

## MIASTO DZIERŻONIÓW



**ANALIZA AKTUALNEGO STANU ROZMIESZCZENIA OBIEKTÓW  
MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH  
I OGRODZEŃ ORAZ  
RAPORT IDENTYFIKUJĄCY NAJWAŻNIEJSZE PROBLEMY  
I POTRZEBY W ZAKRESIE OPRACOWANIA PROJEKTU UCHWAŁY**

Opracowanie sporządził:  
Zespół **3P PROJEKT**  
w składzie:  
dr inż. Paweł Pach  
mgr inż. Piotr Kryczka  
mgr inż. Piotr Łuszczek  
mgr inż. Adrian Porada

WROCLAW, 2019 r.



## **Spis treści**

I. PODSTAWA PRAWNA .....	4
II. ANALIZA AKTUALNEGO STANU ROZMIESZCZENIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ.....	4
1. Wstęp.....	4
2. Analiza aktualnego stanu rozmieszczenia obiektów małej architektury.....	5
2.1. Typy obiektów małej architektury .....	5
2.2. Opis rozmieszczenia na terenie miasta .....	8
2.3. Podsumowanie ustaleń miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w zakresie obiektów małej architektury .....	9
2.4. Lokalizacja obiektów małej architektury, pomników oraz innych obiektów ekspozycyjnych .....	9
3. Analiza aktualnego stanu rozmieszczenia tablic i urządzeń reklamowych.....	10
3.1. Typy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych .....	10
3.2. Analiza treści informacyjnych .....	18
3.3. Opis rozmieszczenia na terenie miasta .....	20
3.4. Wnioski z ankiety dla mieszkańców i przedsiębiorców .....	23
3.5. Podsumowanie ustaleń miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych .....	23
4. Analiza aktualnego stanu rozmieszczenia ogrodzeń .....	24
4.1. Typy ogrodzeń .....	24
4.2. Podsumowanie ustaleń miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w zakresie ogrodzeń .....	29
4.3. Opis rozmieszczenia na terenie miasta .....	30
5. Strefy krajobrazowe .....	30
II. RAPORT IDENTYFIKUJĄCY NAJWAŻNIEJSZE PROBLEMY I POTRZEBY W ZAKRESIE OPRACOWANIA PROJEKTU UCHWAŁY .....	32
1. Zidentyfikowane problemy .....	32
2. Zidentyfikowane potrzeby.....	33



### Załączniki:

1. Załącznik graficzny nr 1 – *„Tendencje w zakresie lokalizacji tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych”*
2. Załącznik graficzny nr 2 – *„Oddziaływanie szyldów oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w zależności od ich powierzchni”*
3. Załącznik graficzny nr 3 – *„Ustalenia miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego”*
4. Załącznik graniczny nr 4 – *„Lokalizacja obiektów małej architektury, pomników oraz innych obiektów ekspozycyjnych”* *„Analiza ustaleń obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego”*
5. Załącznik tabelaryczny nr 1 – *„Wykaz ustaleń miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w odniesieniu do reklam, obiektów małej architektury i ogrodzeń”*
6. Załącznik tabelaryczny nr 2 – *„Koncepcja sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ich gabarytów i liczby szyldów”*
7. Raport badań ankietowych opracowany przez Urząd Miasta w Dzierżonowie



## **I. PODSTAWA PRAWNA**

Analiza aktualnego stanu rozmieszczenia obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych i ogrodzeń oraz raport identyfikujący najważniejsze problemy i potrzeby w zakresie opracowania projektu uchwały zostały opracowane w oparciu o art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (tj. Dz. U. z 2019 r. poz. 506) i art. 37a ust.1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz. U. z 2018 r. poz. 1945 z późn. zm.) oraz w związku z uchwałą Nr XXVI/167/16 Rady Miejskiej Dzierżonowa z dnia 26 września 2016 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały o zasadach i warunkach sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń.

## **II. ANALIZA AKTUALNEGO STANU ROZMIESZCZENIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC I URZADZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ**

### **1. Wstęp**

Analiza aktualnego stanu rozmieszczenia obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń została zrealizowana w oparciu o ilościowe i jakościowe metody badań. W kontekście analizy zrealizowano opracowania mapowe poprzedzone inwentaryzacją urbanistyczną i kwerendą terenową wraz z detekcją tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz zróżnicowanych typów ogrodzeń. W celu realizacji badań wykorzystano metody komputerowe umożliwiające wykorzystanie autorskich, wektorowych danych przestrzennych, a w konsekwencji ich przetworzenie za pomocą Geograficznych Systemów Informacji Przestrzennej (GIS). Przeprowadzono również kwerendę zapisów obecnie obowiązujących na terenie miasta miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w odniesieniu do przedmiotu uchwały krajobrazowej.

Zrealizowane analizy usystematyzowały wiedzę z zakresu tendencji przestrzennych występujących w Dzierżonowie w odniesieniu do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń, finalnie sprzyjały określeniu wniosków, identyfikacji problemów i potrzeb niezbędnych dla prawidłowej konstrukcji przedmiotowej uchwały.



## 2. Analiza aktualnego stanu rozmieszczenia obiektów małej architektury

### 2.1. Typy obiektów małej architektury

W świetle ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. - Prawo budowlane (tj. Dz. U. z 2016 r., poz. 290, z późn. zm.) przez obiekt małej architektury należy rozumieć niewielkie obiekty, a w szczególności:

- a) kultu religijnego, jak: kapliczki, krzyże przydrożne, figury,
- b) posągi, wodotryski i inne obiekty architektury ogrodowej,
- c) użytkowe służące rekreacji codziennej i utrzymaniu porządku, jak: piaskownice, huśtawki, drabinki, śmietniki.

Wśród obiektów kultu religijnego (kapliczek, krzyży przydrożnych oraz figur) na terenie miasta można wyróżnić następujące obiekty:

Fot. 1. Figura Św. Jana Nepomucena na rynku



Źródło: zbiory własne

Fot. 2. Krzyż przy skrzyżowaniu ulic: Piastowskiej i Bielawskiej



Źródło: google.com

Obiekty małej architektury o charakterze użytkowym, służącym rekreacji codziennej i utrzymaniu porządku, to w szczególności:

Fot. 3. Śmietnik, latarnia i ławka, ul. Wrocławska



Źródło: Zbiory własne

Fot. 4. Śmietnik, ławka, latarnia, donice, Rynek



Źródło: Zbiory własne



Fot. 5. Wiata przystankowa z wyświetlaczem LED, ul. Marsz. J. Piłsudskiego



Źródło: Zbiory własne

Fot. 7. Ławka i stojak na rowery, ul. Ząbkowicka



Źródło: Zbiory własne

Fot. 6. Donica i zróżnicowane latarnie uliczne, ul. Marsz. J. Piłsudskiego



Źródło: Zbiory własne

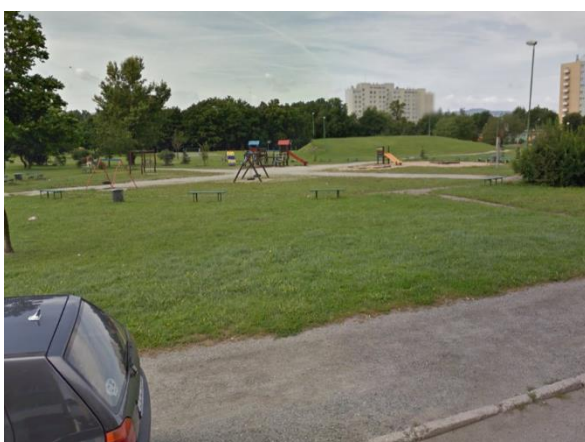
Fot. 8. System: siedzisko-latarnia, ul. Wrocławska



