

Handwritten signature

Wałbrzych, dnia 19 sierpnia 2019 r.

W/N.5183.1803.2019.JK



Urząd Miejski w Świdnicy
Wydział Gospodarki Przestrzennej i
Architektury
ul. Armii Krajowej 49, 58-100 Świdnica

W odpowiedzi na pismo z dnia 19.06.2019 r. (data wpływu: 24.06.2019 r.) o znaku GPA.670.1.108.2019 w sprawie zasad i warunków montowania tablic i urządzeń reklamowych oraz sytuowania obiektów małej architektury i ogrodzeń przy obiektach zabytkowych i w obszarach zabytkowych przekazuję poniżej uwagi konserwatorskie w powyższym zakresie.

- Szyldy oraz inne elementy informacji wizualnej powinny odnosić się wyłącznie do działalności prowadzonej w budynku, na którym mają być umieszczone, a nie produktów oferowanych w danym lokalu. Reklama może zawierać logo, nazwę lub godziny otwarcia firmy, instytucji czy biura, bez dookreślania ich działalności poprzez wyszczególnienie rodzaju oferowanych usług, towarów itp.
- Każdy podmiot prowadzący działalność gospodarczą na terenie historycznego układu urbanistycznego wpisanego do rejestru zabytków oraz w obiektach wpisanych do rejestru zabytków lub ujętych w gminnej ewidencji zabytków ma prawo do umieszczenia szyldu informacyjnego o prowadzonej przez niego działalności w miejscu jej prowadzenia.
- Ilość elementów reklamowych podlega ograniczeniu. Zaleca się stosowanie zasady: *jeden podmiot gospodarczy – jeden szyld reklamowy*. Dopuszcza się montaż większej ilości elementów – jeden szyld płaski oraz jeden semafor w obrębie elewacji, na zasadach uzgodnionych indywidualnie.
- Ograniczeniu powinny podlegać gabaryty elementów reklamowych. Zaleca się stosownie form o powierzchni nie większej niż 1 m².
- Właściciel lub najemca ma obowiązek przed wykonaniem reklamy przedstawić jej prawidłowo przygotowany projekt do uzgodnienia przez Kierownika Delegatury w Wałbrzychu Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków we Wrocławiu – z podaniem

wymiarów reklamy, określeniem precyzyjnej lokalizacji na elewacji lub w przestrzeni, ze wskazaniem kolorystyki, materiału, sposobu wykonania i zamontowania, a także podać termin ekspozycji reklamy.

- Właściciel nośnika reklamy oraz szyldu zobowiązany jest do utrzymywania ich w należytym stanie technicznym i estetycznym.
- W obrębie jednego budynku lub zespołu budynków reklamy winny być umieszczane wedle jednolitych zasad: elementy reklamowe jednorodne w zakresie wielkości, materiału i kolorystyki, montowane na jednym poziomie. Kompozycja, układ oraz wygląd urządzeń reklamowych powinien współgrać z formą historyczno - architektoniczną elewacji budynku i jej układem kompozycyjnym; ich umieszczenie powinno zostać poprzedzone analizą całej elewacji budynku w zakresie wielkości, kompozycji, formy, lokalizacji, rodzaju użytego materiału. Ponadto reklama każdorazowo powinna uwzględniać funkcje budynku oraz współistnienie z nośnikami reklam już zamontowanymi, które uzyskały pozytywną opinię organu konserwatorskiego.
- Reklama powinna być proporcjonalna w stosunku do wielkości i podziałów elewacji, nie powinna zakrywać istotnych elementów wystroju architektonicznego elewacji, takich jak okna, portale, balustrady, gzymsy, zwieńczenia, artykulacja, detale, dekoracje sztukatorskie, ceramiczne, kamienne, snycerskie itp
- Zaleca się wzorowanie na historycznych reklamach przy projektowania formy, materiału i sposobu montażu reklamy.
- Poszczególne elementy winny być wyśrodkowane względem: otworów okiennych lub drzwiowych albo krawędzi elewacji albo detalu architektonicznego albo osi kompozycyjnych elewacji,
- Bezwzględnie należy stosować zasadę ukrycia elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności takich jak teowniki, ceowniki, płaskowniki, listwy mocujące, poprzez ich schowanie pod tynkiem lub wkomponowanie w obiekt, z wyłączeniem elementów giętych, kutyh, żeliwnych lub nitowanych, takich jak wysięgniki szyldów semaforowych wykonane technikami metaloplastycznymi.
- Stosować przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia o stałej intensywności i barwie białej. Okablowanie należy ukryć podtynkowo lub prowadzić w załamaniach gzymsów w taki sposób aby nie szpeciło elewacji.

