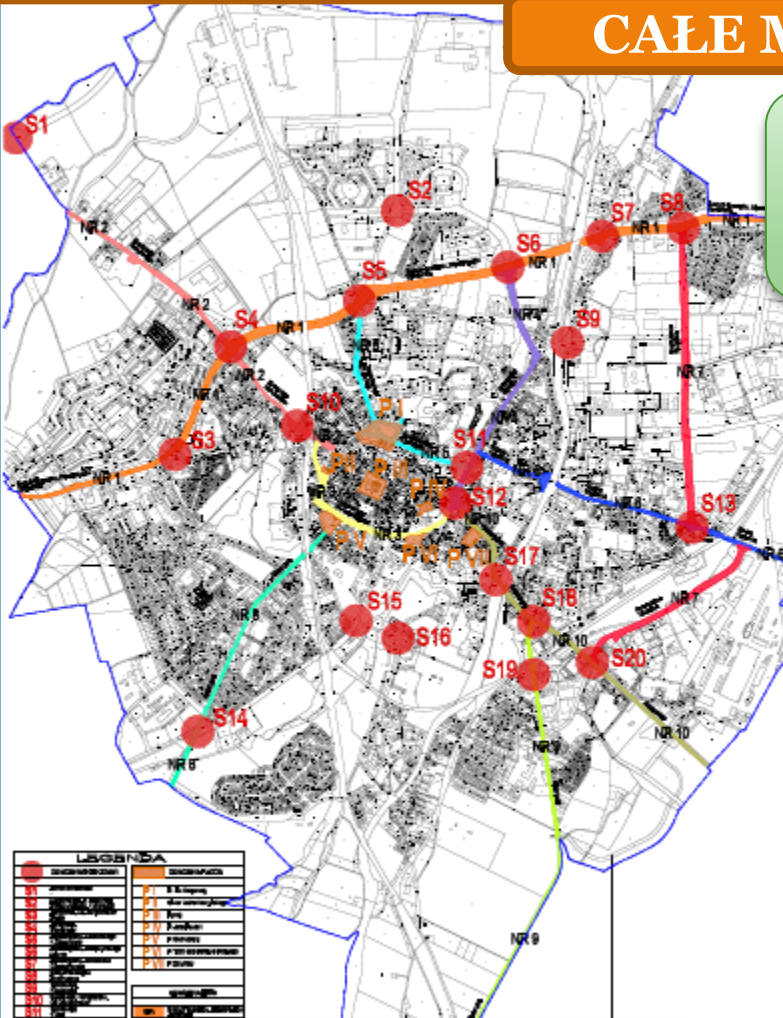
18 dróg
20 skrzyżowań
7 placów

„STUDIUM KRAJOBRAZOWE
NAJWAŻNIEJSZYCH PRZESTRZENI
MIEJSKICH”

WYKONANO OPRACOWANIE:

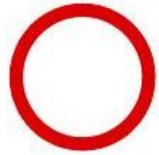
analiza obszaru i nasycenie
reklam oraz analiza obszarów
zdegradowanych

