UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA W SOPOCIE

KALENDARIUM PRAC NAD UCHWAŁĄ KRAJOBRAZOWĄ W SOPOCIE

09.2015 -	**wejście w życie tzw. Ustawy Krajobrazowej**
10.2015 -	**Uchwała Rady Miasta Sopotu o przystąpieniu do sporządzenia projektu uchwały**
10.2015 – 09.2017 -	**prace nad uchwałą, uzgadnianie i opiniowanie**
09 – 10.2017 -	**wyłożenie do publicznego wglądu, składanie uwag**
	dodatkowo, poza obowiązkową procedurą odbyły się dwie debaty publiczne w 2017 r.
26.03.2018 -	**przyjęta na sesji Rady Miasta Sopotu**
07.06.2018 -	**dzień wejścia w życie założeń uchwały krajobrazowej dla Sopotu**

CEL UCHWAŁY / INFORMACJE OGÓLNE

Celem uchwały jest uporządkowanie środowiska wizualnego w mieście i ustalenie zasad i warunków sytuowania:

- obiektów małej architektury

- tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, w tym szyldów

- ogrodzeń

W EFEKCIE OTRZYMUJEMY HARMONIJNĄ I ESTETYCZNĄ PRZESTRZEŃ MIEJSKĄ.

DOBRE PRAKTYKI - PRZED / PO





DOBRE PRAKTYKI - PRZED / PO





DOBRE PRAKTYKI - PRZED / PO





IDENTYFIKACJA WYZWAŃ









ZAŁOŻENIA UCHWAŁY DLA CAŁEGO OBSZARU MIASTA DLA TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH

Czym jest reklama?
Według definicji z tzw. ustawy krajobrazowej (Dz.U. z 2015 r. poz. 774, Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu), reklama – to upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne.

Jakie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe można umieszczać w poszczególnych obszarach?
W wyznaczonych obszarach można umieszczać wyłącznie tablice i urządzenia reklamowe wskazane w § 6 uchwały krajobrazowej. Wyjątek stanowią reklamy i urządzenia reklamowe dopuszczone w przepisach odrębnych dotyczy to np. reklamy wyborczej.

Czy szyldy są również formą reklamy?
Tak szyldy są formą reklamy. Według definicji z tzw. ustawy krajobrazowej szyld to tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której się znajduje. Szczegółowe zasady sytuowania szyldów znajdują się w § 10 uchwały krajobrazowej.

ZAŁOŻENIA UCHWAŁY DLA CAŁEGO OBSZARU MIASTA DLA TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH

Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych innych niż ustalone niniejszą uchwałą, chyba, że ich sytuowanie zostało określone w przepisach odrębnych.

BANER OKOLICZNOŚCIOWY
BANER SPRZEDAŻY NIERUCHOMOŚCI
BILBORD
CITYLIGHT
EKRAN NIEŚWIECĄCY
EKRAN ŚWIETLNY
ELEWACJA INTERAKTYWNA
FLAGA, PROPORZEC
GABLOTA
GABLOTA Z MENU
KASETON
KUBIK
MODEL PRZESTRZENNY
NAKLEJKA, TABLICZKA
NEON
NOŚNIK PNEUMATYCZNY
PLAKAT
POTYKACZ
PYLON CENOWY
PYLON GŁÓWNY
PYLON ZBIORCZY
REKLAMA OKOLICZNOŚCIOWA
REKLAMA PRZYLEGŁA SYGNUJĄCA
REKLAMA NA SIATCE
SŁUP OGŁOSZENIOWY
TABLICA WOLNOSTOJĄCA
WINDER
WITACZ WEJŚCIOWY
WITACZ WJAZDOWY
WYKLEJKA

DOPUSZCZALNE WIELKOŚCI POWIERZCHNI EKSPOZYCYJNEJ TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH:

1) DROBNY – DO 0,1 M^2 WŁĄCZNIE;

2) MAŁY – POWYŻEJ 0,1 M^2 DO 1,25 M^2 WŁĄCZNIE;

