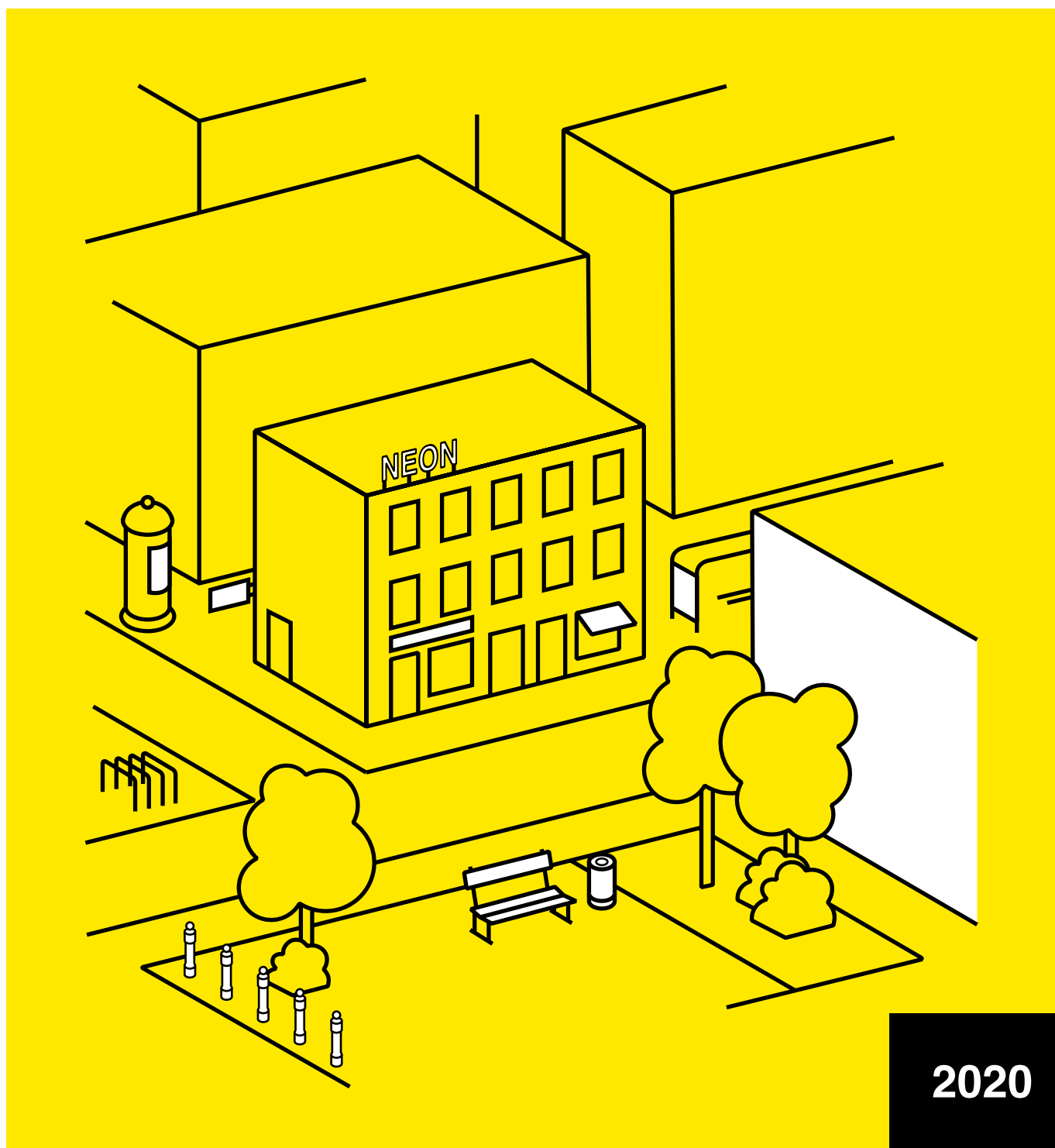


Uchwała krajobrazowa dla Warszawy



przewodnik

jak zmienia się
nośniki reklamowe
szyldy
mała architektura
ogrodzenia



2020



Wszyscy zasługujemy na estetyczną przestrzeń wokół nas. Miasto nie może wyglądać jak reklamowy wieszak. Warszawa jest piękna – nie powinniśmy jej szpecić wizualnym chaosem, bijącą po oczach „reklamozą”.

Wreszcie mamy narzędzie, które pozwoli nam wprowadzić estetyczny ład. 16 stycznia 2020 roku Rada m.st. Warszawy przyjęła tzw. uchwałę krajobrazową. Jej przygotowanie wymagało wielu starań, dyskusji z mieszkańcami, organizacjami społecznymi i przedstawicielami branży reklamowej. Rozmowy bywały momentami trudne, ale ich efekt jest satysfakcjonujący.

Uchwała krajobrazowa wprowadza rozwiązania prawne, które regulują nie tylko zasady umieszczania reklam w przestrzeni miejskiej, ale także stawiania ogrodzeń czy obiektów małej architektury. Nie chcemy zakazywać reklam czy szyldów – ale nie mogą one szpeciwać miasta i utrudniać życia mieszkańcom. Każdy, kto swoimi działaniami wkracza w publiczną przestrzeń, powinien to robić na określonych zasadach.

Uchwała krajobrazowa to milowy krok w kierunku uporządkowanej i ładnej Warszawy. Nasza publikacja to przewodnik po przepisach uchwały. Prosty językiem tłumaczymy, co i jak się zmieni. Zapraszam do lektury i wspólnej troski o przestrzeń Warszawy!

Rafał Trzaskowski

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, flowing letters that represent the name Rafał Trzaskowski.

Prezydent m.st. Warszawy

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	3
Reklama i nośniki reklamowe	4
Przestrzeń bez uciążliwych reklam	6
Czym właściwie jest szyld?	8
Nowy wymiar szyldów	10
Zasady stosowania szyldów	12
Warszawska mała architektura	14
Jak grodzić, żeby nie szkodzić?.....	16
Jakich ogrodzeń nie będzie można wznosić?	18
Kiedy nie będzie można wznosić ogrodzeń?	19
Opłata karna	20
Podsumowanie	21
Notatki	23

WPROWADZENIE

Uchwała w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń (nazywana dla uproszczenia uchwałą krajobrazową) to akt prawny, do którego przyjęcia Rada m.st. Warszawy uprawniona została na mocy kompetencji przekazanych samorządom w artykule 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Projekt dokumentu sporządzony jest przez organ wykonawczy gminy, czyli Prezydenta Miasta i podległy mu Urząd m.st. Warszawy.

Zasady i warunki sytuowania reklam, małej architektury i ogrodzeń na terenie m.st. Warszawy były dotychczas określane w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako jedno z wielu zagadnień związanych z kształtowaniem przestrzeni. Z uwagi na szczegółowość i pracochłonność planów miejscowych, ich przygotowanie trwa długo i mogą one obejmować jedynie niewielkie tereny.

Tymczasem uchwała krajobrazowa obejmuje swoim zasięgiem cały obszar Warszawy i skupia się wyłącznie na kilku określonych zagadnieniach, co odzwierciedla podział uchwały na cztery działy merytoryczne, dotyczące nośników reklamowych, szyldów, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń.

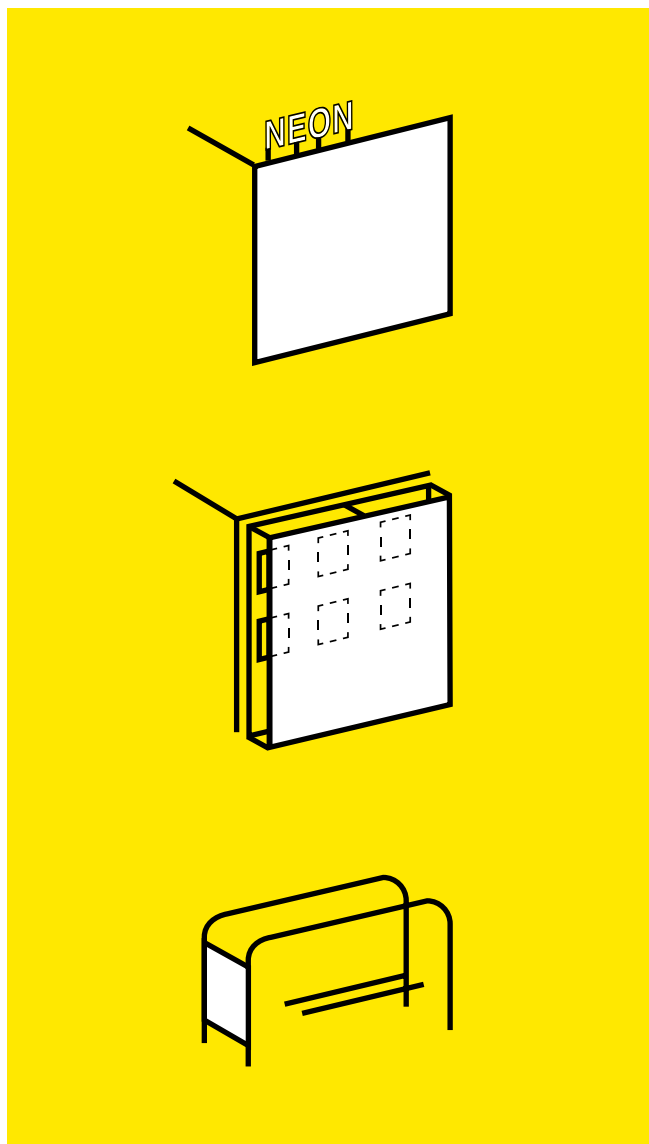
Oba typy dokumentów, czyli miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego i uchwała krajobrazowa, są aktami prawa miejscowego, co oznacza, że posiadają moc obowiązującą wszystkie podmioty działające na danym obszarze. Inaczej jednak niż w przypadku planów miejscowych, w uchwale krajobrazowej Rada Warszawy będzie mogła nakazać dostosowanie do nowych przepisów nie tylko planowanych, ale też już istniejących obiektów, wskazując jednocześnie w tym zakresie konkretny termin. To niezwykle ważne uprawnienie, bez którego uporządkowanie przestrzeni miasta nie będzie możliwe.