Źródło: Zbiory własne

### **WYPOSAŻENIE PLACÓW ZABAW**

Fot. 9. Plac zabaw, osiedle Różne



Źródło: zbiory własne

Fot. 10. Plac zabaw, osiedle Różane

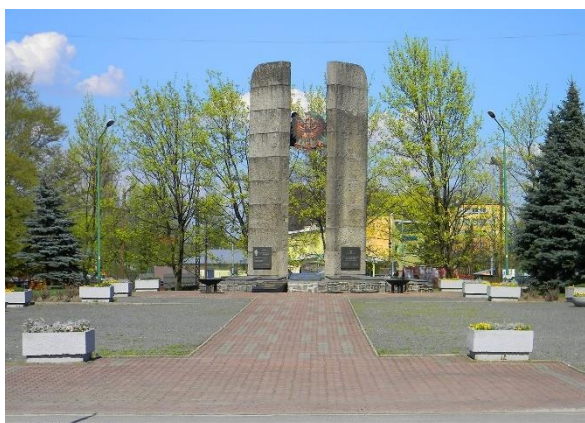


Źródło: zbiory własne



Prócz obiektów małej architektury, na terenie miasta występują również pomniki oraz inne obiekty ekspozycyjne mające na celu upamiętnienie osób lub wydarzeń. Do tego typu elementów przestrzennych można zaliczyć m.in.:

Fot. 11. Pomnik Pamięci Losów Ojczyzny,  
ul. Piastowska



Źródło: <https://polska-org.pl/3852217,foto.html?idEntity=3852194>

Fot. 12. Pomnik Jana Pawła II, ul. Świdnicka



Źródło: zbiory własne

Fot. 13. Pomnik poległych w wojnie prusko-austriackiej 1866, ul. Świdnicka – przy Kościele Trójcy Świętej



Źródło: <https://polska-org.pl/4022046,foto.html?idEntity=3524687>

Fot. 14. Pomnik w 75. Rocznicę Powstania Związku Sybiraków, Park im. Sybiraków, ul. Świdnicka



Źródło: <https://polska-org.pl/3841107,foto.html?idEntity=5389580>



Fot. 15. Obelisk upamiętniający Waleriana Tewzadze, Osiedle Jasne



Źródło: <https://polska-org.pl/960089.foto.html?idEntity=561162>

Fot. 16. Tablica pamiątkowa w hołdzie pomordowanym Polakom przez ukraińskich nacjonalistów z OUN i UPA, ul. Wrocławska



Źródło: <https://pamietajskadjestes.pl/>

Fot. 16. Pomnik Żołnierzy Wyklętych, ul. Bielawska



Źródło: <https://pamietajskadjestes.pl>

## 2.2. Opis rozmieszczenia na terenie miasta

Największe nasycenie obiektów małej architektury odnotowano w centralnej części miasta. W znacznej części towarzyszą one obiektom takim jak: reprezentacyjne przestrzenie publiczne (rynek, ulice przyrynkowe), parki, obiekty sakralne czy arterie komunikacyjne.





Zauważalny jest brak występowania obiektów małej architektury w ramach terenów zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej oraz braki w ramach zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej.

Na terenie miasta nie występuje dużo tzw. obiektów ekspozycyjnych. Zidentyfikowano rzeźbę Jana Nepomucena na rynku oraz krzyż przydrożny przy skrzyżowaniu ulic Piastowskiej i Bielawskiej. Szczególną uwagę jednak zwracają pomniki oraz obeliski, które posiadają wysoką wartości kulturową. Przedstawione pomniki na fotografiach nr 11 – 16 należy uznać za szczególnie cenne, a w efekcie opatrzyć je ochroną krajobrazową. W przedmiocie uchwały należy również zwrócić uwagę na zróżnicowane materiały i standardy jakościowe obecnie istniejących obiektów małej architektury.

### **2.3. Podsumowanie ustaleń miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w zakresie obiektów małej architektury**

Zapisy obecnie obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w zakresie obiektów małej architektury wskazują wyłącznie na możliwość ich sytuowania w przestrzeni miasta w ramach terenów o zróżnicowanym przeznaczeniu. Nie zidentyfikowano zapisów umożliwiających wskazanie standaryzacji w zakresie zasad i warunków ich sytuowania, gabarytów, standardów jakościowych, jak również rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

### **2.4. Lokalizacja obiektów małej architektury, pomników oraz innych obiektów ekspozycyjnych**

Na załączniku graficznym nr 4 – „Lokalizacja obiektów małej architektury, pomników oraz innych obiektów ekspozycyjnych” do Analizy aktualnego stanu rozmieszczenia obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych i ogrodzeń oraz raportu identyfikującego najważniejsze problemy i potrzeby w zakresie opracowania projektu uchwały wskazano lokalizacje wybranych obiektów małej architektury, pomników oraz innych obiektów ekspozycyjnych wraz z numerami, będącymi odniesieniem do fotografii umieszczonych w niniejszym opracowaniu.



### 3. Analiza aktualnego stanu rozmieszczenia tablic i urządzeń reklamowych

#### 3.1. Typy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych

- **baner reklamowy** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, na którym możliwa jest ekspozycja reklamy, z reklamą przedstawianą na tkaninie lub elastycznym tworzywie sztucznym;

Fot. 17. Banery reklamowe przy ul. Garncarskiej i baszcie



Źródło: Zbiory własne

- **billboard** – należy przez to rozumieć jednostronną lub dwustronną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, na którym możliwa jest ekspozycja;

Fot. 18. Billboardy na rynku



Źródło: Zbiory własne

- **telebim** – należy przez to rozumieć jednostronną lub dwustronną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, w formie obudowanej, podświetlonej gabloty, o możliwości cyklicznej zmiany reklamy;



Fot. 19. Telebim przy ul. Marsz. J. Piłsudskiego i ul. Świdnickiej



Źródło: Zbiory własne

- **City Light Poster** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, w którym możliwe jest podświetlenie lub wyświetlenie reklamy;

Fot. 20. Przykład lokalizacji City Light Posteru, Niemcy



Źródło: <http://www.imagefully.com/wp-content/uploads/2015/09/Poster-City-Light-Awesome-Wallpapers-Share-On-Timeline.jpg>

- **gabłota** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie szafki z przezroczystym frontem, w której możliwa jest ekspozycja reklamy;

Fot. 21. Gabłoty przy ul. Krasickiego i ul. Wrocławskiej



Źródło: Zbiory własne



- **markiza** – należy przez to rozumieć stałe lub składane zadaszenie, osłaniające okno, witrynę sklepową lub nad ogródkami gastronomicznymi, mogące zawierać treści reklamowe;

Fot. 22. Markiza przy ul. Marsz. J. Piłsudskiego i ul. Słowiańskiej



Źródło: Zbiory własne

- **reklamowy maszt flagowy** – należy przez to rozumieć pionowe urządzenie reklamowe, na którym możliwa jest ekspozycja reklamy na tkaninie lub elastycznym tworzywie sztucznym;