3) ŚREDNI – POWYŻEJ 1,25 M^2 DO 2,5 M^2 WŁĄCZNIE;

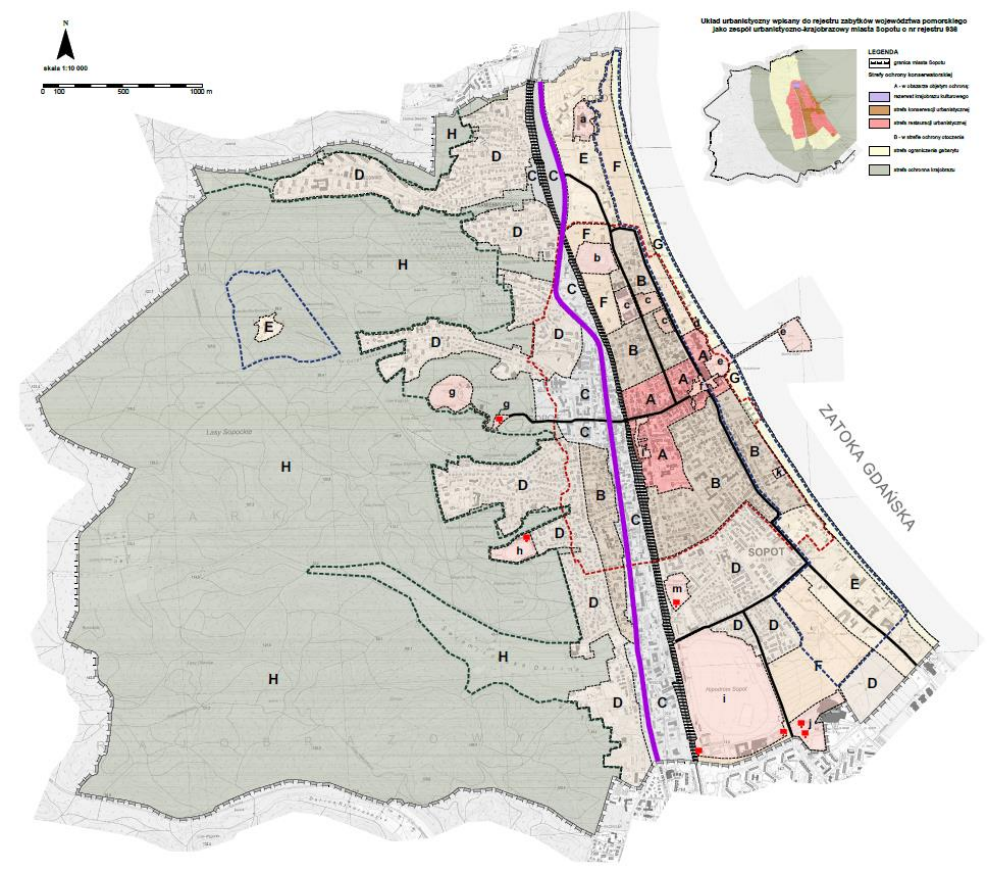
4) DUŻY – POWYŻEJ 2,5 M^2 DO 9,0 M^2 WŁĄCZNIE;

5) WIELKI – POWYŻEJ 9,0 M^2 DO 13,0 M^2 WŁĄCZNIE;

6) DOWOLNY DLA ELEWACJI INTERAKTYWNEJ, EKRANU, REKLAMY NA NOŚNIKU PNEUMATYCZNYM, SYTUOWANYCH W OBSZARZE INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

7) ROZMIAR TABLICY REKLAMOWEJ LUB URZĄDZENIA REKLAMOWEGO MOŻE BYĆ WIĘKSZY OD DOPUSZCZALNEJ WIELKOŚCI POWIERZCHNI EKSPOZYCYJNEJ, O MAKSYMALNIE 15%.