REKLAMA I NOŚNIKI REKLAMOWE

Reklama – zgodnie z definicją zawartą w Ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym – to „upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne”. W tym znaczeniu reklama jest więc działaniem, a nie przedmiotem, i wymaga zastosowania fizycznego, materialnego nośnika swoich treści. Szczególnie ważne jest przy tym wyróżnienie przez ustawę specyficznego rodzaju reklamy, promującej działalność prowadzoną w obrębie tej samej nieruchomości, na której jest dana instalacja reklamowa. Tego typu rozwiązanie nazywane jest **szylde**m. Ponieważ zgodnie z przepisami każdy przedsiębiorca ma prawo do czytelnego

oznaczenia miejsca prowadzenia przez siebie działalności, szyldy zwolnione są z wprowadzanych przez ustawę opłat reklamowych i w uchwale zostały objęte osobnymi regulacjami.

Przepisy dotyczące instalacji reklamowych niebędących szyldami (nazywamy je dla uproszczenia **nośnikami reklamowymi**) w uchwale określone zostały odrębnie. Zależnie od sposobu lokalizacji, wyróżniono trzy rodzaje takich obiektów: **wolnostojące nośniki reklamowe, nośniki reklamowe umieszczone na budynkach oraz te sytuowane na wszystkich obiektach budowlanych innych niż budynki bądź elementy małej architektury.**



Nośniki reklamowe będą mogły być umieszczone jedynie na ślepych ścianach budynków. Stosunkowo łagodna forma reklamy, czyli litery przestrzenne (np. neony) będą mogły być ponadto usytuowane także na dachach niektórych eksponowanych w przestrzeni gmachów.

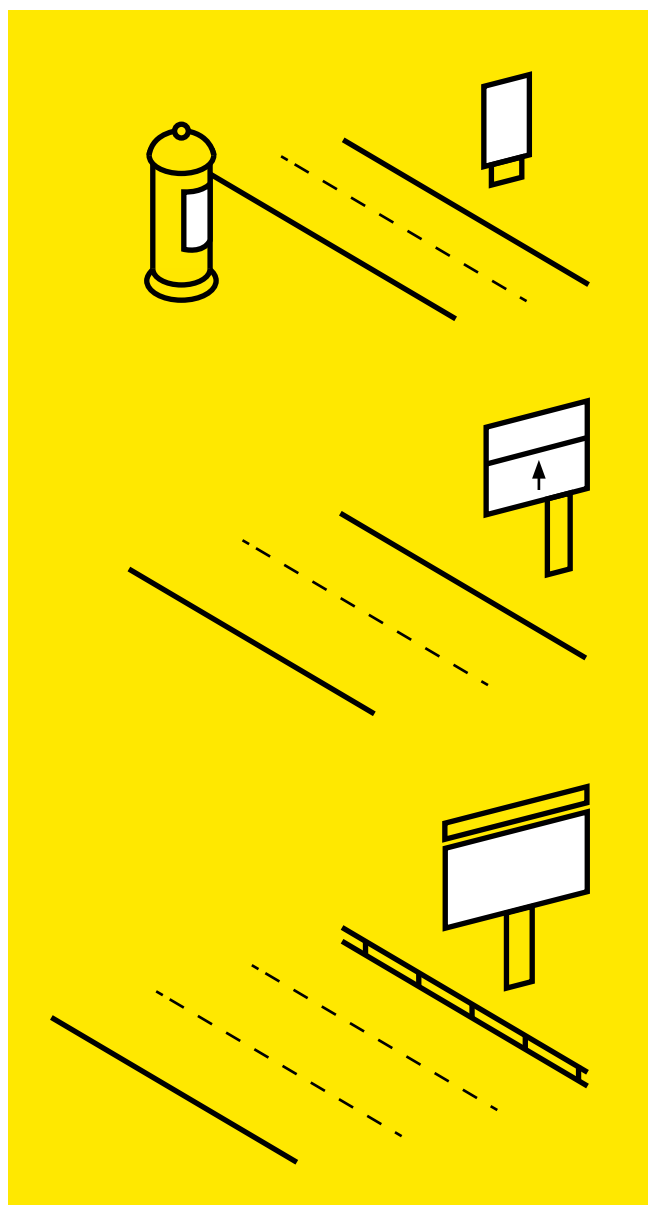
Instalacja wielkoformatowych siatek reklamowych przesłaniających okno możliwa będzie tylko na rusztowaniach, podczas prowadzenia prac remontowych lub budowlanych na elewacji budynku, jednak maksymalnie przez okres 9 miesięcy i nie częściej niż co 5 lat.

Na wiatach przystankowych dopuszczone będzie nadal lokalizowanie tzw. citylightów, tj. ustandaryzowanych nośników o maksymalnej powierzchni niewiele ponad 2 m².

Wolnostojące nośniki reklamowe funkcjonować będą mogły wyłącznie wzdłuż ulic – w pasach drogowych albo w ich pobliżu. Dla każdego ciągu wskazany zostanie maksymalny format nośników wolnostojących, odpowiedni do skali i charakteru urbanistycznego danej przestrzeni – od największych, o powierzchni 18 m², przez tzw. scroll (niecałe 9 m²), citylight (2,5 m²), aż po słup ogłoszeniowy. Sytuowanie nośników w formatach 18 m² i 9 m² nie będzie możliwe w ścisłym centrum miasta, a także na niektórych odcinkach dużych arterii poza tym terenem z uwagi na wyznaczone w dokumentach planistycznych tereny ochrony konserwatorskiej bądź przyrodniczej.

Nośniki reklamowe i szyldy zrealizowane przed rokiem 1989 nie będą objęte zapisami uchwały. Umożliwi to dalsze funkcjonowanie zachowanych, niestandardowych obiektów tego typu, które cechują się wartością sentymentalną, a często także znaczącymi walorami artystycznymi.

Możliwości sytuowania poszczególnych formatów wolnostojących nośników reklamowych określa przeznaczony do publikacji wraz z uchwałą załącznik graficzny nr 1, dostępny na stronie: www.konsultacje.um.warszawa.pl



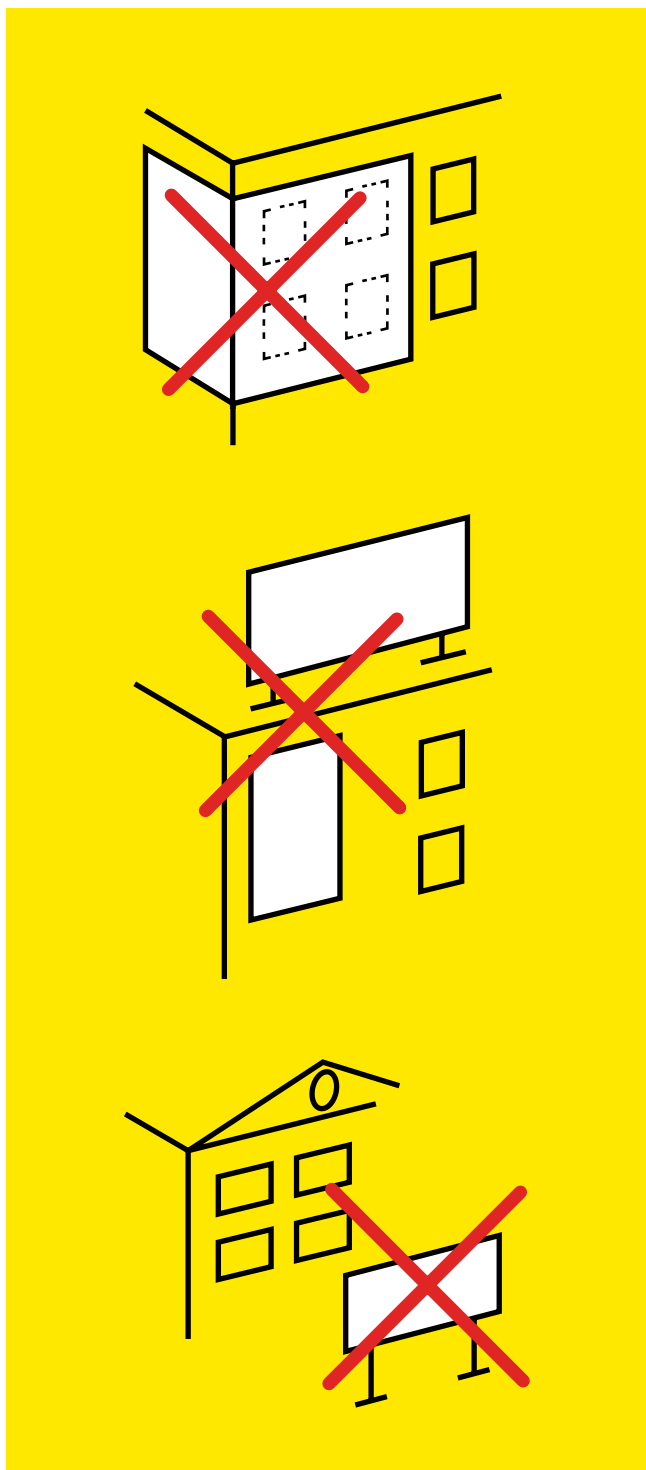
Wzdłuż większości ulic w obszarze śródmiejskim dopuszczone zostaną tylko słupy ogłoszeniowe według wzoru zastrzeżonego dla m. st. Warszawy oraz niewielkie gabloty z wymienialną treścią, czyli tzw. citylighty.

Wzdłuż ważniejszych ulic poza obszarem śródmiejskim dopuszczalne będą popularne w miastach zachodnioeuropejskich nośniki o średnim formacie z przewijalną treścią (tzw. scrolle).

Nośniki reklamowe dużego formatu 18 m² dozwolone będą tylko przy największych arteriach komunikacyjnych, gdzie ich wpływ na krajobraz miasta będzie stosunkowo niewielki.