Fot. 23. Maszty flagowe przy ul. Piastowskiej



Źródło: google.com

- **pylon** – należy przez to rozumieć pionowe, wolno stojące, jedno lub wielostronne urządzenie reklamowe trwale związane z gruntem, charakteryzujące się zwartą formą i kształtem, stanowiące tło dla treści reklamowych lub informacyjnych;



Fot. 24. Pylony przy skrzyżowaniu ul. Zachodniej i ul. Pieszyckiej oraz Wrocławskiej



Źródło: google.com

- **siatka reklamowa** – należy przez to rozumieć baner reklamowy o strukturze siatki;

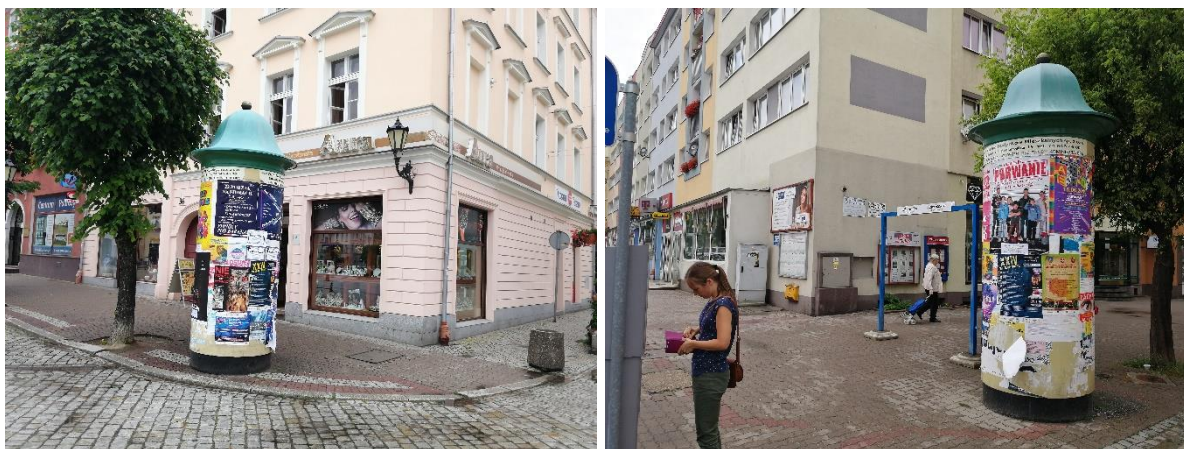
Fot. 25. Przykłady siatek reklamowych w Warszawie (nie zinventaryzowano w m. Dzierżoniów)



Źródło: Agencja Gazeta, [http://www.de-art.pl/foty/oferta/prod\\_6\\_fl\\_siatka\\_ristorante.jpg](http://www.de-art.pl/foty/oferta/prod_6_fl_siatka_ristorante.jpg)

- **słup ogłoszeniowo-reklamowy** – należy przez to rozumieć, wolno stojące urządzenie reklamowe w kształcie walca o zdefiniowanej formie architektonicznej;

Fot. 26. Słupy ogłoszeniowo-reklamowe na Rynku



Źródło: Zbiory własne



- **winder**

Fot. 27. Windery na Rynku



Źródło: Zbiory własne

- **szyld kasetonowy** – należy przez to rozumieć kubaturowe urządzenie reklamowe, na którym możliwa jest ekspozycja reklamy, o formie zamkniętej konstrukcji z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z możliwością wewnętrznego podświetlenia;

Fot. 28. Szyld kasetonowy przy ul. Klasztornej



Źródło: Zbiory własne

- **szyld malowany** – należy przez to rozumieć płaską reklamę wykonaną w technice malarskiej realizowaną na elewacji;

Fot. 29. Przykład szyldu malowanego na rynku w Lesznie (nie zinventaryzowano w m. Dzierżoniów)



Źródło: Zbiory własne



- **szyld naklejany** – należy przez to rozumieć szyld w formie folii naklejanej na oknach, witrynach, drzwiach, elewacjach szklanych lub elewacjach z innych materiałów umożliwiających oklejenie;

Fot. 30. Szyld naklejany na Rynku



Źródło: Zbiory własne

- **szyld semaforowy** – należy przez to rozumieć szyld mocowany prostopadle do lica elewacji;

Fot. 31. Szyld semaforowy na ul. Klasztornej



Źródło: Zbiory własne



- **szyld w formie liter, logo lub logotypie** – należy przez to rozumieć nieposiadające tła urządzenia reklamowe w postaci przestrzennego napisu, w tym neony;

Fot. 32. Szyld w formie liter na Rynku i na ul. Garncarskiej



Źródło: Zbiory własne

- **tablica reklamowa na rusztowaniu** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową montowaną na rusztowaniu i usytuowaną na nieruchomości, na której prowadzone są roboty remontowe lub budowlane, w czasie prowadzenia tych robót;

Fot. 33. Przykład tablicy reklamowej na rusztowaniu



Źródło: [http://foto.favore.pl/2011/4/1/21/31911\\_1301686218174\\_t.jpg](http://foto.favore.pl/2011/4/1/21/31911_1301686218174_t.jpg)





- **tablica na dystansach** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z trwałego materiału, montowaną za pomocą śrub dystansowych;

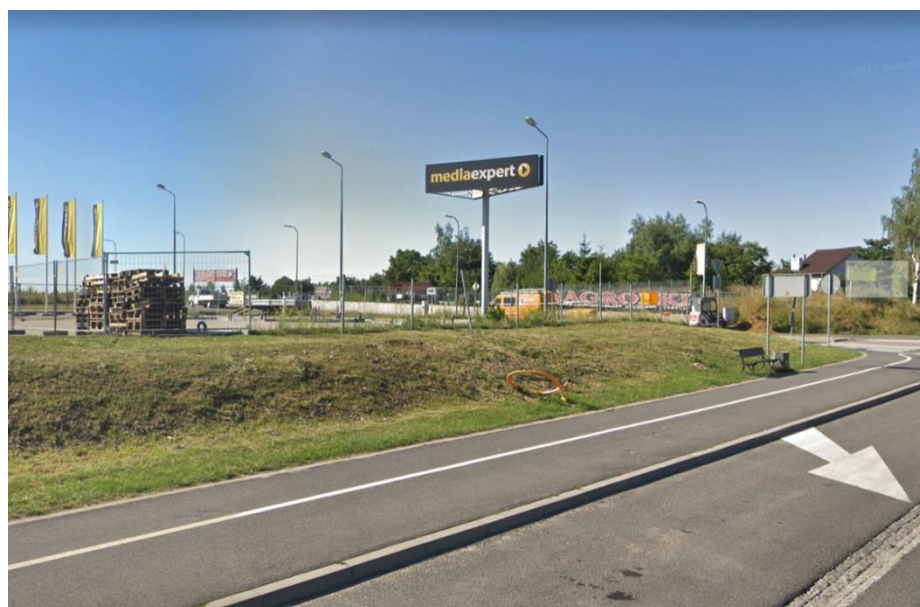
Fot. 34. Tablice na dystansach na rynku



Źródło: Zbiory własne

- **totem** – należy przez to rozumieć pionowe, wolnostojące urządzenie reklamowe, na słupie lub innej konstrukcji, na którym w górnej części usytuowana jest treść reklamowa lub informacyjna;