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW

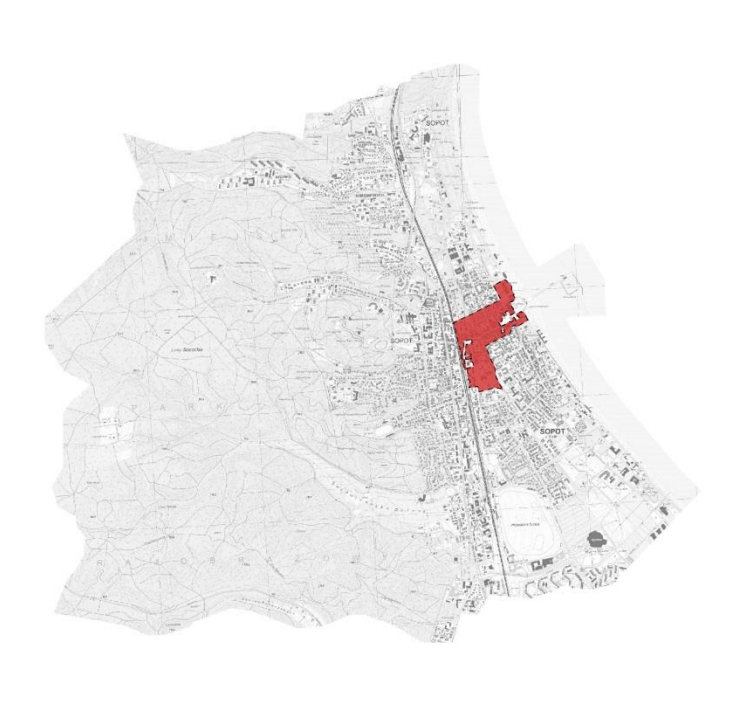


8 OBSZARÓW STRUKTURALNYCH
oznaczonych symbolami od **A** do **H**,

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI
w **13** częściach od **a** do **m**

OBSZAR WYRÓŻNIONYCH PRZESTRZENI PUBLICZNYCH UKŁADU KOMUNIKACYJNEGO

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

A. OBSZAR REPREZENTACYJNEJ PRZESTRZENI W HISTORYCZNYM ŚRÓDMIEŚCIU

- baner sprzedaży nieruchomości
- **citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej**
- citylight wolnostojący, w konkretnej lokalizacji
- **flaga, proporzec**
- gablota
- **naklejka, tabliczka 1 na usługę**
- **plakat**
- **potykacz szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- pylon główny, w konkretnej lokalizacji
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie, w formacie drobnym**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: tablica wolnostojąca**
- **słup ogłoszeniowy (70 m odległości)**
- tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- wyklejka do 20%

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - **reklama dominująca**

B. OBSZAR HISTORYCZNEJ PRZESTRZENI MIEJSKIEJ

- baner sprzedaży nieruchomości
- **citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej**
- citylight wolnostojący, w konkretnej lokalizacji
- **flaga, proporzec**
- gablota
- **naklejka, tabliczka 1 na usługę**
- **plakat**
- **potykacz szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie, w formacie drobnym**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: tablica wolnostojąca**
- **słup ogłoszeniowy (70 m odległości)**
- tablica wolnostojąca – reklama sprzedaży nieruchomości
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- wyklejka do 20%

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

C. OBSZAR STREFY ADMINISTRACJI I BIZNESU

- baner sprzedaży nieruchomości
- **citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej**
- citylight wolnostojący, w konkretnej lokalizacji
- **flaga, proporzec**
- gablota
- gablota z menu
- **naklejka, tabliczka 1 na usługę**
- **plakat**
- **potykacz szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- pylon główny, w konkretnej lokalizacji
- pylon zbiorczy, w konkretnej lokalizacji
- pylon cenowy, w konkretnej lokalizacji
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie, w formacie drobnym**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej
- lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: baner, bilbord, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, tablica wolnostojąca**
- **słup ogłoszeniowy (70 m odległości)**
- tablica wolnostojąca: reklama sprzedaży nieruchomości,
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- wyklejka do 20%