wnioski



DZIAŁANIA DŁUGOFALOWE

CAŁE MIASTO



SKRZYŻOWANIA WYŁĄCZONE
Z LOKALIZACJI REKLAM

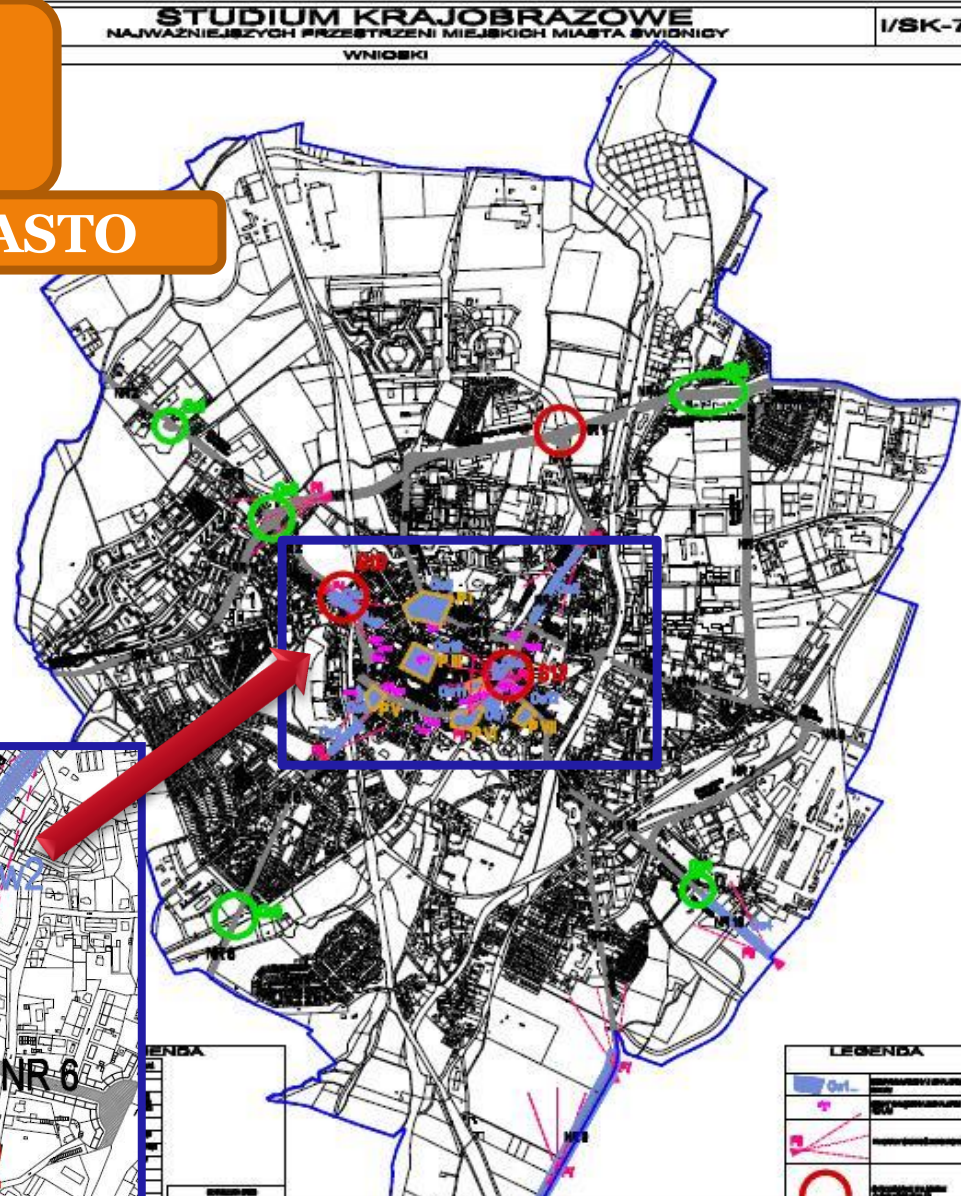
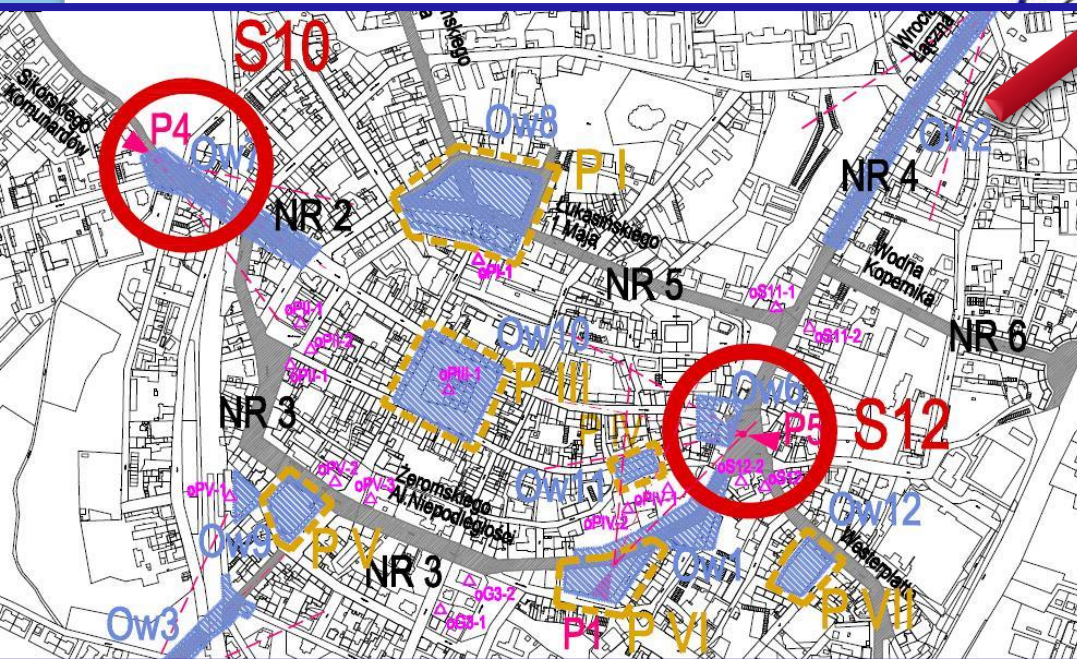
P6