Fot. 35. Totem przy ul. Wrocławskiej



Źródło: zdjęcia google



- **tablice reklamowe** (zgodnie z art. 2 pkt 16b ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym)

Fot. 36. Tablice reklamowe na rynku i przy ul. Garncarskiej



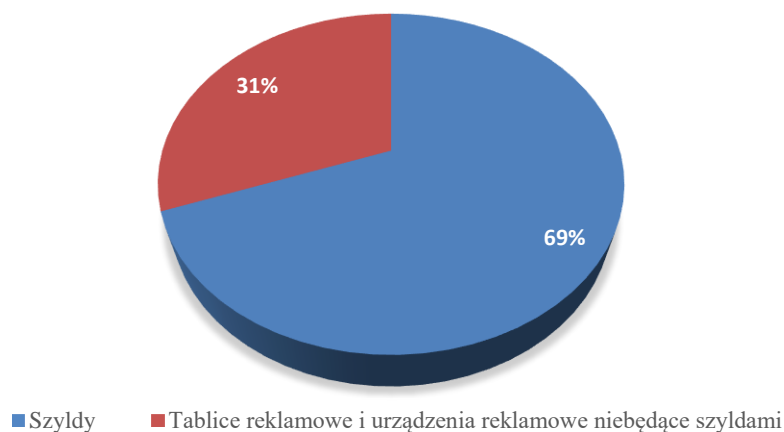
Źródło: Zbiory własne

### 3.2. Analiza treści informacyjnych

W ramach szczegółowej inwentaryzacji urbanistycznej zidentyfikowano prawie 2,5 tysiąca zróżnicowanych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenie Dzierżonowa. W kolejnym etapie naniesiono zinwentaryzowane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe na podkłady mapowe oraz sporządzono analizy ilościowe i jakościowe.

W kontekście przedmiotowej uchwały szczególnie istotne jest określenie treści jakie prezentują istniejące tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, tzn. czy treści te informują użytkowników o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której zlokalizowana jest tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe.

Wyk. 1. Procentowy udział tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenie Dzierżonowa



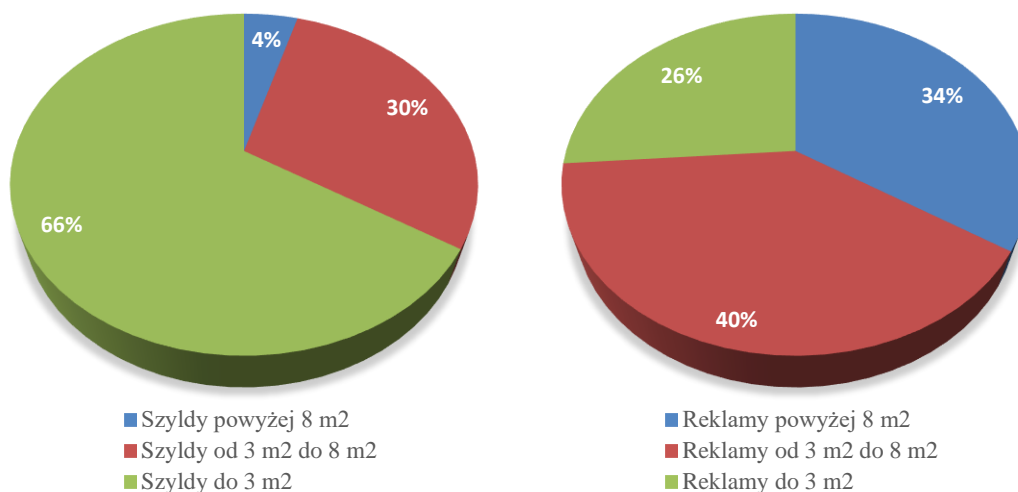
Źródło: Opracowanie własne



Na terenie miasta, aż 69% tablic reklamowych i urządzeń reklamowych są szyldami (ok. 1695 tablic lub urządzeń), co należy uznać za pozytywną tendencję, która powinna zmierzać do ograniczania zbędnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, które nie przedstawiają informacji o działalności na danym terenie.

Dodatkowym istotnym aspektem funkcjonalno-przestrzennym przy analizie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych są ich gabaryty. Na terenie miasta w szczególności dominują szyldy małopowierzchniowe – do 3 m<sup>2</sup>, stanowią ponad 45% wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenie miasta i 66% wszystkich szyldów na terenie miasta (ok. 1119 szt.). Szyldy od 3 m<sup>2</sup> do 8 m<sup>2</sup> obejmują 30% wszystkich szyldów (ok. 500 szt.), natomiast najmniejszą część, bo wyłącznie 4% obejmują szyldy powyżej 8 m<sup>2</sup> (76 szt.). Te ostatnie – mimo istotnego wpływu wizualnego na przestrzeń zurbanizowaną, zlokalizowane są w szczególności w ramach obszarów usługowych (w szczególności handlu średnio- i wielko-powierzchniowego). W odróżnieniu od szyldów, największy udział procentowy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami dotyczy reklam o powierzchni od 3 m<sup>2</sup> do 8 m<sup>2</sup> i wynosi 40% wszystkich reklam niebędących szyldami (ok. 292 szt.). W szczególności jest to związane z lokalizowaniem banerów reklamowych na ogrodzeniach lub średniopowierzchniowych billboardów wzdłuż arterii komunikacyjnych.

Wyk. 2 i 3. Procentowy udział gabarytów: szyldów w stosunku do liczby wszystkich szyldów (po lewej) oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w stosunku do liczby wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami (po prawej) na terenie Dzierżonowa



Źródło: Opracowanie własne

Mnoga liczba szyldów do 3 m<sup>2</sup> w szczególności wynika z powielania wielu treści reklamowych na terenie pojedynczych nieruchomości. Jest to szczególne zagrożenie krajobrazowe w przypadku ekspozycji tych samych treści reklamowych z tej samej



perspektywy lub ujęcia widokowego. W kontekście ochrony krajobrazu istotne jest wskazanie dość wysokiego udziału reklam niebędących szyldami o powierzchni powyżej 8 m<sup>2</sup> – 34%.

### **3.3. Opis rozmieszczenia na terenie miasta**

Zrealizowana inwentaryzacja urbanistyczna umożliwiła sporządzenie analiz określających tendencje w zakresie lokalizacji tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych na terenie miasta Dzierżonów. Punktowo rozmieszczone na terenie Dzierżoniowa tablice reklamowe i urządzenia reklamowe przetworzono za pomocą technologii GIS w mapy skupień prezentujące tendencje przestrzenne w ekspozycji reklam.

W pierwszym kroku poddano analizie generalne tendencje w lokalizacji na terenie miast tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – nie zważając na gabaryty oraz treści, które prezentują. Efektem analizy jest załącznik graficzny nr 1. Należy zwrócić szczególną uwagę, że obszarami poddanymi największej presji reklamowej są przestrzenie takie jak: stare miasto w granicach dawnych obwałowań, ulice Piastowska i Świdnicka wraz z terenami zlokalizowanymi pomiędzy nimi, jak również tereny na południe od ul. Kopernika oraz fragment ulicy Podwalnej w sąsiedztwie terenów przemysłowych. Są to obszary szczególnie narażone na negatywne skutki lokalizacji zróżnicowanych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

W celu identyfikacji bardziej szczegółowych trendów w przestrzeni zurbanizowanej Dzierżoniowa, zrealizowano mapy skupień oddziaływania szyldów oraz reklam niebędących szyldami w zależności od ich powierzchni oraz treści informacyjnych (szyldy lub nie-szyldy). Wyniki analizy zaprezentowano na załączniku graficznym nr 2, gdzie dodatkowo w ramach każdej analizy oznaczono granice obszarów wzmożonego występowania szyldów lub reklam niebędących szyldami.