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

D. OBSZAR TONACJI REKLAM W STREFIE MIESZKANIOWEJ

- baner sprzedaży nieruchomości w formacie małym
- **citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej**
- citylight wolnostojący, w konkretnej lokalizacji
- **flaga, proporzec**
- gablota
- gablota z menu
- **naklejka, tabliczka 1 na usługę**
- **plakat**
- **potykacz szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie,**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: tablica wolnostojąca**
- **słup ogłoszeniowy (50 m odległości)**
- tablica wolnostojąca: reklama sprzedaży nieruchomości
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- wyklejka do 20%

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

E. OBSZAR EKSPOZYCJI WALORÓW PRZESTRZENI REKREACYJNO-UZDROWISKOWYCH

- baner sprzedaży nieruchomości w formacie małym
- **citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej**
- flaga, proporzec
- gablota
- gablota z menu
- **naklejka, tabliczka 1 na usługę**
- **plakat**
- **potykacz szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- pylon główny
- pylon zbiorczy
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie, w formacie drobnym**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- **reklama okolicznościowa: reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym, tablica wolnostojąca, winder**
- **słup ogłoszeniowy (50 m odległości)**
- tablica wolnostojąca: reklama sprzedaży nieruchomości
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- wyklejka do 20%

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

F. OBSZAR PROMOCJI W PRZESTRZENIACH REKREACYJNO-SPORTOWYCH

- **citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej**
- **flaga, proporzec**
- gablota
- gablota z menu
- **naklejka, tabliczka 1 na usługę**
- **plakat**
- **potykacz szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie, w formacie drobnym**
- **reklama okolicznościowa: kubik, tablica wolnostojąca**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **słup ogłoszeniowy (50 m odległości)**
- tablica wolnostojąca: reklama sprzedaży nieruchomości
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- wyklejka do 20%

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW

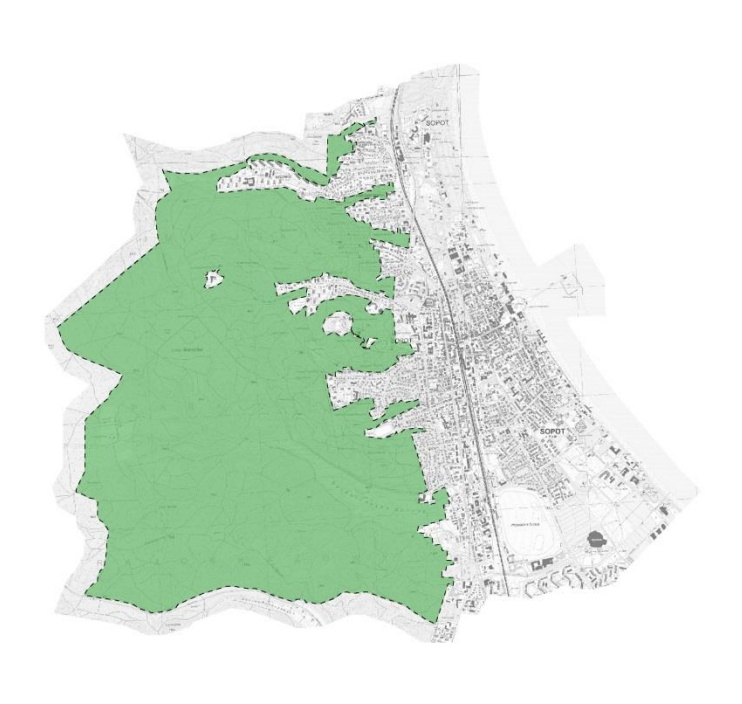


■ - reklama dominująca

G. OBSZAR PROMOCJI W STREFIE PLAŻ

- gablota z menu,
- **naklejka, tabliczka 1 na usługę**
- **potykacz szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na elementach wygrodzeniowych,**
- **reklama na falbanie, w formacie drobnym**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- **reklama na przebieralni plażowej, na leżaku,**
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
- **reklama okolicznościowa:**
  baner, flaga, proporzec na maszcie,
  kubik, model przestrzenny,
  (nośnik pneumatyczny, reklama na namiocie, na stoisku promocyjnym - na czas trwania wydarzenia)
  tablica wolnostojąca, winder,
  reklama na pawilonie / urządzeniu sportowym,
  reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej
- tablica wolnostojąca,
- tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości,
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