- W przypadku reklamy korporacyjnej (banki, firmy i sklepy sieciowe) można zachować logo, kolorystykę i inne elementy identyfikacji wizualnej firmy, jednocześnie dostosowując formę reklamy do danego obiektu, poprzez indywidualne opracowanie form na przykład poprzez stosownie liter przestrzennych zamiast podświetlanych kasetonów.
- Wyklucza się możliwość lokalizacji szyldów z wykorzystaniem ekranów plazmowych lub typu LED. Wyklucza się stosowanie kasetonów w formie skrzyń wyklejonych foliami.
- Zaleca się stosowanie szyldów równoległych w formie znaków bez tła (litery przestrzenne), mocowanych w sposób nienaruszający elementów wystroju bez użycia widocznych podkonstrukcji. Szyld w formie płaskich tablic winny mieć jednolite lub transparentne tło. W przypadku szyldu mocowanego prostopadle do elewacji (semaforu) należy go umieścić w pewnej odległości od ściany np. poprzez zastosowanie wysięgnika.
- Wyklucza się możliwość zaklejania szyb witryn, okien i przeszkleń drzwi foliami, w całości z wykorzystaniem różnobarwnych znaków graficznych.
- Jeżeli w nieruchomości mieszczą się siedziby więcej niż jednej firmy, szyldy nazwy i znaki poszczególnych użytkowników należy sytuować w strefie wejściowej budynku, tak by ujednolicony charakter wymiarowy poszczególnych szyldów tworzył zamkniętą całość. Jeżeli wystąpi konieczność umieszczenia większej ilości tabliczek informacyjnych (np. kancelarie adwokackie, biura notarialne, gabinety lekarskie) na jednej elewacji (o ile warunki na to pozwalają), dla uniknięcia oszpecenia elewacji nadmiarem przypadkowych form reklamowych zaleca się projektować tablice informacyjne o charakterze „modułowym” i umieszczać je w jednym wyznaczonym miejscu.
- Urządzenia reklamowe i szyldy umieszczać na elewacjach do wysokości gzymsu nad parterem z zastrzeżeniem, że ich montaż nie może naruszać, przesłaniać lub niszczyć historycznych elementów wystroju elewacji takich jak: gzymsy, obramienia okienne, boniowania, portale wejściowe i inne detale wystroju kamiennego i sztukatorskiego.
- Na obszarze wpisanym do rejestru zabytków wyklucza się możliwość lokalizowania tablic pod plakaty wielkoformatowe oraz naściennych i wolnostojących wielkoformatowych nośników reklamowych, typu np. billboard, cityboard, telebim, baner, siatka itp. Reklamy na rusztowaniach i siatkach wielkoformatowych mogą być umieszczane wyłącznie w okresie wykonywania prac remontowo-budowlanych. Wyklucza się możliwość umieszczania informacji handlowych dotyczących kupna, sprzedaży mieszkań, nieruchomości na elewacjach budynku w formie banerów, siatek, szyldów, plansz itp.

- Dopuszcza się wystawianie, wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu, jednego stojaka reklamowego - potykacza. Konstrukcja stojaka reklamowego o ujednoliconej formie, zgodnie z dokumentacją opracowaną dla przestrzeni rynkowej tj. „Koncepcja zagospodarowania przestrzeni Rynku dla miasta Świdnicy” autorstwa mgr inż. arch Bogdana Mikuły, z datą opracowania: czerwiec 2016 r
- Wszystkie nośniki reklamowe powinna charakteryzować wysoka jakość projektu, staranność wykonania i szlachetność materiałów, z których są wykonane, staranny sposób montażu. Reklamy nie powinny wyróżniać się jaskrawą kolorystyką, a ilość kolorów na jednym nośniku należy ograniczać. Zaleca się stosowanie barw o niskim nasyceniu.
- Reklamy w formie banerów zawierających informacje niekomercyjne (okolicznościowe) instalowane na elewacjach budynków mogą być lokalizowane na określony czas, po wyraźnym określeniu terminu usunięcia reklamy, a w obszarze wpisanym do rejestru zabytków, po uprzednim uzgodnieniu z organem konserwatorskim.

Z up. Dolnośląskiego
Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków
we Wrocławiu
mgr Anna Nowakowska-Ciuchera
Kierownik Delegatury w Wałbrzychu

Otrzymują:

1. adresat (72AFC+1-R)
2. a/a JK