Największe oddziaływanie wizualne dotyczy szyldów o powierzchni mniejszej niż 3 m<sup>2</sup>, gdzie gęstość występowania szyldów jest największa na obszarze Starego Miasta. Wynika to z dużej liczby przedsiębiorstw prowadzących działalność na terenie Starego Miasta, a fakt, że dominują tu szyldy małopowierzchniowe może prowadzić do wniosku, że występują ograniczenia w możliwościach ekspozycji reklam. W przedmiotowej uchwale należy zwrócić szczególną uwagę na występowanie małopowierzchniowych szyldów o zróżnicowanej specyfice na terenie centrum miasta.

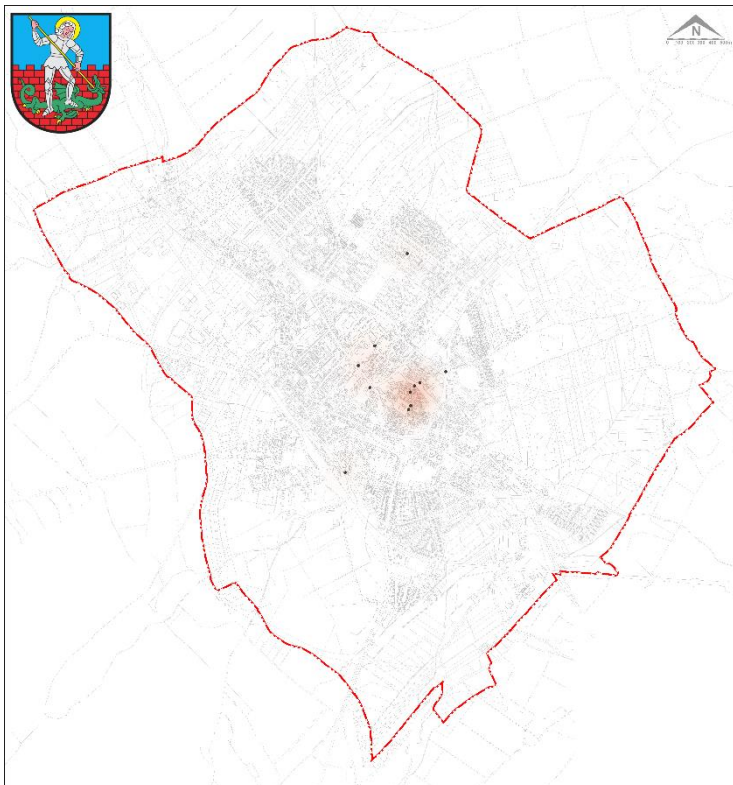
Przestrzeń centralna miasta jest również narażona na występowanie szyldów średniopowierzchniowych (od 3 m<sup>2</sup> do 8 m<sup>2</sup>), które swoje bieguny oddziaływania mają na



kierunku wschodnim od rynku – wzdłuż ulicy Ząbkowickiej oraz w kierunku północnym od rynku – ul. Wrocławską. Na terenie miasta zinventaryzowano również pojedyncze zespoły szyldów wielkopowierzchniowych (pow. 8 m<sup>2</sup>) oraz reklam niebędących szyldami o powierzchni mniejszej niż 3 m<sup>2</sup>. Występowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami o powierzchni od 3 m<sup>2</sup> do 8 m<sup>2</sup> zdeterminowane jest lokalizacją drogi wojewódzkiej nr 383 na południowym zachodzie miasta, stacji kolejowej (ul. Kolejowej i ul. Kopernika), jak również w sąsiedztwie ul. Cichej gdzie zlokalizowane są usługi ponadlokalne umożliwiające ekspozycję reklam dla szerokiego grona odbiorców. Natomiast występowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami o powierzchni powyżej 8 m<sup>2</sup> związane jest z lokalizacją drogi wojewódzkiej nr 382 i możliwością ekspozycji reklam dla użytkowników drogi przebiegającej w kierunku północno-zachodnim od centrum miasta.

Na terenie miasta zinventaryzowano również występowanie 11 nośników LED emitujących zmienne światło. Ich powierzchnie są zróżnicowane, niemniej jednak najbardziej niepokojący jest fakt występowania małych nośników LED na terenie historycznego rynku i w jego bezpośrednim sąsiedztwie, jak również większych telebimów w bezpośrednim sąsiedztwie dawnych obwałowań. Na rysunku po prawej stronie przedstawiono czarnymi punktami lokalizacje omawianych nośników reklamowych.

Fot. 37. Tablice reklamowe na rynku i przy ul. Garncarskiej.



Największe nasycenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych odnotowano w ramach obszaru centralnego miasta, w liniach rozgraniczających ciągów ulicznych, jak również w znacznej części towarzyszą one:

- obiektom handlu wielkopowierzchniowego,
- obiektom przemysłowym (składy, magazyny, etc.),
- obiektom lokalnej aktywności gospodarczej w ramach funkcji mieszkaniowych.



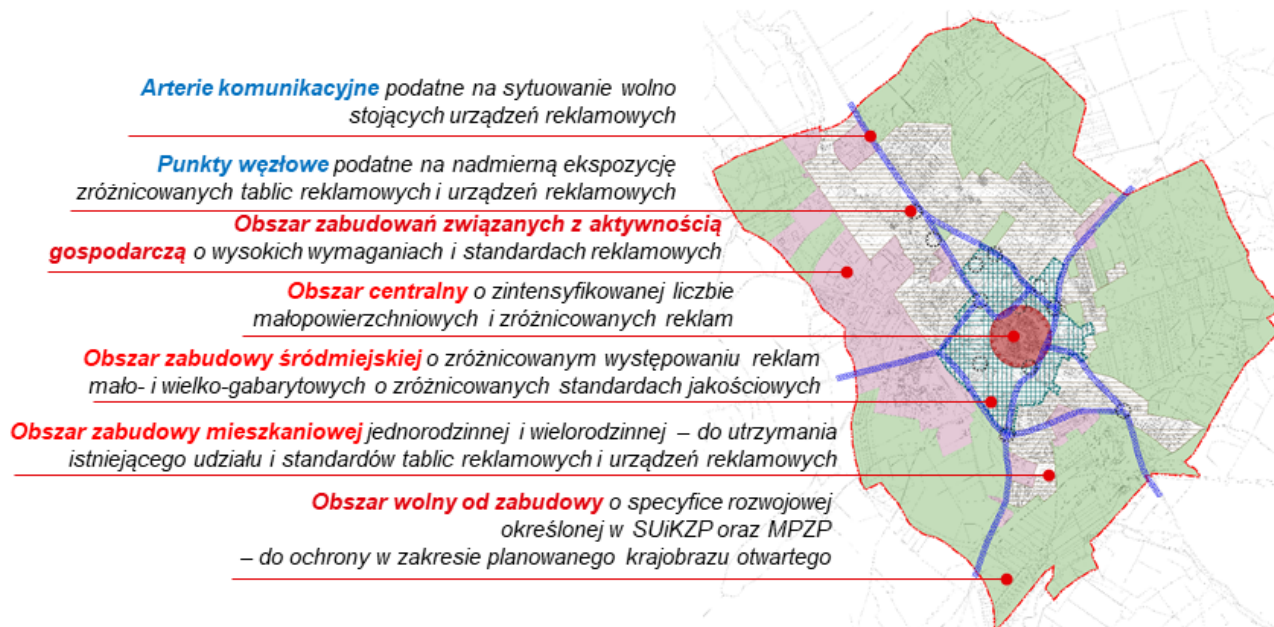
Z wyłączeniem City Light Posterów oraz tablic reklamowych na rusztowaniu, w mieście zidentyfikowano wszystkie typy tablic i urządzeń reklamowych. Cechuje je różnorodność gabarytów, standardów jakościowych (w tym różnorodność kolorystyki) oraz zróżnicowanie materiałów budowlanych z jakich są wykonane.