H. OBSZAR CISZY REKLAMOWEJ W STREFIE PRZYRODNICZEJ

- **citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej**
- gablota
- **naklejka, tabliczka 1 na usługę**
- **potykacz szt.1, tylko w ogródku gastronomicznym**
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie, w formacie drobnym**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości
- **witacz wjazdowy przy ul. Malczewskiego**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

a) AQUAPARK SOPOT

- **ekran nieświecący,**
- **ekran świetlny,**
- **flaga, proporzec**
- **gablota,**
- **kubik,**
- **naklejka, tabliczka,**
- **plakat,**
- **potykacz szt.1,**
- **pylon główny,**
- **pylon zbiorczy,**
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie, w formacie drobnym**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa:**
  - baner,
  - tablica wolnostojąca,
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

b) SKANSEN ARCHEOLOGICZNY-GRODZISKO

- **gablota,**
- **kubik,**
- **naklejka, tabliczka**
- **plakat,**
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa:**
  - baner,
  - model przestrzenny,
  - tablica wolnostojąca,
  - winder;

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

c) TEREN KORTÓW TENISOWYCH

- **flaga, proporzec na słupie oświetleniowym**,
- gablota,
- **naklejka, tabliczka**
- **plakat,**
- **potykacz szt.1**
- **pylon główny,**
- **pylon zbiorczy**,
- reklama na elementach wygrodzeniowych,
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa:**
  - baner,
  - kubik,
  - model przestrzenny,
  - tablica wolnostojąca,
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

d) TEATR

- **citylight wolnostojący,**
- **flaga, proporzec na słupie oświetleniowym**,
- **gablota,**
- **naklejka, tabliczka**
- **plakat,**
- **potykacz szt.1,**
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- reklama na elementach wygrodzeniowych,
- **reklama na falbanie**
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa:**
  - baner,
  - ekran nieświecący,
  - ekran świetlny,
  - kubik,
  - model przestrzenny,
  - tablica wolnostojąca,
- **słup ogłoszeniowy,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

e) SKWER KURACYJNY I MOLO

- **flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na słupie oświetleniowym,**
- gablota,
- kubik,
- naklejka, tabliczka
- plakat,
- **potykacz szt.1,**
- **pylon główny jedynie w przystani jachtowej,**
- reklama na elementach ogródka gastronomicznego
- reklama na elementach wygrodzeniowych,
- reklama na falbanie
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: baner, ekran nieświecący, ekran świetlny, kubik, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym, tablica wolnostojąca, winder,**
- **słup ogłoszeniowy,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**
- wyklejka do 20%

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

f) PLAC PRZYJACIÓŁ SOPOTU, PLAC ZDROJOWY, PLAC JASIA RYBAKA

- **citylight wolnostojący,**
- flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
- gablota,
- naklejka, tabliczka
- plakat,
- **potykacz szt.1,**
- reklama na elementach ogródka gastronomicznego
- reklama na elementach wygrodzeniowych,
- reklama na falbanie
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: baner, ekran nieświecący, ekran świetlny, kubik, model przestrzenny, tablica wolnostojąca,**
- **słup ogłoszeniowy,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

g) OPERA LEŚNA

- **bilbord w wyznaczonym rejonie w załączniku nr 1 do uchwały,**
- **citylight wolnostojący,**
- flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
- gablota,
- kubik,
- naklejka, tabliczka,
- plakat,
- **potykacz szt.1,**
- reklama na elementach ogródka gastronomicznego
- reklama na elementach wygrodzeniowych,
- reklama na falbanie
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji,
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: baner, ekran nieświecący, ekran świetlny, elewacja interaktywna, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny w formie balonu, bramy, airwalle'a, reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym, tablica wolnostojąca, winder,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