PRZESTRZEŃ BEZ UCIAŹLIWYCH REKLAM

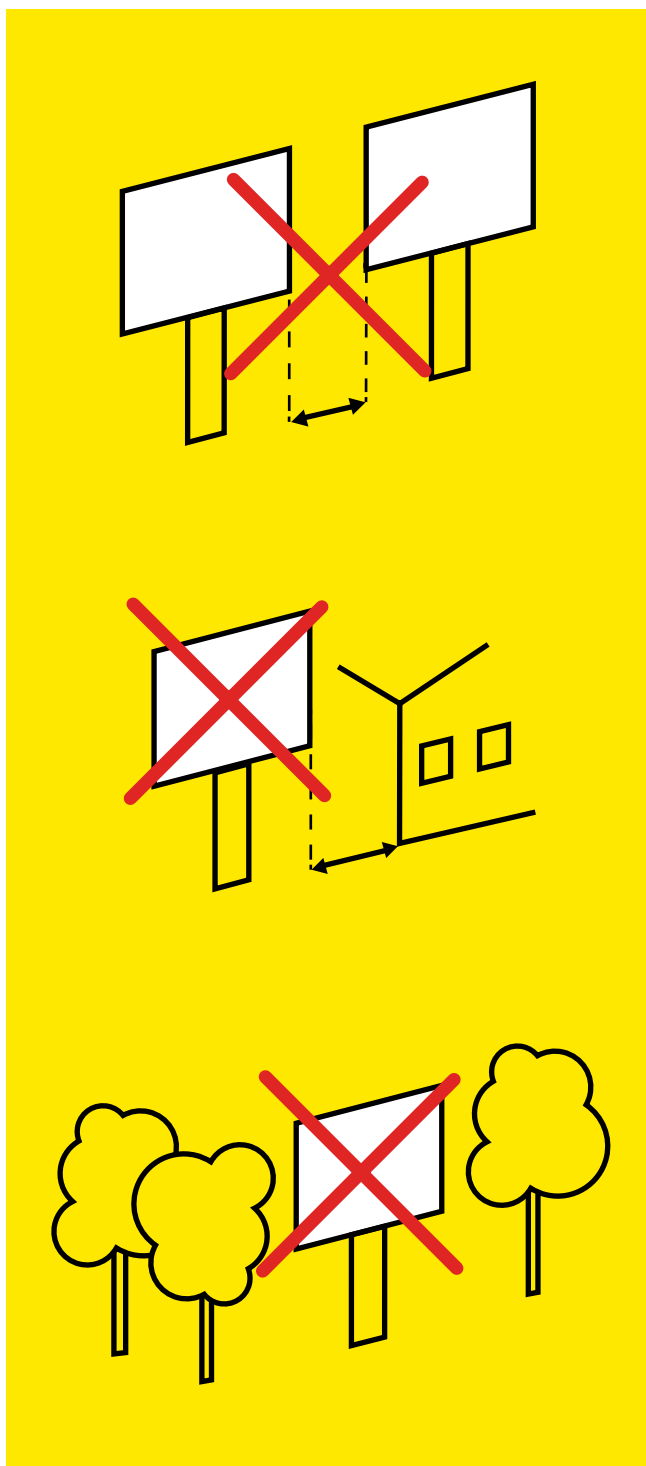
Uchwała przewiduje objęcie zakazem wielu popularnych dotąd praktyk sytuowania nośników reklamowych. Dotyczy to z jednej strony przeskalowania oraz nadmiernego zagęszczenia nośników wolnostojących, z drugiej – negatywnego wpływu reklamy wielkoformatowej na jakość życia w mieście.



Zabronione zostanie przesłanianie nośnika reklamowymi okien. Częste szczególnie w centrum stolicy zjawisko odcinania dostępu światła do pomieszczeń, w których przebywają ludzie, uznać można za jeden z najbardziej rażących przejawów niekontrolowanej ekspansji reklamy zewnętrznej w mieście – zarówno z przyczyn estetycznych, jak i funkcjonalnych.

W celu ochrony krajobrazu architektonicznego miasta, poza jasno określonymi wyjątkami (ślepe, boczne ściany), niedozwolone będzie umieszczanie reklamy, która nie jest szyldem na elewacjach budynków. Nośniki reklamowe w formie tablic lub banerów nie będą mogły pojawiać się również na dachach.

Wykluczone zostanie sytuowanie nośników reklamowych na niektórych typach nieruchomości, np. na terenach urzędów, placówek oświatowych czy dyplomatycznych.



Nadmierne zagęszczenie komunikatów reklamowych powoduje nie tylko kakofonię form, ale i przesłania krajobraz. Wprowadzone zostaną minimalne odległości pomiędzy poszczególnymi typami nośników wolnostojących – tym większe, im większa jest powierzchnia ekspozycyjna nośników. Dzięki tej regulacji obecność reklamy w przestrzeni publicznej będzie mniej rażąca, a jej przekaz – bardziej czytelny.

Ustalone zostaną minimalne lub maksymalne odległości pomiędzy wolnostojącymi nośnikami a innymi elementami zagospodarowania terenu, takimi jak krawędź jezdni, budynek czy pomnik.

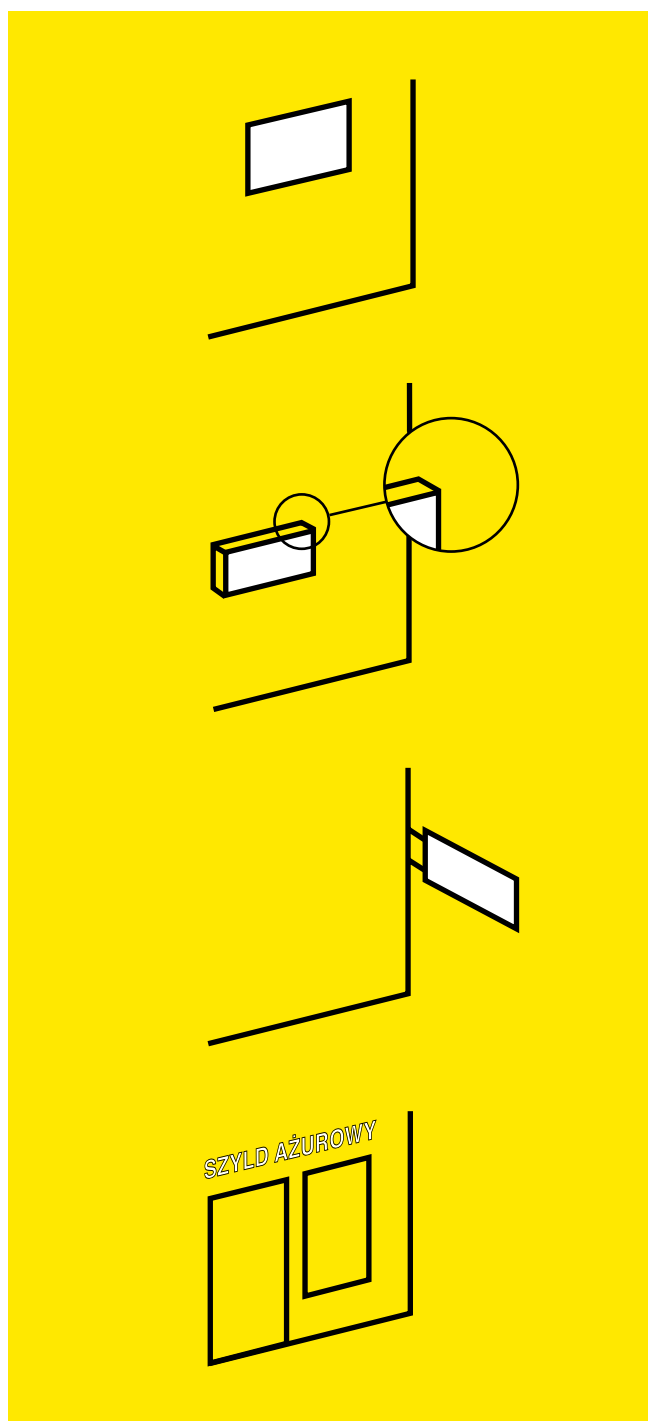
Niemożliwe będzie lokalizowanie nośników na obszarach objętych w aktach planistycznych ochroną przyrodniczą bądź konserwatorską.

CZYM WŁAŚCIWIE JEST SZYLD?

Uchwała krajobrazowa swoimi zapisami obejmie również szyldy. Typowa instalacja tego rodzaju to np. napis „Delikatesy” lub „Bar Apis”, czyli zwięzłe oznaczenie prowadzonej w danym miejscu działalności gospodarczej. W przypadku szyldów dopuszczona zostanie szersza typologia urządzeń niż dla pozostałych nośników reklamowych.

Szyld stanowi wizytówkę przedsiębiorcy, dlatego warto, by był czytelny i estetyczny. Powściągliwy komunikat, harmonizująca z otoczeniem forma i staranne wykonanie to podstawowe cechy dobrze zaprojektowanego szyldu.