Najczęściej występującym typem reklam są banery reklamowe. Sytuowane są w każdej części miasta. Najniższe nasycenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych odnosi się do obszarów zabudowy mieszkaniowej – zarówno jednorodzinnej i wielorodzinnej. W ramach tej funkcji banery reklamowe najczęściej lokalizowane są na ogrodzeniach – w szczególności w rejonie skrzyżowań umożliwiających wielostronną ekspozycję.

Najbardziej charakterystycznym rodzajem urządzeń reklamowych w centrum miasta są szyldy – semaforowe, w formie liter oraz naklejane, występują również szyldy malowane oraz szyldy kasetonowe.

Podsumowaniem prowadzonych analiz urbanistycznych jest poniższa mapa z wnioskami, gdzie określono: arterie komunikacyjne podatne na sytuowanie wolno stojących urządzeń reklamowych, jak również punkty węzłowe podatne na nadmierną ekspozycję zróżnicowanych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Ponadto określono zróżnicowane typy stref krajobrazowych gdzie występują odmienne tendencje w sytuowaniu tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

Fot. 38. Wnioski z inwentaryzacji urbanistycznej dot. tablic reklamowych i urządzeń reklamowych



Źródło: Opracowanie własne



### **3.4. Wnioski z ankiety dla mieszkańców i przedsiębiorców**

W ramach prac nad uchwałą o zasadach i warunkach sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń Urząd Miasta w Dzierżonowie opracował ankiety weryfikujące stosunek mieszkańców oraz przedsiębiorców do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Zarówno mieszkańcy (69,21%) jak i przedsiębiorcy (84,38%) zwracają uwagę na reklamy na terenie miasta, przy czym 35% mieszkańców ma zdecydowanie negatywny stosunek do reklam, a 23% ankietowanych mieszkańców uważa ją za przyczynę bałaganu reklamowego. Odmienne wyniki prezentują się w przypadku przedsiębiorców, którzy brali udział w badaniu. Prawie 47% lubi reklamy pod warunkiem, że są one uporządkowane i estetyczne, natomiast 40,7% respondentów uważa, że reklam jest za dużo i wprowadzają bałagan reklamowy. Mieszkańcy w szczególności zwracają uwagę na następujące potrzeby:

- wyeliminowanie reklam z rejonu skrzyżowań lub zmniejszenie ich liczby w ciągach ulicznych;
- ograniczenie reklam na ogrodzeniach oraz budynkach;
- zwiększenie uwagi na standardy jakościowe reklam, w szczególności banerów reklamowych, które podlegają szybkiej degradacji wizualnej.

Zdaniem przedsiębiorców biorących udział w ankiecie:

- powinna nastąpić redukcja (43,8%) lub całkowita eliminacja (34,4%) reklam z rejonu skrzyżowań lub dróg;
- najbardziej szpecącą formą reklamy jest reklama na ogrodzeniu (62,5%) oraz reklama na budynku (43,8%).

### **3.5. Podsumowanie ustaleń miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych**

Obecnie obowiązujące na terenie miasta Dzierżonów miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego odnoszą się w zróżnicowany sposób do zagadnienia sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, jak również ich gabarytów, standardów jakościowych czy materiałów z jakich mogą być wykonywane. Wypis dot. powyższych zagadnień zawarto w Załączniku tabelarycznym nr 1.

Najmniejszy udział zapisów planów miejscowych w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dotyczy uchwał podjętych przed wprowadzeniem Ustawy z dnia 27



marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, jak również uchwał po wprowadzeniu ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmienia niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (która wprowadziła do porządku planistycznego przedmiotową uchwałę w sprawie zasad sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ogrodzeń i obiektów małej architektury). Analiza miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego wskazuje, że najczęściej pojawiające się zapisy to:

- zakaz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w szczególności na elewacjach) z wyłączeniem szyldów (x9);
- reklamy nie powinny powodować ograniczenia widoczności ruchu (x6 - w szczególności w starszych opracowaniach);
- zakaz podświetlania reklam lub zakaz wyświetlania reklam w formie zmiennego, świetlnego komunikatu (x2);
- zakaz reklam niebędących szyldami na ogrodzeniach;
- dopuszcza się umieszczanie reklam wyłącznie w pasie międzygzymsowym lub do wysokości parapetów okiennych I piętra, w formie płaskiej naściennej lub prostopadłego do płaszczyzny elewacji plafonu - w centralnej części miasta;
- zakaz wolnostojących urządzeń reklamowych w strefie B.

## **4. Analiza aktualnego stanu rozmieszczenia ogrodzeń**

### **4.1. Typy ogrodzeń**

- **Ogrodzenia pełne:**

Fot. 39. Ogrodzenie pełne prefabrykowane z elementem ażurowym przy ul. Nowowiejskiej



*Źródło: Zbiory własne*





Fot. 40. Ogrodzenie pełne przy ul. Nowej



Źródło: Zbiory własne

- **Ogrodzenia drewniane i częściowo drewniane**

Fot. 41. Ogrodzenie przy ul. Bukowej



Źródło: zdjęcia google



Fot. 42. Ogrodzenie przy ul. Staszica



Źródło: zdjęcia google

- **Ogrodzenia z metalu, metaloplastyki, stalowe, itp.**

Fot. 43. Ogrodzenie przy ul. Pięknej



Źródło: Zbiory własne



Fot. 44. Ogrodzenie przy ul. Prochowej i ul. Krasickiego



Źródło: Zbiory własne

- **Ogrodzenia w formie siatek lub paneli siatkowych**

Fot. 45. Ogrodzenie przy murach miejskich w sąsiedztwie ul. Mierniczej



Źródło: Zbiory własne



Fot. 46. Ogrodzenie przy ul. Pieszyczej



Źródło: Zbiory własne

- **Żywopłoty**

Fot. 47. Ogrodzenie przy ul. Wojska Polskiego i ul. Dębowej



Źródło: zdjęcia google

- **Ogrodzenia prefabrykowane**

Fot. 48. Ogrodzenie przy ul. Brzegowej



Źródło: zdjęcia google



Fot. 49. Ogrodzenie przy ul. Wesołej



Źródło: zdjęcia google

#### **4.2. Podsumowanie ustaleń miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w zakresie ogrodzeń**

W miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego obowiązujących na terenie Dzierżoniowa nie występuje jednolita standaryzacja zapisów odnoszących się do sytuowania ogrodzeń. Najczęściej pojawiające się zapisy to:

- obowiązek realizowania ogrodzeń ażurowych o zadanym procentowym udziale przezierności (w przedziale 20-40%) (x15);
- zakaz ogrodzeń z betonowych elementów prefabrykowanych (x14);
- wysokość ogrodzeń do 1,8 m (x4), do 1,7 m (x4), do 1,6 m (x3), do 1,5 m (x2) oraz do 1,1 lub 0,9 m (po x1);
- możliwość realizować żywopłotów<sup>1</sup> (x5);
- zakaz grodzienia;
- zakaz stosowania wszelkich ogrodzeń, za wyjątkiem tymczasowych o charakterze „ogródków sezonowych”.