PANORAMY SZCZEGÓLNIE CHRONIONE



Ow1...

OBSZAR WYŁĄCZONY Z LOKALIZACJI
REKLAM



„STUDIUM KRAJOBRAZOWE NAJWAŻNIEJSZYCH
PRZESTRZENI MIEJSKICH”

DZIAŁANIA DŁUGOFALOWE

„KONCEPCJE ARCHITEKTONICZNE
ZAGOSPODAROWANIA PRZESTRZENI
PUBLICZNYCH W ŚWIDNICY”

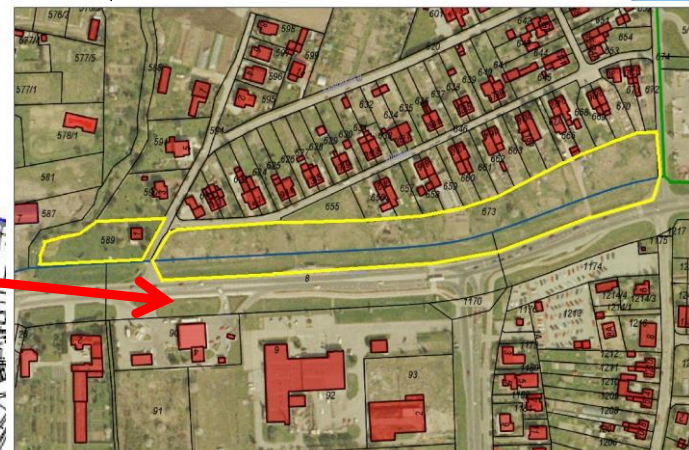
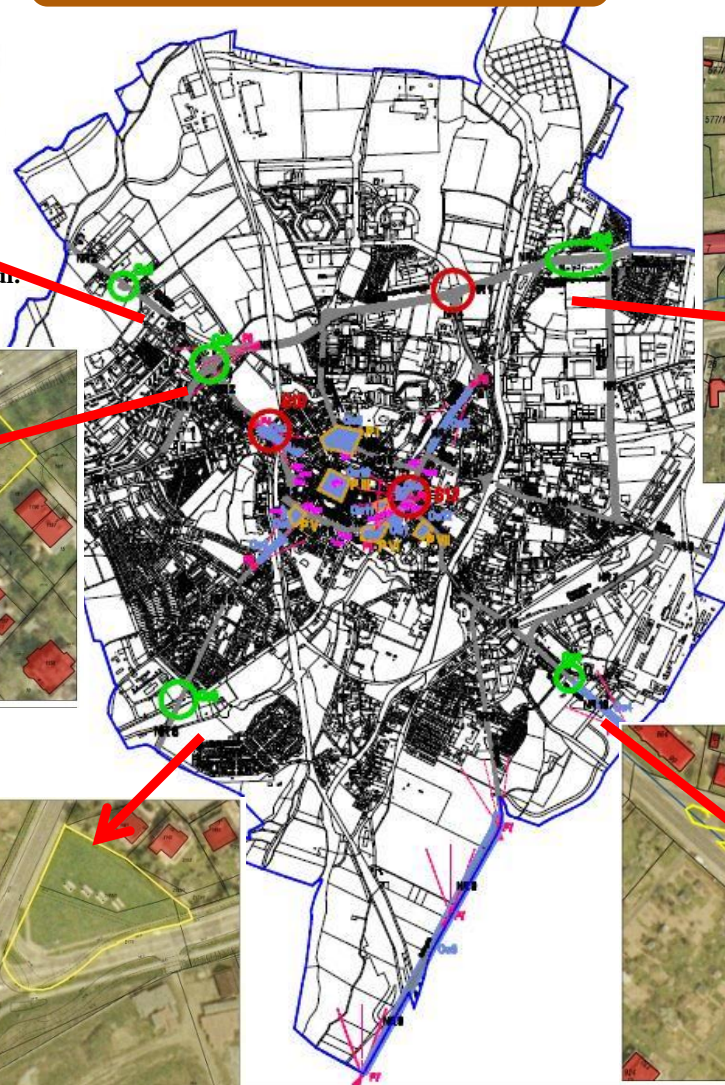
CAŁE MIASTO