Uchwała umożliwić będzie stosowanie takich popularnych form szyldów, jak m.in.:



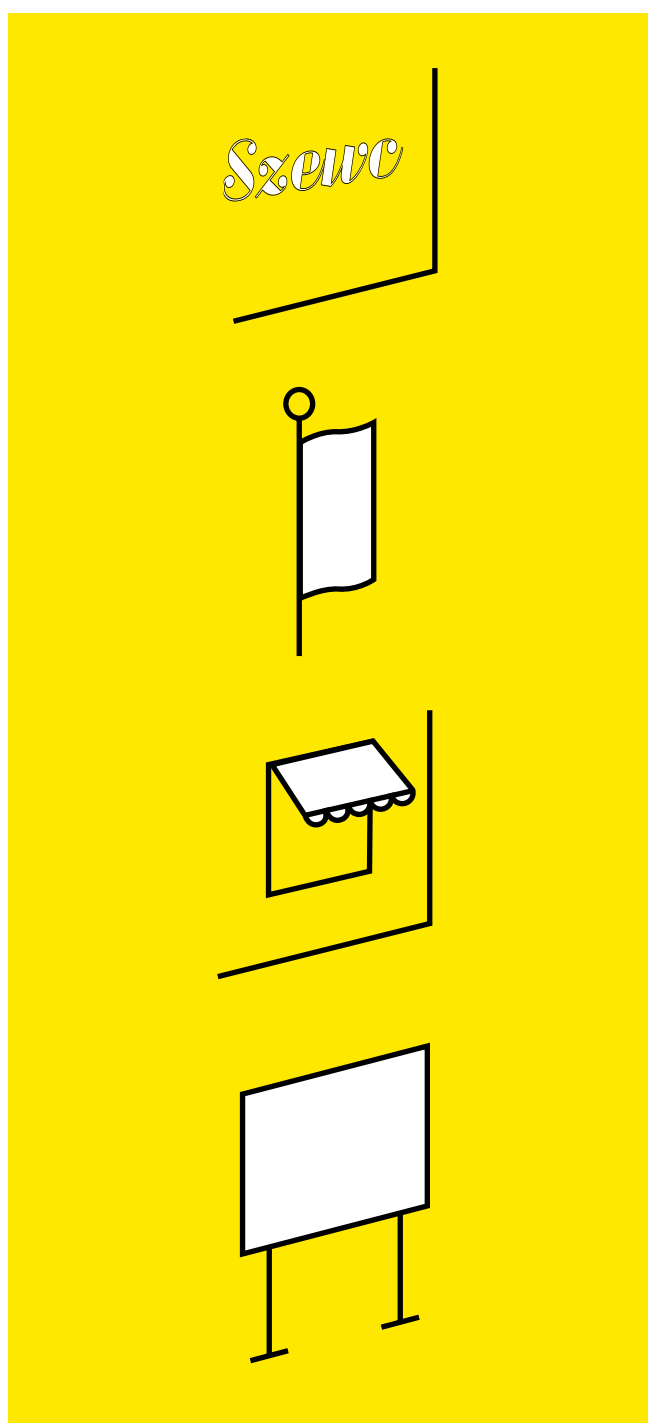
tablica – płaska płyta przylegająca do elewacji lub ogrodzenia

kaseton – sześcienna forma tablicy reklamowej, często z umieszczonym wewnątrz oświetleniem

semafor – szyld w formie tablicy lub kasetonu usytuowany prostopadle w stosunku do elewacji

szyld ażurowy – przestrzenne litery lub inne znaki pozbawione tła, umieszczane najczęściej nad witryną sklepu bądź – szczególnie w przypadku budynków biurowych – w górnych partiach elewacji

Z uwagi na bardzo szeroką typologię możliwych do wykonania szyldów, poniższe zestawienie stanowi jedynie wybór najbardziej popularnych instalacji. Warto jednak pamiętać, że przy doborze szyldu należy się kierować nie tylko kryterium widoczności, ale i wrażeniem, jakie chce się wywołać u odbiorcy. Zbyt natrętny bądź nieczytelny komunikat raczej zniechęci niż skłoni do odwiedzenia lokalu.



mural – napis lub grafika nałożone farbą bezpośrednio na ścianę elewacji, witryny albo ogrodzenia

flaga – tkanina przymocowana do masztu

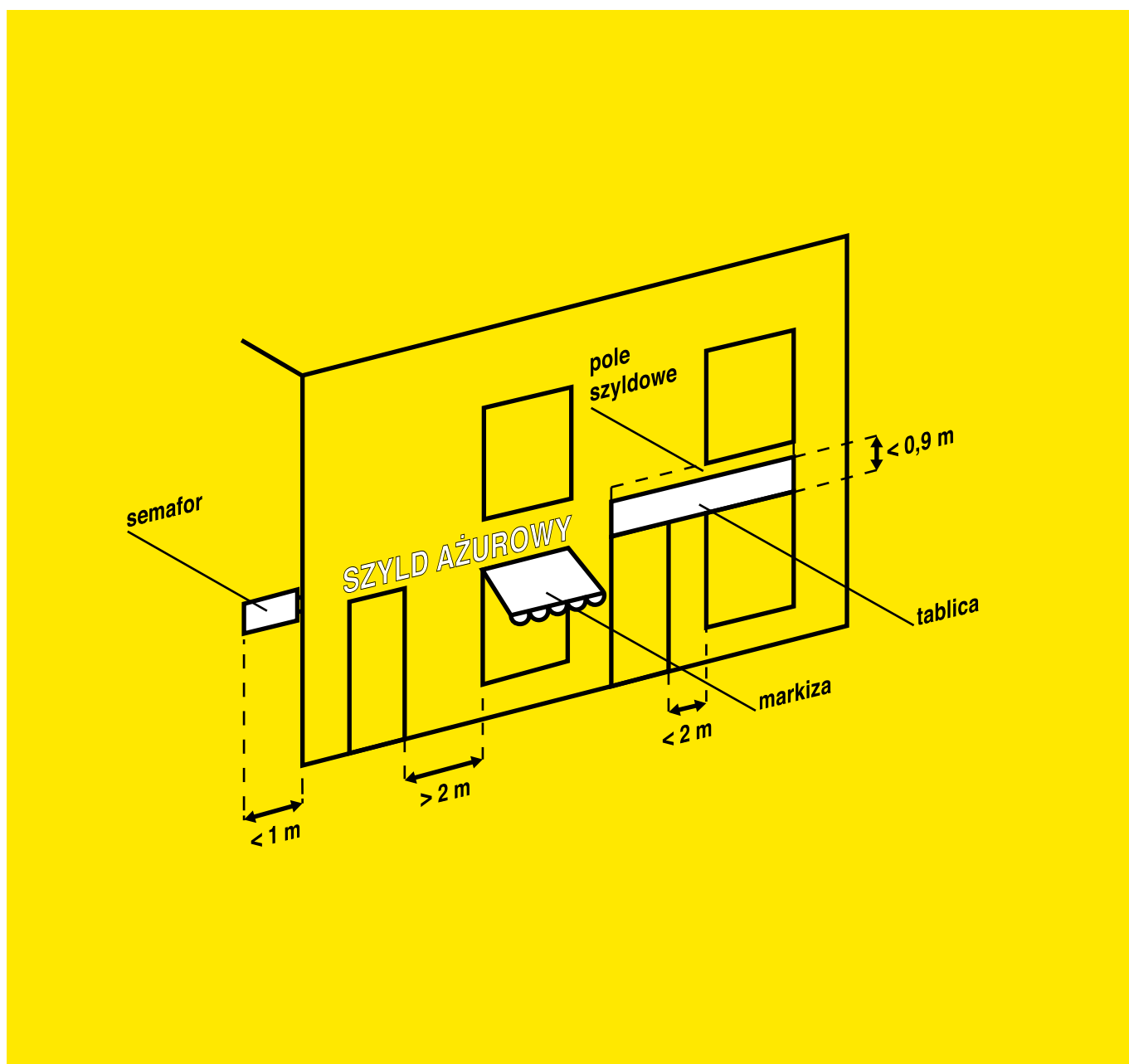
markiza – lekkie zadaszenie umieszczane nad witryną, na którym można nadrukować niewielką informację o prowadzonej działalności

szyld wolnostojący – obiekt posadowiony w gruncie, na własnej konstrukcji nośnej, który może przybierać rozmaite formy, np. pylonu, tablicy, flagi albo cennika stacji paliw

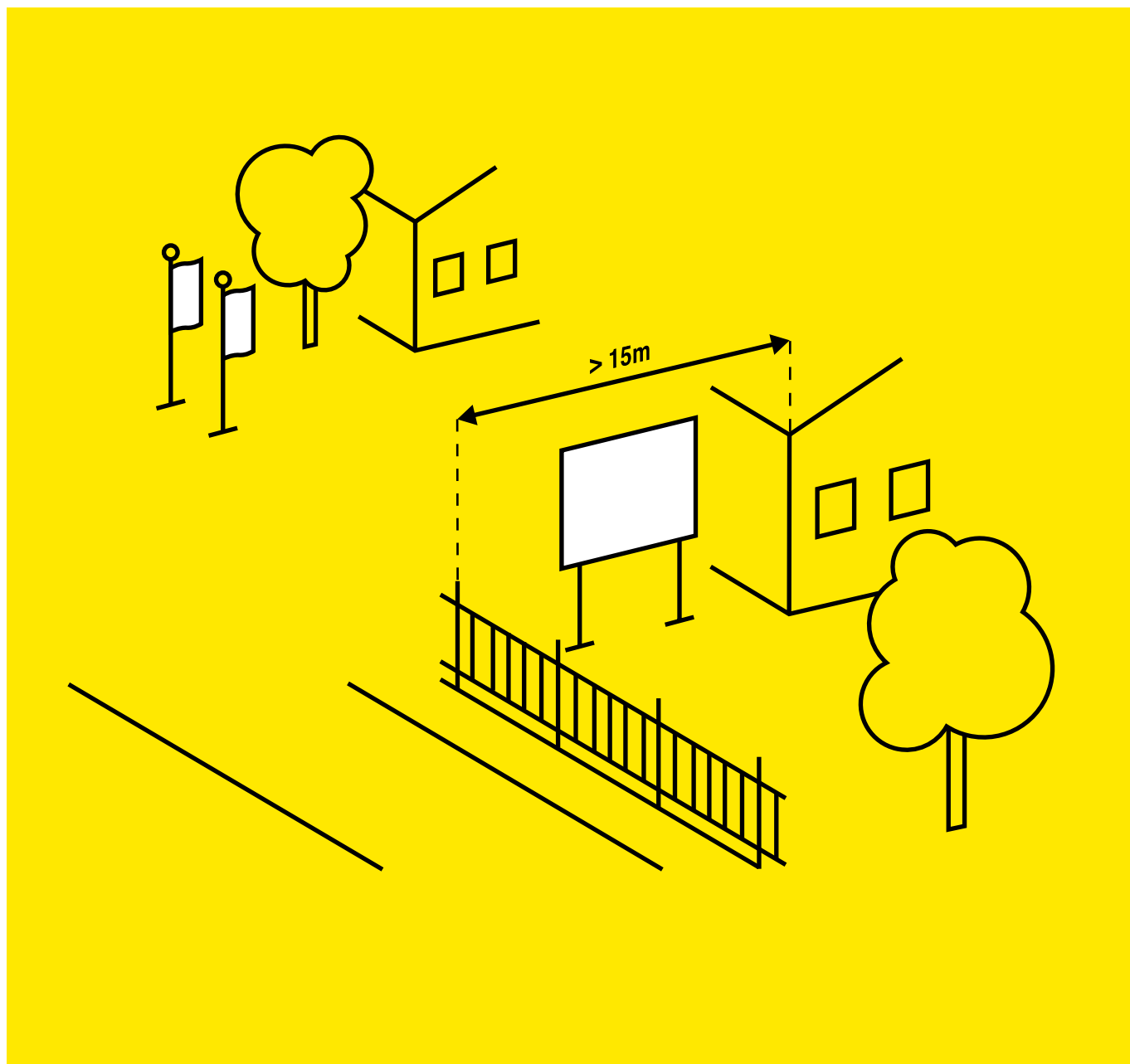
NOWY WYMIAR SZYLDÓW

Jednym z kluczowych elementów uchwytu jest zdefiniowanie takich pojęć, jak „strefa parteru” czy „pole szyldowe”, które pozwolą określić prawidłowe lokalizacje szyldów na podstawie analizy architektury danego budynku. Strefa parteru to ten fragment elewacji, który przeznaczony jest na funkcje handlowo-usługowe i poza którym umieszczanie szyldów możliwe będzie tylko w niewielu przypadkach. Optymalnym miejscem na usytuowanie szyldu w strefie parteru jest pole szyldowe, czyli obszar ponad