---

<sup>1</sup> W świetnie uchwały o zasadach i warunkach sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń wątpliwe jest traktowanie żywopłotów jako ogrodzenia, a tym samym czy stanowi przedmiot uchwały. Nie została wypracowana linia orzecznicza w tym zakresie.



### 4.3. Opis rozmieszczenia na terenie miasta

Miasto charakteryzuje się zróżnicowaniem form przestrzennych w odniesieniu do ogrodzeń. Oczywisty, największy udział ogrodzeń związany jest z terenami zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej, niemniej jednak występują pojedyncze ogrodzenia budynków zamieszkania zbiorowego. Mimo licznie występujących budynków jednorodzinnych, nie ukształtowała się jednorodna struktura ogrodzeń. Największy udział stanowią ogrodzenia z metalu, metaloplastyki, częstokroć na podmurówce. Nie można jednoznacznie wskazać standardów jakościowych (w tym kolorystyki) dla poszczególnych stref miejskich.

Różne rodzaje ogrodzeń przenikają się w różnych typach zagospodarowania przestrzennego kształtujących strukturę miasta. Prócz wskazanych powyżej ogrodzeń z metalowymi formami wykończenia, można wskazać również występujące na terenie miasta ogrodzenia drewniane lub drewniane na podmurówce. W starszych zabudowaniach występują również ogrodzenia prefabrykowane.

Najnowsze osiedla zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej charakteryzują się wyższym wskaźnikiem spójności kompozycyjnej ogrodzeń. W kontekście przedmiotowej uchwały istotne jest wskazanie na obowiązek realizowania ogrodzeń ażurowych oraz umożliwienie realizacji zróżnicowanych wysokości ogrodzeń, które zawierają zapisy miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego. Ponadto należy podkreślić, że na terenie miasta nie zidentyfikowano zjawiska groźnego dla zabudowy mieszkaniowej (w szczególności wielorodzinnej), w związku z tym należy podjąć działania, które zachowają omawiany stan przestrzenny.

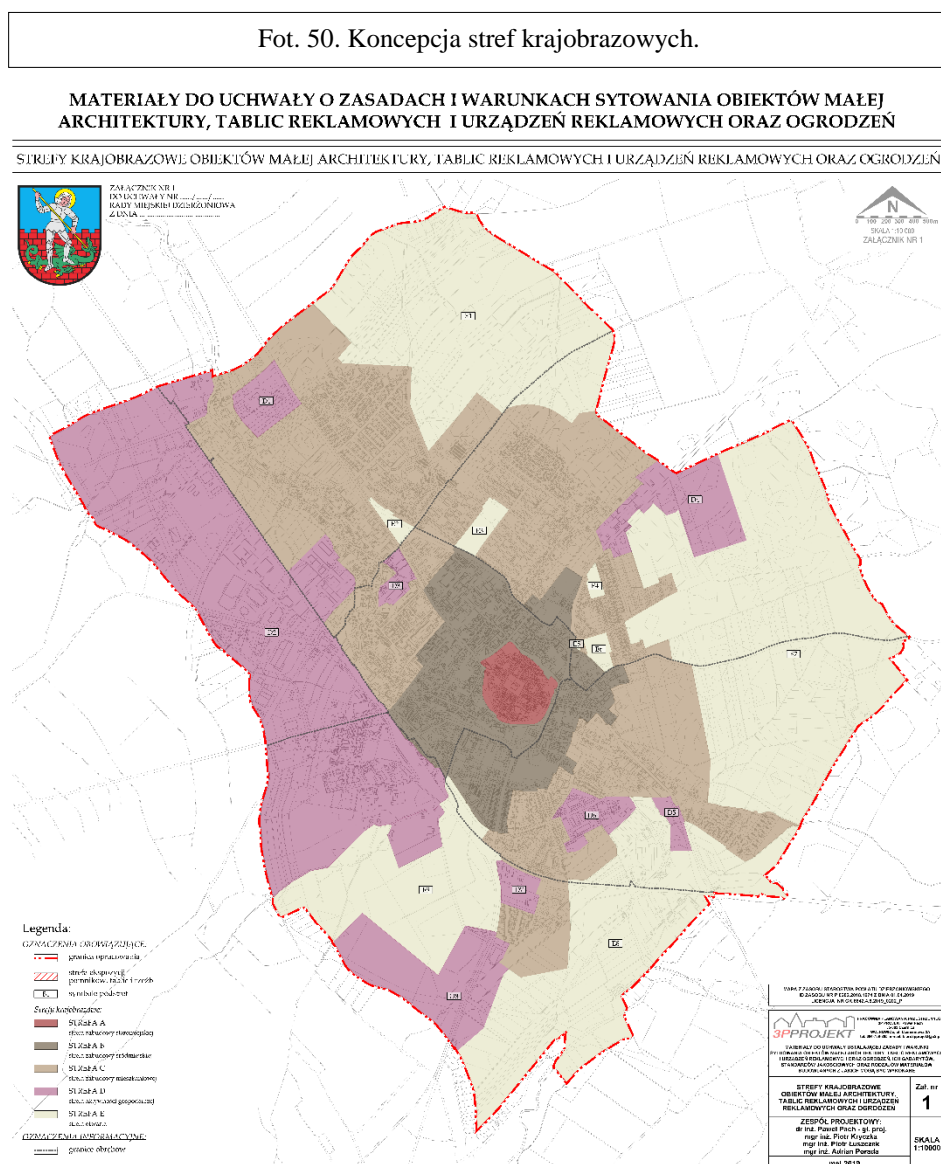
## 5. Strefy krajobrazowe

W odniesieniu do zrealizowanych analiz dotyczących sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ogrodzeń oraz obiektów małej architektury proponuje się wprowadzenie stref krajobrazowych dla przedmiotowych urządzeń objętych uchwałą. Zintegrowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ogrodzeń oraz obiektów małej architektury w jednorodne strefy krajobrazowe posłużyć ma kreacji specyficznych standardów jakościowych w obrębie tychże stref. Struktura funkcjonalno-przestrzenna Dzierżoniowa pozwala na zidentyfikowanie pięciu, odmiennych stref krajobrazowych, gdzie zostaną określone odmiennie parametry i wskaźniki dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ogrodzeń oraz obiektów małej architektury. Są to strefy:



- STREFA A – strefa zabudowy staromiejskiej, obejmująca historyczną część miasta w granicach murów miejskich
- STREFA B – strefa zabudowy śródmiejskiej;
- STREFA C – strefa zabudowy mieszkaniowej obejmująca osiedla mieszkaniowe jednorodzinne i wielorodzinne;
- STREFA D – strefa aktywności gospodarczej, obejmująca strefy aktywności gospodarczej;
- STREFA E – strefa otwarta, obejmująca tereny rolnicze, ogrody działkowe oraz pojedyncze, niskointensywne zabudowania.