h) STADION LEŚNY

- **bilbord w wyznaczonym rejonie w załączniku nr 1 do uchwały**,
- flaga, proporzec
- gablota,
- naklejka, tabliczka
- plakat,
- **potykacz szt.1,**
- reklama na elementach ogródka gastronomicznego
- reklama na elementach wygrodzeniowych,
- reklama na falbanie
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: baner, ekran nieświecący, ekran świetlny, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, tablica wolnostojąca,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

i) HIPODROM SOPOT-TOR WYŚCIGÓW KONNYCH

- **bilbord w wyznaczonych rejonach w załączniku nr 1 do uchwały**
- **citylight wolnostojący,**
- flaga, proporzec
- gablota,
- kubik,
- naklejka, tabliczka,
- plakat,
- **potykacz szt.1,**
- **pylon główny do 7 m wysokości,**
- **pylon zbiorczy,**
- reklama na elementach ogródka gastronomicznego
- reklama na elementach wygrodzeniowych,
- reklama na falbanie
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: baner, ekran nieświecący, ekran świetlny, elewacja interaktywna, kubik, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym, tablica wolnostojąca, winder,**
- **słup ogłoszeniowy,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**
- wyklejka do 20%

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

j) HALA WIDOWISKOWO-SPORTOWA

- **bilbord w wyznaczonych rejonach w załączniku nr 1 do uchwały**
- **citylight wolnostojący lub na budynku,**
- ekran świetlny lub elewacja interaktywna,
- flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
- gablota,
- kubik,
- naklejka, tabliczka,
- plakat,
- **potykacz szt.1,**
- **pylon główny do 7 m wysokości,**
- **pylon zbiorczy,**
- reklama na elementach ogródka gastronomicznego
- reklama na falbanie
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji,
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: baner, ekran nieświecący, kubik, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, tablica wolnostojąca, winder,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**
- wyklejka do 30%

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

k) MUZEUM MIASTA SOPOTU

- **flaga, proporzec**
- gablota,
- naklejka, tabliczka,
- plakat,
- **potykacz szt.1,**
- reklama na elementach ogródka gastronomicznego
- reklama na falbanie
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: baner, ekran nieświecący, ekran świetlny, elewacja interaktywna, kubik, model przestrzenny, tablica wolnostojąca,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

I) DWORZEC SOPOT

- **citylight wolnostojący,**
- **flaga, proporzec**
- gablota,
- **kubik,**
- **naklejka, tabliczka**
- **plakat,**
- **potykacz szt.1,**
- **pylon główny,**
- **pylon zbiorczy,**
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie**
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji
- **reklama okolicznościowa: baner, ekran nieświecący, ekran świetlny, model przestrzenny, reklama na namiocie / pawilonie, na stoisku promocyjnym, kubik, tablica wolnostojąca, winder,**
- **słup ogłoszeniowy,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW



■ - reklama dominująca

OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI

m) STADION RUGBY

- **bilbord w wyznaczonym rejonie w załączniku nr 1 do uchwały,**
- **flaga, proporzec**
- gablota,
- **naklejka, tabliczka,**
- **plakat,**
- **potykacz szt.1,**
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja inwestycji,
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych
- **reklama okolicznościowa: baner, ekran nieświecący, ekran świetlny, elewacja interaktywna, kubik, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, tablica wolnostojąca,**
- **witacz wejściowy szt.1, tylko w gastronomii**

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW

OBSZAR WYRÓŻNIONYCH PRZESTRZENI PUBLICZNYCH UKŁADU KOMUNIKACYJNEGO



■ - **reklama dominująca**

a) ULIC: BOHATERÓW MONTE CASINO, 1 MAJA, JANA JERZEGO HAFFNERA, POWSTAŃCÓW WARSZAWY, GRUNWALDZKIEJ, BITWY POD PŁOWCAMI, POLNEJ, WŁADYSŁAWA ŁOKIETKA