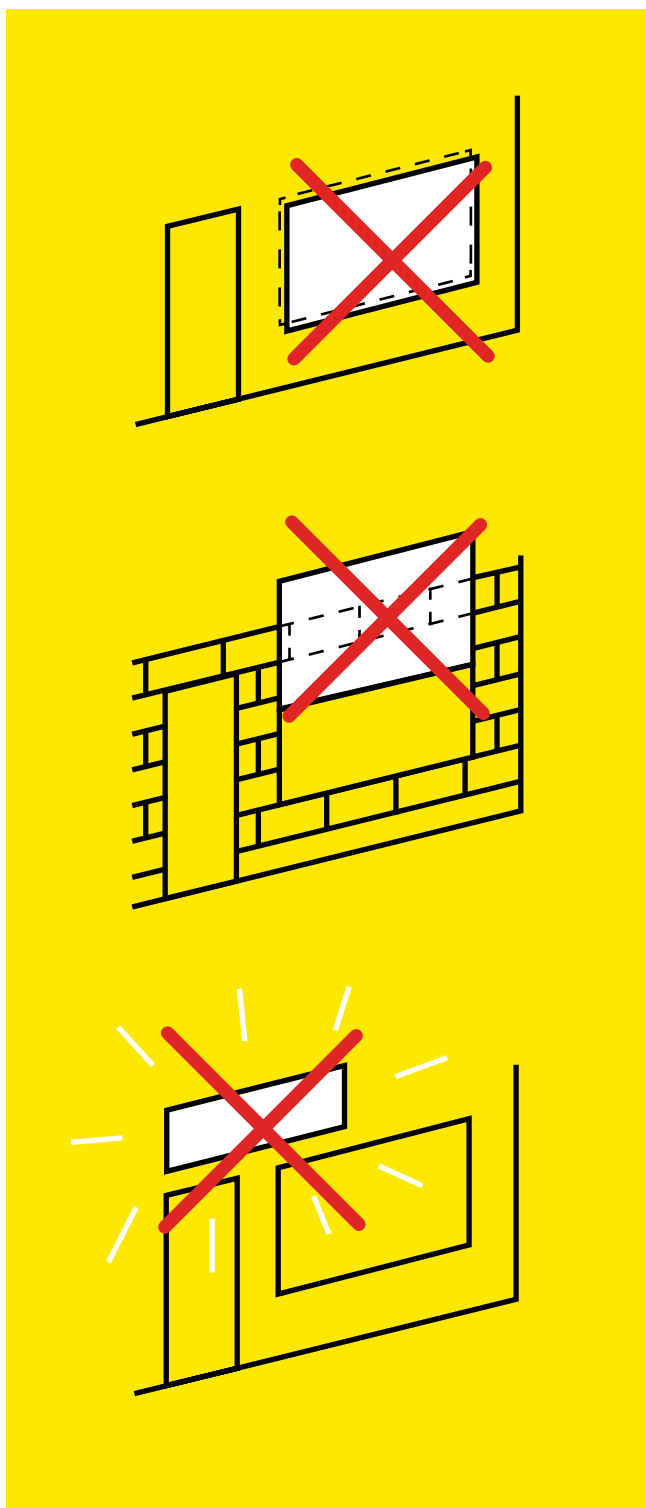
witryną lokalu, ale poniżej górnej granicy strefy. Wykroczenie poza granice pola szyldowego dopuszczalne będzie jednak w przypadku szyldu typu ażurowego, najbardziej neutralnego dla architektury budynku. Pola szyldowe nad poszczególnymi witrynami będzie można dodatkowo łączyć, o ile odległości pomiędzy witrynami nie będą przekraczały 2 m. Tego samego wymiaru nie powinna też przekraczać szerokość szyldów semaforowych.



W wielu sytuacjach możliwe będzie również sytuowanie szyldów wolnostojących, np. jeśli będzie to jedyny szyld w obrębie nieruchomości, lub powierzchnia sprzedaży na terenie nieruchomości przekraczać będzie 1000 m² albo budynek, w którym prowadzona jest działalność, znajdzie się w odległości ponad 15 m od przestrzeni publicznej. Uchwała dopuszcza ponadto lokalizowanie standardowych cenników stacji paliw czy flag.



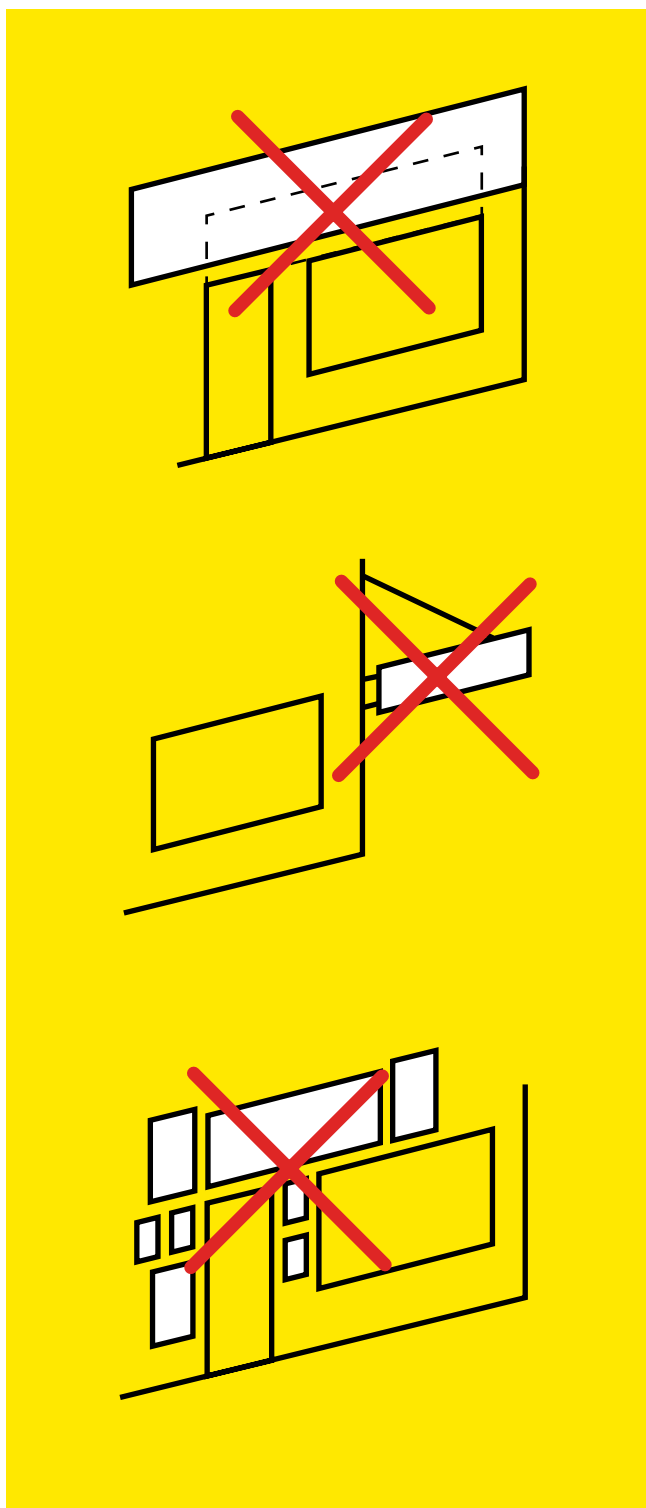
ZASADY STOSOWANIA SZYLDÓW



1. Nie powinno się zasłaniać więcej niż 20% powierzchni witryny. Przesłanianie okien lokali to rozwiązanie odpowiednie na czas remontu, a nie przy codziennym użytkowaniu.

2. Nie należy przesłaniać detali architektonicznych elewacji. Działalność gospodarcza prowadzona w budynku powinna wykorzystywać jego walory estetyczne, a nie je niszczyć.

3. Należy unikać wyświetlaczy. Migające, jaskrawe szyldy są uciążliwe dla przechodniów, kierowców i okolicznych mieszkańców.



4. Nie powinno się wykraczać poza pole szyldowe. Przeskalowany lub źle zakomponowany szyld niszczy układ elewacji oraz obniża renomę przedsiębiorstwa.

5. Należy unikać zbyt dużych semaforów. Przeskalowane instalacje zbyt mocno ingerują w przestrzeń, przesłaniając perspektywę ulicy.

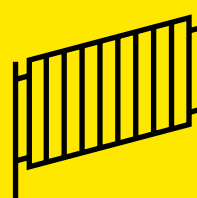
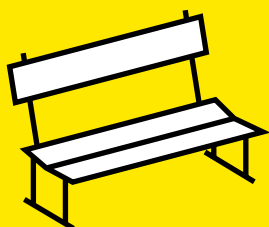
6. Należy zachować umiar co do ilości komunikatu. Zbyt duże nagromadzenie szyldów skutkuje chaosem wizualnym, brakiem czytelności przekazu, a w konsekwencji wpływa niekorzystnie na wizerunek firmy.