Strefy krajobrazowe (Fot. 50) skorelowane są z ustaleniami Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Dzierżoniowa, miejscowymi planami zagospodarowania przestrzennego oraz aktualnym zagospodarowaniem gminy. Dla wskazanych stref krajobrazowych, w ramach Załącznika tabelarycznego nr 2 wskazano propozycję sytuowania tablic reklamowych i urzędzeń reklamowych, ich gabarytów i liczbę szyldów.





## **II. RAPORT IDENTYFIKUJĄCY NAJWAŻNIEJSZE PROBLEMY I POTRZEBY W ZAKRESIE OPRACOWANIA PROJEKTU UCHWAŁY**

Przeprowadzona inwentaryzacja i pozostałe analizy pozwoliły na identyfikację najważniejszych problemów związanych z przedmiotem analiz na terenie miasta, a także określenie potrzeb w zakresie opracowania projektu uchwały ustalającej zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

### **1. Zidentyfikowane problemy**

**W zakresie obiektów małej architektury zidentyfikowano następujące problemy:**

- obiekty małej architektury występują w zróżnicowanych typach i formach – od rustykalnych do nowoczesnych – często bez odniesienia do kontekstu miejsca;
- rzeźby (w mniejszym stopniu kaplice) oraz inne obiekty ekspozycyjne przysłaniane są przez tablice reklamowe i urządzenia reklamowe;
- stan techniczny wielu obiektów małej architektury jest zły i obniża estetykę miasta;
- część obiektów małej architektury ma atrakcyjną formę i może stanowić podstawę do określenia właściwych form tych obiektów;
- zauważalne jest niedoposażenie części przestrzeni miejskich w obiekty małej architektury.

**W zakresie tablic i urządzeń reklamowych zidentyfikowano następujące problemy:**

- bardzo duża liczba reklam w przestrzeni miasta;
- znaczny odsetek reklam niezwiązanych z prowadzoną w danym miejscu działalnością;
- przesyt informacyjny - powielanie treści szyldów oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami;
- różnorodność gabarytowa, materiałowa i jakościowa tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (brak ujednoczenia poszczególnych typów reklam zarówno w skali lokalnej – elewacja, przestrzeń publiczna, jak i w skali całego miasta);





- przesłanianie reklamami obiektów o wysokich walorach kulturowych;
- ograniczanie widoczności na skrzyżowaniach, szczególnie przez reklamy sytuowane na ogrodzeniach – wprowadzenie zagrożenia dla użytkowników ruchu;
- niska jakość materiałów, z których wykonane są tablice reklamowe i urządzenia reklamowe;
- brak ograniczeń w zakresie montażu szyldów reklamowych na elewacjach.

### **W zakresie ogrodzeń zidentyfikowano następujące problemy:**

- występowanie różnych typów ogrodzeń w ramach zespołów urbanistycznych, jak również występowanie zróżnicowanych typów ogrodzeń wewnątrz poszczególnych jednostek urbanistycznych;
- niska estetyka części ogrodzeń;
- występowanie ogrodzeń pełnych, tworzących niewłaściwą („martwą”) obudowę dla przestrzeni publicznych;
- występowanie ogrodzeń betonowych o niskich walorach estetycznych;
- występowanie ogrodzeń stanowiących nośnik reklam obniżających estetykę, a w niektórych przypadkach ograniczających widoczność na skrzyżowaniach;
- ogrodzenia ażurowe wokół terenów składowo-magazynowych, eksponujące składowany towar.

## **2. Zidentyfikowane potrzeby**

Na podstawie zdiagnozowanych problemów wskazano potrzeby, które należy uwzględnić przy formułowaniu zapisów uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

### **W odniesieniu do obiektów małej architektury:**

- wprowadzenie stref ochrony ekspozycji w odniesieniu do części obiektów małej architektury (rzeźby, kapliczki) jak również pomników, gdzie obowiązywał będzie zakaz lokalizacji urządzeń reklamowych;



- określenie standardów materiałowych dotyczących obiektów małej architektury;
- wprowadzenie zasady ujednolicenia formy obiektów małej architektury w obrębie stref /zespołów/wnętrz urbanistycznych;
- określenie (ograniczenie) dopuszczalnej kolorystyki obiektów małej architektury;
- wprowadzenie ustaleń dotyczących stylistyki obiektów małej architektury w odniesieniu do kontekstu otoczenia;
- wprowadzenie ograniczeń gabarytowych dla obiektów małej architektury.

### **W odniesieniu do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych**

- sformułowanie zasad lokalizacji reklam i urządzeń reklamowych w odniesieniu do różnych części miasta z uwzględnieniem zróżnicowanych stref odnoszących się do zabudowy mieszkaniowej, przemysłowo-usługowej, jak również z uwzględnieniem specyfiki centrum miasta;
- wprowadzenie ograniczeń w zakresie lokalizacji reklam w przestrzeni miasta, ze szczególnym uwzględnieniem historycznego centrum miasta;
- wyeliminowanie lub redukcja tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niezwiązanych z prowadzoną w danym miejscu działalnością;
- wprowadzenie ograniczeń w zakresie liczby urządzeń reklamowych odnoszących się do prowadzonej działalności (propozycja: 1 działalność /lokal – 1 szyld lub po 1 typie szyldu z katalogu dopuszczonych);
- ujednolicenie urządzeń reklamowych w ramach poszczególnych typów poprzez wykluczenie określonych typów urządzeń reklamowych, które zaburzają ład przestrzenny i odznaczają się niską estetyką (np. banery reklamowe);
- wprowadzenie ujednoliconego typu wielkogabarytowych urządzeń reklamowych;
- sformułowanie zasad lokalizacji szyldów reklamowych na elewacjach budynków – wyznaczenie obszaru dopuszczalnej lokalizacji szyldów;
- określenie ograniczeń gabarytowych (maksymalna: wysokość, powierzchnia, szerokość) w odniesieniu do poszczególnych typów urządzeń reklamowych;
- wprowadzenie nowych i nowoczesnych form urządzeń reklamowych jako wyposażenia przestrzeni publicznej.



**W odniesieniu do ogrodzeń:**

- wykluczenie lokalizacji ogrodzeń o niskim standardzie (typowych siatek ogrodzeniowych i paneli/siatek zgrzewanych, ogrodzeń z prefabrykowanych betonowych przęseł) w historycznej strefie miasta;
- wykluczenie lub ograniczenie lokalizacji ogrodzeń z prefabrykowanych betonowych przęseł w pozostałych strefach funkcjonalno-przestrzennych miasta, w szczególności w ekspozycji z przestrzeni publicznej;
- określenie dopuszczalnej kolorystyki ogrodzeń oraz materiałów, z których mogą być wykonane;
- utrzymanie istniejących tendencji braku grodzienia osiedli, a co za tym idzie wykluczenie możliwości grodzienia zespołów zabudowy wielorodzinnej, które prowadzą do zaburzenia struktury funkcjonalno-przestrzennej miasta oraz generują niekorzystne zjawiska społeczne;
- określenie maksymalnej wysokości ogrodzeń ażurowych i pełnych w odniesieniu do zabudowy o różnych funkcjach.