- Bohaterów Monte Casino- zakaz reklam wolnostojących, (oprócz potykaczy i witaczy)
- **citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,**
- citylight wolnostojący - dla wyszczególnionych ulic,
- flaga, proporzec- dla wyszczególnionych ulic
- gablota,
- naklejka, tabliczka
- plakat,
- **potykacz szt.1, w formacie drobnym, tylko w ogródku gastronomicznym**
- pylon główny (z wyłączeniem Bohaterów Monte Casino)
- pylon zbiorczy (z wyłączeniem Bohaterów Monte Casino)
- **reklama okolicznościowa: baner, bilbord, tablica wolnostojąca,**
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym-wizualizacja inwestycji
- **reklama na elementach ogródka gastronomicznego**
- **reklama na falbanie, w formacie drobnym**
- **słup ogłoszeniowy -70 m odległości** (nie dotyczy Bohaterów Monte Casino)
- witacz wejściowy z menu / opisem,
- **witacz wejściowy szt.1, w formacie drobnym, tylko w ogródku gastronomicznym**
- witacz wjazdowy w konkretnej lokalizacji,

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW

OBSZAR WYRÓŻNIONYCH PRZESTRZENI PUBLICZNYCH UKŁADU KOMUNIKACYJNEGO



■ - reklama dominująca

b) ALEI NIEPODLEGŁOŚCI

- **citylight lub ekran świetlny w wiacie przystankowej,**
- **citylight wolnostojący, według konkretnej lokalizacji**
- flaga, proporzec
- plakat
- **pylon cenowy,**
- **pylon główny**, według konkretnej lokalizacji
- **pylon zbiorczy,**
- reklama na falbanie,
- reklama okolicznościowa: baner, bilbord,
- **kubik w pasie zieleni rozdzielającym jezdnię Alei Niepodległości,**
- **model przestrzenny w pasie zieleni rozdzielającym jezdnię Alei Niepodległości,**
- tablica wolnostojąca,
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym
- **słup ogłoszeniowy (70 m odległości)**
- witacz wjazdowy,

WALORYZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNYCH ISTOTNYCH DLA SYTUOWANIA REKLAM PODZIAŁ MIASTA NA 10 OBSZARÓW

OBSZAR WYRÓŻNIONYCH PRZESTRZENI PUBLICZNYCH UKŁADU KOMUNIKACYJNEGO



■ - reklama dominująca

c) TERENÓW KOLEJOWYCH

- **gablota,**
- **plakat,**
- reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,