➤ teren w obrębie pętli autobusowej przy ul. Sikorskiego;



➤ skrzyżowanie – ulice: Sikorskiego, Zamenhafa;



➤ odcinek pasa drogi ul. Esperantystów – pomiędzy skrzyżowaniem ulic: Esperantystów, Wrocławską, Częstochowską oraz skrzyżowaniem ulic: Szarych Szeregów, Krakowską;



➤ skrzyżowanie – ulice: Wałbrzyska, Polna Droga, Kochanowskiego;



➤ skrzyżowanie – ulice: Strzełińska, Westerplatte;

DZIAŁANIA DŁUGOFALOWE

„KONCEPCJE ARCHITEKTONICZNE
ZAGOSPODAROWANIA
PRZESTRZENI PUBLICZNYCH W
ŚWIDNICY”

CAŁE MIASTO

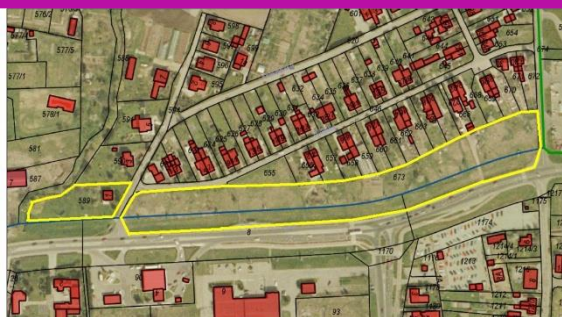
Opracowanie obejmuje wskazane przestrzenie publiczne, które wymagają uporządkowania w pierwszej kolejności oraz mają potencjał przyjęcia urządzeń reklamowych i elementów małej architektury:



➤ skrzyżowanie – ulice:
Wałbrzyska,
Polna Droga, Kochanowskiego;



➤ skrzyżowanie – ulice:
Strzebińska,
Westerplatte;



➤ odcinek pasa drogi ul. Esperantystów –
pomiędzy skrzyżowaniem ulic:
Esperantystów, Wrocławską,
Częstochowską oraz skrzyżowaniem ulic:
Szarych Szeregów, Krakowską;



➤ skrzyżowanie –
ulice:
Sikorskiego,
Zamenhofska;



DZIAŁANIA CYKLICZNE

WSPÓŁDZIAŁANIE

➤ z jednostkami zarządzającymi mieniem Miasta i Strażą Miejską

w zakresie opiniowania i podejmowania interwencji

➤ z Powiatowym Inspektorem Nadzoru Budowlanego

w zakresie zgłaszania samowoli budowlanych – aktualnie prowadzone są postępowania: pl. Grunwaldzki „ŻABKA”; ul. Pułaskiego „ŻAR MED”; ul. Armii Krajowej