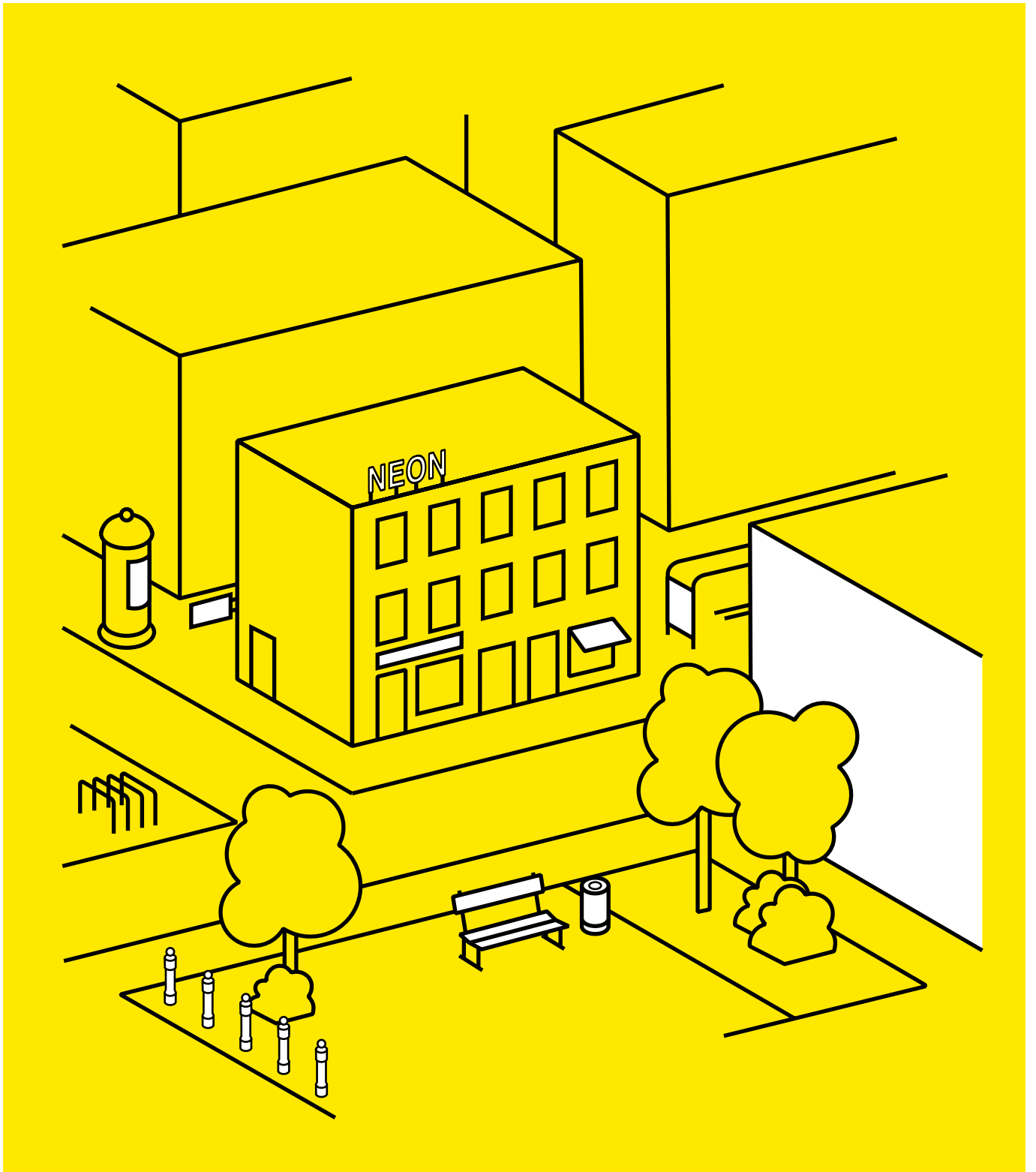
WARSZAWSKA MAŁA ARCHITEKTURA

Obiekty małej architektury, zdefiniowane w prawie budowlanym jako „niewielkie obiekty, np. kapliczki, posągi, wodotryski oraz wszelkie urządzenia rekreacyjne”, to powszechnie używane elementy zagospodarowania przestrzeni publicznych. Należą do nich m.in.: **kraty i osłony na drzewa, ławki, stojaki rowerowe, kosze na śmieci, słupki blokujące, wygradzenia segmentowe, donice.**

Uchwała wprowadza standardy, które powinny spełniać obiekty małej architektury, by pojawiać się na warszawskich ulicach. Zaproponowane zostaną rozwiązania materiałowe i kolorystyczne, które pomogą w utrzymaniu spójności stylistycznej mebli miejskich i zwiększą ich trwałość. Dopuszczona będzie stal nierdzewna lub kortenowska, żeliwo, aluminium, beton z kruszywem bądź polimerowy, kamień i drewno o odpowiedniej twardości. W szczególnie reprezentacyjnych miejscach, tj. na placach i przy wybranych ulicach, dozwolone będą także rozwiązania indywidualne. W obrębie poszczególnych ulic lub ich fragmentów wymagane będzie stosowanie jednolitego wzornictwa.

Uchwała reguluje kwestie małej architektury tylko w odniesieniu do przestrzeni publicznych, ponieważ tego typu obiekty usytuowane na terenach prywatnych jedynie w niewielki sposób wpływają na wizerunek miasta.

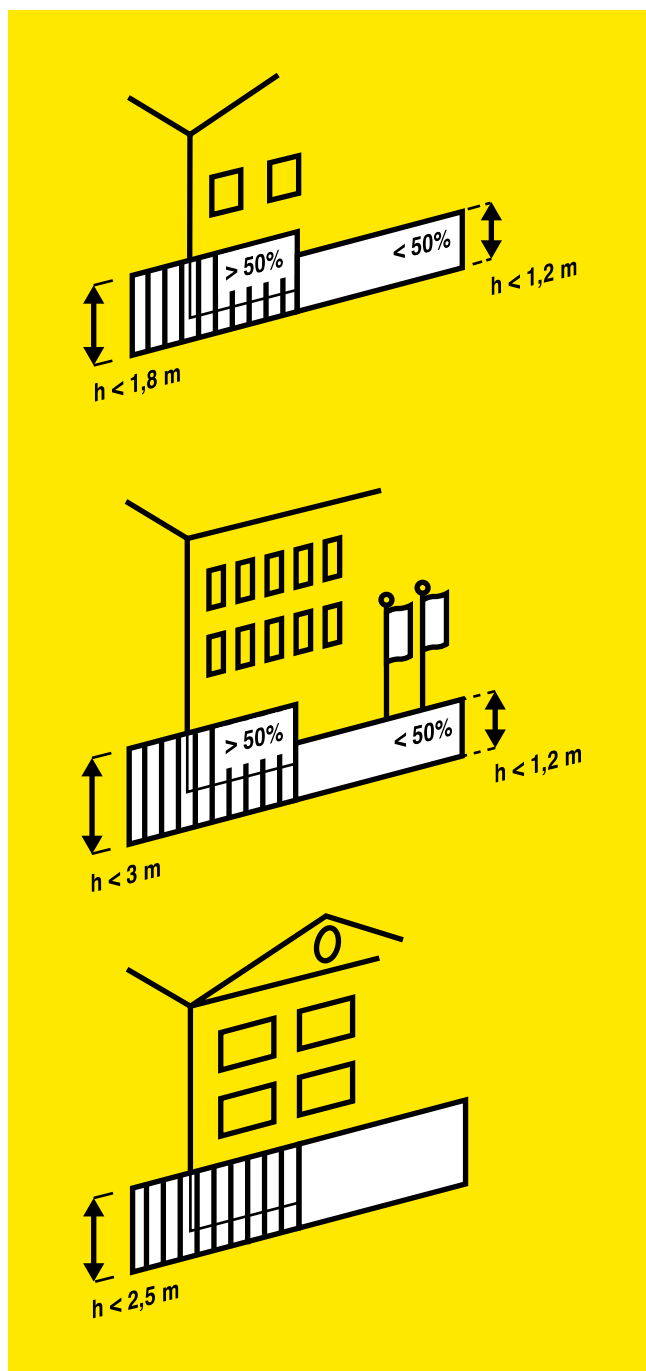




JAK GRODZIĆ, ŻEBY NIE SZKODZIĆ?

Uchwała ustala zasady wznoszenia ogrodzeń na terenie miasta pod kątem ich cech fizycznych (wymiarów, materiałów). Proponuje również wprowadzenie generalnych ograniczeń w stosowaniu ogrodzeń, szczególnie w obrębie osiedli mieszkaniowych, czyli tam, gdzie zjawisko to rozwinęło się w ostatnich dekadach na szczególnie dużą skalę, stając się przedmiotem ostrej krytyki ekspertów i zarzewiem lokalnych konfliktów.

Za podstawowe parametry ogrodzeń uchwała uznaje wysokość i stopień przezierności, czyli wielkość wskazującą, jaki procent powierzchni ogrodzenia nie zasłania tego, co znajduje się po jego drugiej stronie. W zależności od funkcji ogrodzenia, regulacje wskazują takie korelacje obu parametrów, które zapewnić mają jak najmniejsze dysonanse w przestrzeni publicznej przy zachowaniu niezbędnych cech użytkowych ogrodzenia.



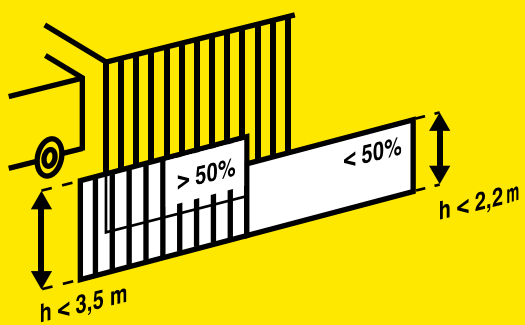
Zabudowa mieszkaniowa:

maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 1,8 m, o ile jego przezierność jest nie mniejsza niż 50%; w innym przypadku ogrodzenie nie może być wyższe niż 1,2 m.