PRZYKŁADOWE RODZAJE SZYLDÓW DLA CAŁEGO OBSZARU MIASTA

SZYLD GŁÓWNY

SZYLD PRZYLEGŁY

SZYLD SEMAFOROWY

SZYLD WIZYTÓWKOWY

SZYLD NA SZYBIE

SZYLD NA FALBANACH

SZYLD NA POTYKACZU LUB WITACZU

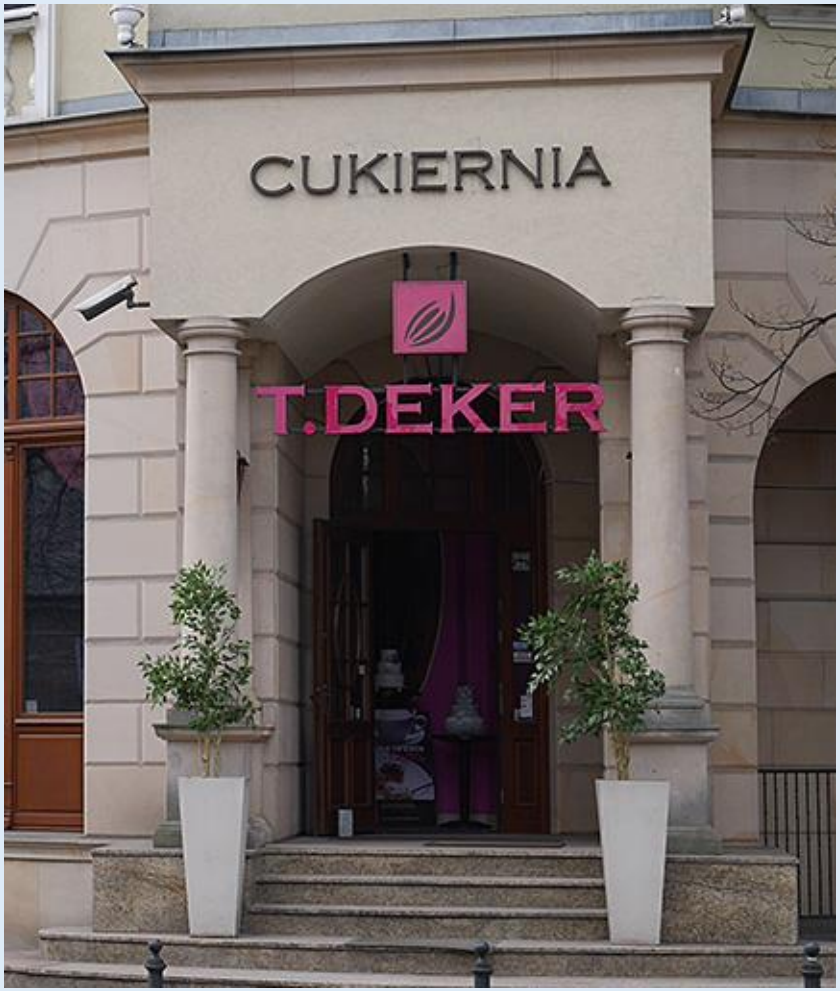
SZYLD NA FLADZE LUB PROPORCU

SZYLD GŁÓWNY





SZYLD PRZYLEGŁY





DOBRE PRAKTYKI



REKLAMA BĘDĄCA INTEGRALNĄ CZĘŚCIĄ ARCHITEKTURY BUDYNKU



REKLAMA ZAPROJEKTOWANA Z POSZANOWANIEM KOMPOZYCJI ELEWACJI



REKLAMA DOPASOWANA POD WZGLĘDEM FORMY DO STYLU WYSTROJU ARCHITEKTONICZNEGO

PRZEPISY PRZEJŚCIOWE

TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE

Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, termin dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na **12 miesięcy** od dnia wejścia w życie uchwały.

SZYLDY

Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały szyldów termin dostosowania ich do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na **24 miesiące** od dnia wejścia w życie uchwały.

OGRODZENIA

Dla istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzeń, termin dostosowania ich do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na **4 lata** od dnia wejścia w życie uchwały.

OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY

Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale obiekty małej architektury wymienione w uchwale, ogrodzenia wpisane do rejestru zabytków lub do gminnej ewidencji zabytków, oraz ogrodzenia, które do dnia wejścia w życie niniejszej uchwały uzyskały pozytywne stanowisko właściwego organu.

OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY I OGRODZENIA REGULOWANE UCHWAŁĄ - ZASADY I WARUNKI ICH SYTUOWANIA

WIATY NA ODPADY KOMUNALNE

WIATY PRZYSTANKOWE

MEBLE MIEJSKIE

STRAGANY DLA HANDLU SEZONOWEGO

STRAGANY

OGRODZENIA TRWALE ZWIĄZANE Z GRUNTEM

OGRODZENIA TYMCZASOWE ZWIĄZANE Z ROBOTAMI BUDOWLANYMI

OGRODZENIA W FORMIE ŻYWOPŁOTÓW Z KRZEWÓW LIŚCIASTYCH

DZIĘKUJEMY

Autor zapisów Uchwały Krajobrazowej w Sopocie

Biuro urbanistyczne **arch. Maria Czerniak**