➤ z Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków

w zakresie podjęcia interwencji w celu usunięcia nielegalnie umieszczonej reklamy na zabytku – aktualnie prowadzone postępowania: Rynek 27 „APTEKA STYLOWA”; ul. Spółdzielcza „ŚWIDNICZANIN”

➤ z Wydziałem Budownictwa Starostwa Powiatowego

w celu ustalenia legalności reklam – wydanych pozwoleń na budowę oraz dokonanych zgłoszeń budowlanych

➤ z dyrektorami 23 placówek oświatowo-wychowawczych podlegających pod Prezydenta Miasta i 25 placówek oświatowo-wychowawczych podlegających pod Starostę Powiatu Świdnickiego

w celu poprawienia estetyki obiektów oświatowych będących w ich zarządzie

➤ z zarządcami nieruchomości

w celu ustalenia harmonogramu usunięcia samowolnie zamontowanych reklam na terenach i nie

DZIAŁANIA CYKLICZNE

Kampania informacyjna:

Świdnickie MURALE - kilka ujęć



- strona internetowa
- katalog murali
- artykuły do prasy



Podstawowym zadaniem utworzonej zakładki na stronie internetowej jest przekaz informacji o działaniu Miasta oraz edukacja społeczeństwa w zakresie reklama w przestrzeni miejskiej