Obiekty biurowe, handlowo-wystawiennicze, targowe:

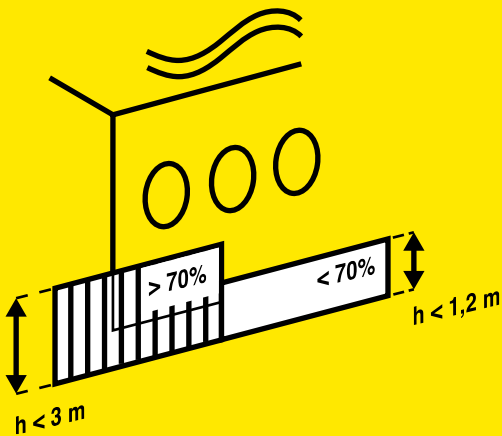
maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 2,5 m, o ile jego przezierność jest nie mniejsza niż 50%; w innym przypadku ogrodzenie nie może być wyższe niż 1,2 m.

Obiekty oświaty, zdrowia, pomocy społecznej: maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 2,5 m.



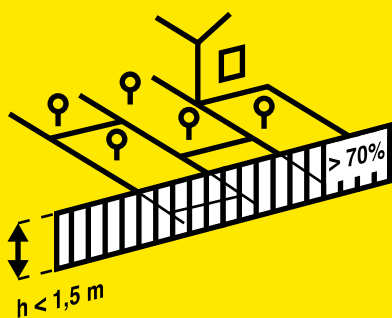
Obiekty magazynowe i techniczne:

maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 3,5 m, o ile jego przezierność jest nie mniejsza niż 50%; w innym przypadku ogrodzenie nie może być wyższe niż 2,2 m.



Obiekty sportowe:

maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 3,0 m, o ile jego przezierność jest nie mniejsza niż 70%; w innym przypadku ogrodzenie nie może być wyższe niż 1,2 m.



Ogrody działkowe:

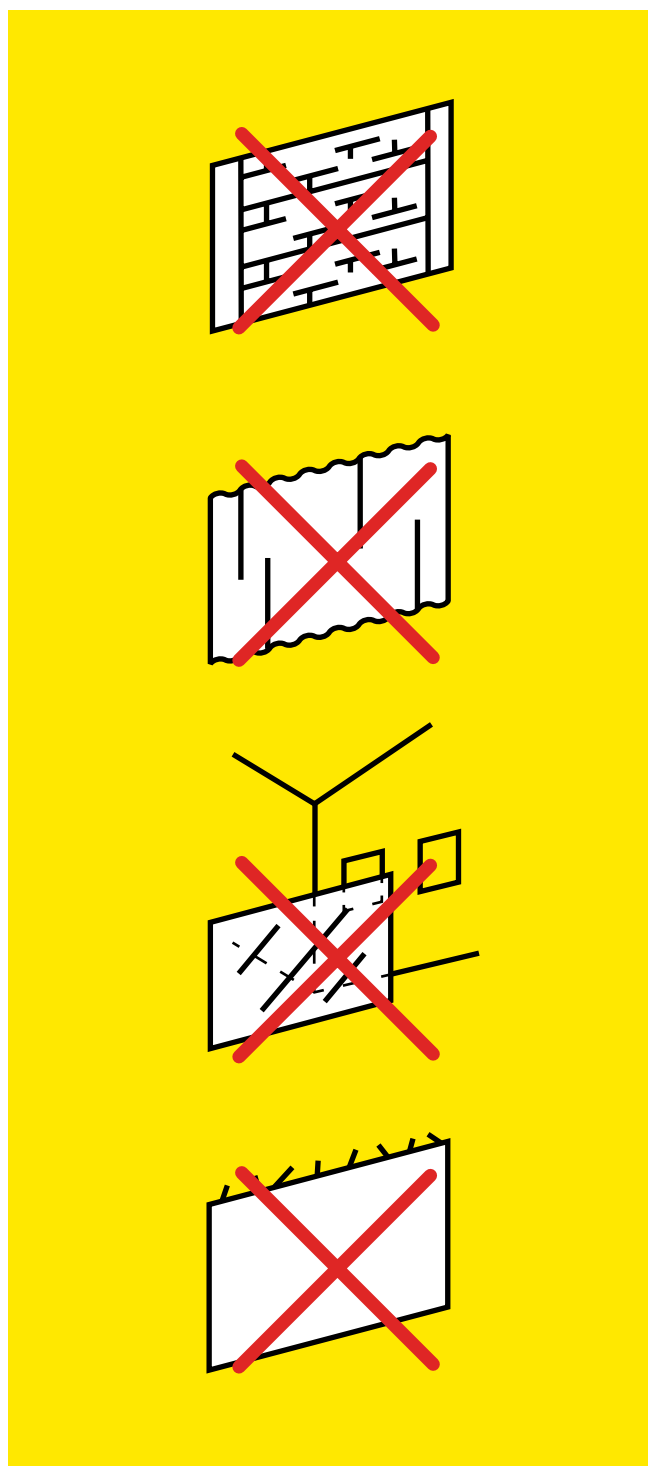
maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 1,5 m, a jego przezierność nie może być mniejsza niż 70%.

JAKICH OGRODZEŃ NIE BĘDZIE MOŻNA WZNOSIĆ?

Zapisy uchwały ograniczają paletę materiałów konstrukcyjnych, z których wykonywane będą ogrodzenia przyległe do przestrzeni publicznych. Oznacza to, że ogrodzenia między poszczególnymi posesjami nie będą objęte zapisami uchwały.

Idea stojąca za tymi obostrzeniami jest prosta – jeśli chcemy grodzić, powinniśmy to robić z szacunkiem dla jakości otaczającej nas przestrzeni.

Jako niewłaściwe materiały uchwała wskazuje:



**prefabrykowane
płyty betonowe**

blachę fałdową

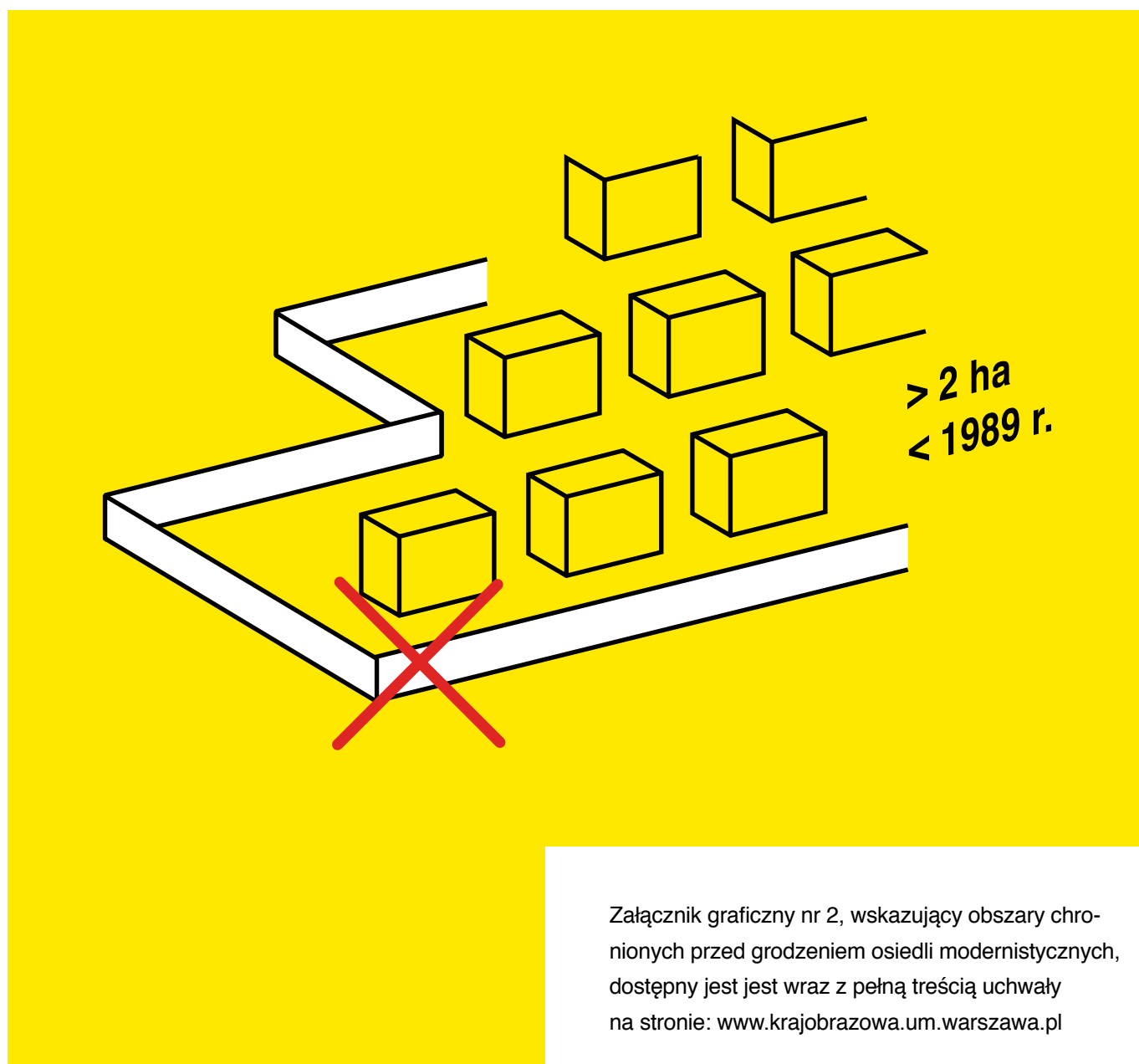
poliwęglan

**ostre elementy
szklane lub ceramiczne**

KIEDY NIE BĘDZIE MOŻNA WZNOŚĆ OGRODZEŃ?