GALERIA DOBRYCH PRAKTYK

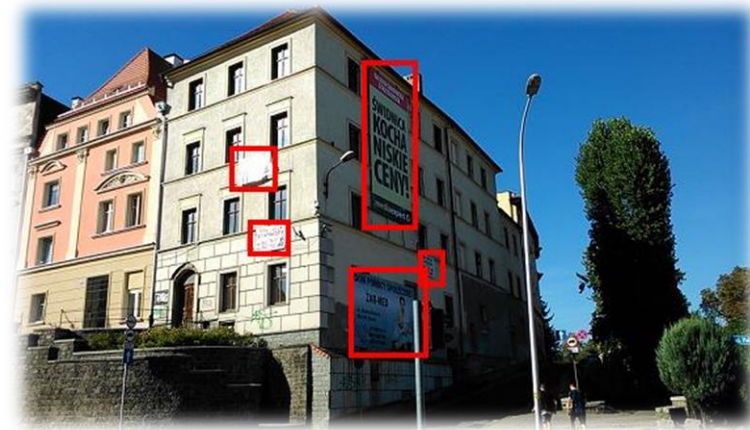


POLITYKA REKLAMOWA
MIASTA ŚWIDNICY

PRZYKŁADY INTERWENCJI W TOKU



Fot. plac Grunwaldzki



Fot. ul. Pułaskiego

Samowole budowlane



Fot. Rynek 34



Fot. ul. Spółdzielcza



Fot. Rynek 27

Przykłady skutecznych działań



PRZYKŁADY POZYTYWNYCH ZMIAN — NIERUCHOMOŚCI MIEJSKIE



Fot. Rynek 38



Fot. ul. Armii Krajowej



Fot. ul. Franciszkańska



PRZYKŁADY POZYTYWNYCH ZMIAN — NIERUCHOMOŚCI MIEJSKIE



Fot. ul. Trybunalska



Fot. plac św. Małgorzaty



Fot. ul. Różana 1

PRZYKŁADY POZYTYWNYCH ZMIAN — NIERUCHOMOŚCI MIEJSKIE



Fot. Skrzyżowanie Esperantystów, Stęczyńskiego i Łącznej



Fot. Skrzyżowanie Polna Droga, Wałbrzyska



Fot. ul. Wałbrzyska

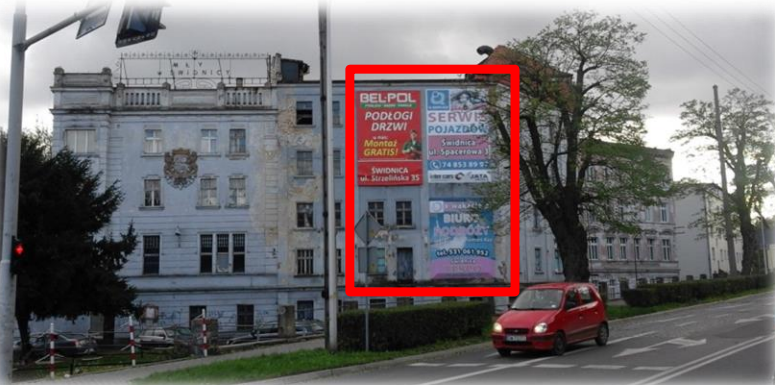
PRZYKŁADY POZYTYWNYCH ZMIAN — NIERUCHOMOŚCI POZOSTAŁE



Fot. Skrzyżowanie 1 Maja i Wrocławskiej



Fot. ul. 1 Maja



Fot. Skrzyżowanie al. Niepodległości i Westerplatte



PRZYKŁADY POZYTYWNYCH ZMIAN – NIERUCHOMOŚCI POZOSTAŁE



Fot. al. Niepodległości i Nauczycielska



Fot. pl. Św. Małgorzaty



Fot. Skrzyżowanie Polna Droga

PRZYKŁADY POZYTYWNYCH ZMIAN — NIERUCHOMOŚCI POZOSTAŁE



Fot. ul. Spółdzielcza



Fot. Rynek



Fot. Rynek



PRZYKŁADY POZYTYWNYCH ZMIAN — NIERUCHOMOŚCI POZOSTAŁE



Fot. ul. Wałbrzyska



Fot. ul. Wałbrzyska



Fot. ul. Armii Krajowej



PRZYKŁADY POZYTYWNYCH ZMIAN – NIERUCHOMOŚCI POZOSTAŁE



Fot. ul. Westerplatte



Fot. ul. Konopnickiej



Fot. ul. Wałbrzyska



PRZYKŁADY DOBREJ INDYWIDUALNEJ WSPÓŁPRACY



REKLAMY O NOWEJ JAKOŚCI



Podsumowanie





PODSUMOWUJĄC

przyjęte rozwiązania przyniosły wymierny skutek, a mianowicie:

- z przestrzeni miejskiej z około 1020 reklam, w stosunku do których podjęte zostały działania, 550 zostało usuniętych lub uległo pozytywnemu przeobrażeniu, z czego ok. 470 przypadków jest w trakcie uzgodnień albo ma dłuższe terminy usunięcia lub dostosowania do obowiązujących zasad,
- przyjęta polityka reklamowa w działaniach miękkich, polegających na współpracy informacyjno - edukacyjnej z podmiotami posiadającymi reklamy, oparta na istniejących regulacjach prawnych, bez działań administracyjno – egzekucyjnych polegających na wydawaniu decyzji administracyjnych, jest skuteczna,
- przestrzeń Rynku świdnickiego przyjmuje nowy uporządkowany wizerunek,
- zostały wykonane opracowania, które stanowią podstawę do kształtowania dobrej przestrzeni i wyznaczają spójne kierunki w kreowaniu wizerunku miasta dla wszystkich podmiotów zainteresowanych umieszczaniem reklam w mieście,
- powstała baza szczegółowych wytycznych i zasad rozmieszczenia w mieście reklam, która będzie mogła być przeniesiona w regulacje uchwały w sprawie „zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane”,





C.d.:

- **zostały wytworzone mechanizmy współpracy** pomiędzy organami współdziałającymi w procesie umieszczenia reklam,
.....
- **sukcesywnie wzrasta świadomość podmiotów umieszczających reklamy w przestrzeni** co do obowiązujących przepisów w tej materii jak również co do rozwiązań formy plastycznej reklamy,
.....
- **porządkowanie mienia miasta oraz ścisła współpraca z podmiotami umieszczającymi reklamy na terenach innych właścicieli, pozwoliła na określenie wszystkich barier i problemów związanych z całym procesem, co pozwoli w przyszłości sformułować poprawne zasady prawa miejscowego** jak i uświadamia, że tak wieloletnich zaniedbań, nie da się usunąć w szybkim tempie i bez poniesienia znacznych nakładów finansowych i pracy,
.....
- **dla prowadzonych działań uzyskano pozytywny odzew ze strony mieszkańców**, wyrażony poprzez liczne komentarze na portalach informacyjnych i społecznościowych, jak i opinie wyrażone osobiście przez osoby zwiedzające nasze miasto,
.....
- **od momentu wejścia w życie przepisów pozwalających stworzyć odrębne zasady dotyczące reklam, żadnej z gmin w Polsce nie udało się wprowadzić w życie uchwał w tym zakresie.**

Wniosek



Świdnica, listopad 2017

**Z UWAGI NA OSIĄGNIĘTY
EFEKT WIZERUNKU MIASTA
ORAZ FAKULTATYWNOŚĆ PRAWA MIEJSCOWEGO
JAKIM JEST UCHWAŁA w sprawie
„zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury,
tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ich
gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów
materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane”**

**W ROKU 2018 PROPONUJE SIĘ KONSEKWETNIE
KONTYNUOWAĆ PRZYJĘTĄ POLITYKĘ REKLAMOWĄ
I ZAKOŃCZYĆ ROZPOCZĘTE ZADANIA
ORAZ WDROŻYĆ NOWE DZIAŁANIA.**

PROPOZYCJA DAJSZYCH DZIAŁAŃ na rok 2018

- **konsekwentne wprowadzanie zasad** wynikających z obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, obowiązujących przepisów prawa oraz wykonanych koncepcji i opracowań,
- **ustalenie harmonogramu realizacji i wyznaczenie jednostek odpowiedzialnych** za realizowanie poszczególnych zadań określonych w ww. opracowaniach,
- **zlecenie wykonania wizualizacji** (modelu graficznego prezentacji zasad) oraz **publikacja na stronie internetowej** ustalonych w poszczególnych miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego zasad umieszczania reklam,
- **zmiana zarządzenia** w sprawie ustalenia stawek czynszu za dzierżawę gruntów miejskich (podniesienie stawek za bezumowne korzystanie),
- **aktualizacja zarządzenia** w sprawie zarządzania Rynkiem (m.in. w zakresie ustalenia opłat za reklamy umieszczane nad płytą Rynku, zasad umieszczania potykalczy, wypracowania ulg za reklamy realizowane wg przyjętej koncepcji),
- **dokonanie przeglądu** miejskich lokali handlowo-usługowych (ok. 150) i **konsekwentne ich porządkowanie z reklam**,



PROPOZYCJA DALESZYCH DZIAŁAŃ na rok 2018

C.d.:

- **podjęcie decyzji** co do zasad **wprowadzenia jednakowych potykaczy** lokalizowanych na płycie Rynku (zlecenie wykonania przez Miasto i **udostępnianie** na zasadach dzierżawy lub ustalenie zasad realizacji we własnym zakresie przez poszczególne podmioty),
- **wykonanie potykaczy** wg projektu dla jednostek miejskich – Muzeum Dawnego Kupiectwa, Świdnicki Ośrodek Kultury Informacja Turystyczna i Miejska Biblioteka Publiczna,
- **zlecenie wykonania systemu informacji wizualnej** (strzałek kierunkowych) dla przedsiębiorstw zlokalizowanych w jednym rejonie miasta,
- **zlecenie wykonania tablic zintegrowanych** dla budynków miejskich, m.in.: Rynek 38/Wewnętrzna 1, Różana 1, „Dom Handlowy” pl. Grunwaldzki 12,
- **zlecenie wykonania nowej strony internetowej** dla „Polityki reklamowej”,
- **zlecenie projektu** i wykonania tzw. „**witaczy**” na najważniejszych wjazdach do miasta i opracowanie systemu informacji miejskiej,
- **przeprowadzenie konkursów** na najładniejszą witrynę, najlepszą reklamę itp.



Dziękuję za uwagę