Jedną z istotnych przesłanek opracowania regulacji dotyczących ogrodzeń był krytyczny stosunek wielu mieszkańców Warszawy do zjawiska wygradzania z przestrzeni miasta dużych obszarów przeznaczonych pod zabudowę wielorodzinną. Uchwała wyklucza więc z jednej strony grodzenie osiedli, których oryginalny projekt nie przewidywał tego typu instalacji – przede wszystkim otwartych zespołów modernistycznych, powstałych przed 1989 rokiem. Z drugiej

strony trudna do przewidzenia lokalizacja i kształt przyszłych osiedli mieszkaniowych sprawia, że sposób ich grodzenia można uregulować jedynie w sposób ogólny – poprzez zakaz wyłączania z przestrzeni miejskiej zbyt rozległych terenów (o rozpiętości przestrzennej przekraczającej 200 m lub o łącznej powierzchni większej niż 2 ha) oraz zakaz przegradzania istniejących bądź przewidzianych w planach miejscowych ciągów pieszych.



OPŁATA KARNA

Uchwała krajobrazowa wprowadzi na obszarze miasta czytelne zasady sytuowania nośników reklamowych i szyldów, za których łamanie będzie mogła zostać naliczona dzienna opłata karna. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym określa, że opłata taka stanowi każdorazowo 40-krotność dwóch stawek – stałej i zmiennej. Wysokość obu stawek ustalana jest co roku przez Ministra Finansów i w 2020 r. wynosić będzie odpowiednio 2,59 i 0,23 zł. Opłata w części stałej naliczana jest dla każdego nośnika niezależnie od jego formy, zaś w części zmiennej uzależniona jest ściśle od powierzchni ekspozycyjnej usytuowanego niezgodnie z przepisami nośnika. Im większy zatem będzie niezgodny z przepisami nośnik reklamowy, tym większą rolę w określaniu wysokości kary będzie odgrywać zmienna część opłaty.

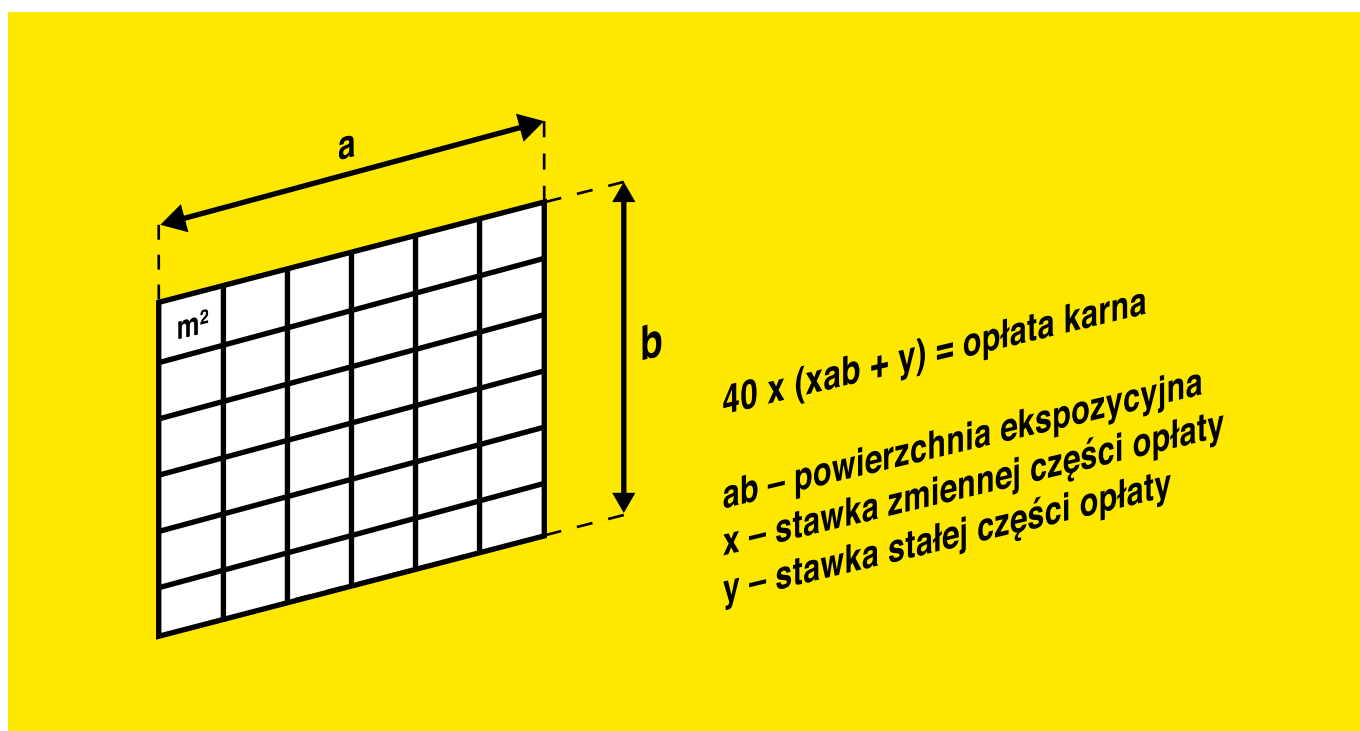
Sposób obliczenia przykładowej kwoty dziennej opłaty karnej w 2020 r.:

niezgodny z prawem nośnik reklamowy o powierzchni:

$$1 \text{ m}^2 = 40 \times (0,23 \text{ zł} \times 1 \text{ m}^2 + 2,59 \text{ zł}) = 112,80 \text{ zł}$$

niezgodny z prawem nośnik reklamowy o powierzchni:

$$100 \text{ m}^2 = 40 \times (0,23 \text{ zł} \times 100 \text{ m}^2 + 2,59 \text{ zł}) = 1023,60 \text{ zł}$$



PODSUMOWANIE

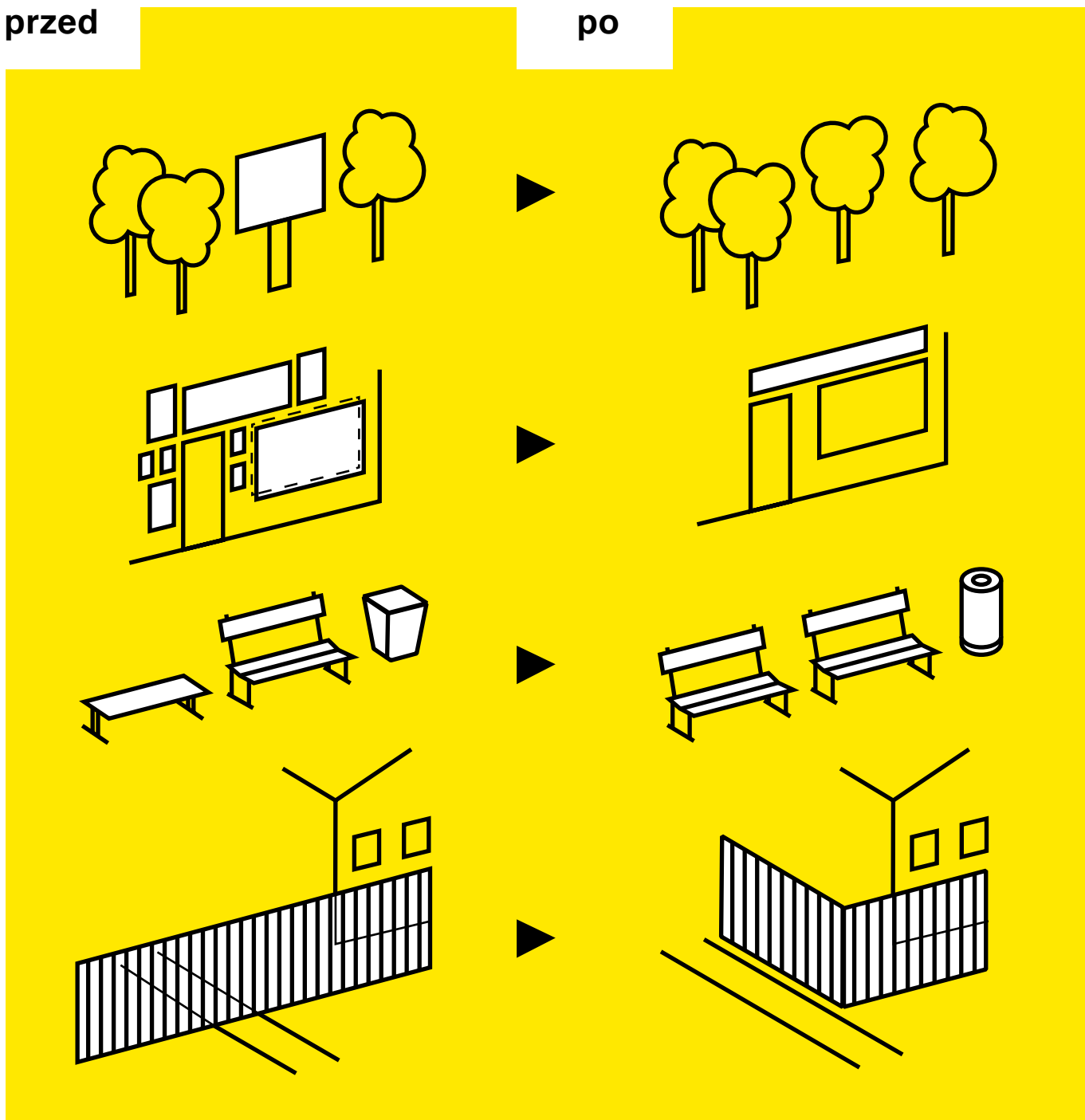
Zgodnie z zapisami ustawy, uchwała winna uregulować nie tylko nowe inwestycje, ale i sposób dalszego funkcjonowania obiektów zrealizowanych przed momentem wejścia jej w życie. Biorąc pod uwagę duże zróżnicowanie zagadnień, jakich dotyczy uchwała, w dokumencie dla Warszawy przyjęto za uzasadnione wprowadzenie odrębnych terminów dostosowania się dla poszczególnych grup istniejących już obiektów. W świetle wymogów ładu przestrzennego,

oczekiwań społecznych oraz złożoności problemów objętych uchwałą, dokument proponuje następujące okresy dostosowawcze:

- dla nośników reklamowych – 2 lata;
- dla szyldów – 3 lata;
- dla obiektów małej architektury – 5 lat;
- dla ogrodzeń – bez obowiązku dostosowania.

przed

po



NOTATKI

