



# RAPORT

Z KONSULTACJI SPOŁECZNYCH DOTYCZĄCYCH  
PRZYGOTOWANIA UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ  
DLA MIASTA OLSZTYNA

URZĄD MIASTA OLSZTYNA, GRUDZIEŃ 2016

**SPIS TREŚCI:**

<b>1. Cel przeprowadzenia konsultacji.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Informowanie społeczeństwa .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Przebieg konsultacji .....</b>	<b>3</b>
<b>3A. Działania poprzedzające konsultacje .....</b>	<b>3</b>
<b>3B. Spotkania konsultacyjne .....</b>	<b>4</b>
<b>3C. Wydarzenia powiązane z konsultacjami .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Załączniki .....</b>	<b>7</b>
<b>4A. Zarządzenia Prezydenta .....</b>	<b>7</b>
<b>4B. Wnioski z części otwartej ankiet .....</b>	<b>10</b>
<b>4C. Wyniki ankiety - podsumowanie .....</b>	<b>16</b>
<b>4D. Protokół ze spotkania w dniu 15.11.2016 .....</b>	<b>21</b>

## **1. Cel przeprowadzenia konsultacji**

11 września 2015 r. weszła w życie "Ustawa o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu" z dnia 24 kwietnia 2015r. Przedmiotowa "Ustawa o zmianie niektórych ustaw" powstała jako odpowiedź na potrzebę uporządkowania chaosu w informacji wizualnej, który w Olsztynie, podobnie jak w innych polskich miastach, psuje krajobraz.

Konsultacje, przeprowadzone w związku z przygotowaniem przez Gminę Olsztyn "Uchwały określającej na terenie Miasta Olsztyna zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane" (nazywanej dalej Uchwałą Krajobrazową), miały dwa główne cele:

- po pierwsze: zebranie opinii mieszkańców na temat bałaganu w informacji wizualnej oraz sposobów jej uporządkowania;
- po drugie: przybliżenie mieszkańcom aspektów prawnych związanych z tworzeniem nowych regulacji, przedstawienie przyczyn powstawania chaosu wizualnego i możliwości jego likwidowania. Konsultacje współorganizowały jednostki Urzędu Miasta Olsztyna: Wydział Rozwoju Miasta i Budownictwa oraz Biuro Komunikacji i Dialogu Obywatelskiego.

## **2. Informowanie społeczeństwa o konsultacjach**

Na Platformie Konsultacji Społecznych Urzędu Miasta Olsztyna utworzono zakładkę dedykowaną Uchwale Krajobrazowej (link: <http://www.konsultacje.olsztyn.eu/konsultacje/opis/uchwala-krajobrazowa>). W tym miejscu zamieszczane były dokumenty i prezentacje powstałe w trakcie prac nad Uchwałą Krajobrazową. Tutaj również znalazły się komunikaty o spotkaniach konsultacyjnych oraz wydarzeniach powiązanych tematycznie z porządkowaniem chaosu reklamowego.

Ponadto, każdorazowo przed spotkaniami konsultacyjnymi, ukazywały się informacje w prasie lokalnej, na tablicach ogłoszeń oraz wysyłane były powiadomienia mailowe do głównych grup interesariuszy: radnych, przedstawicieli branży reklamowej, rad osiedli, organizacji NGO, SARPu, Izby Architektów, UWMu, MKUA.

## **3. Przebieg konsultacji**

Konsultacje trwały od 23 czerwca do 30 listopada 2016 r. (Na podstawie Zarządzeń Prezydenta Olsztyna: Nr 199 z dnia 23 czerwca 2016r. i Nr 393 z dnia 27 października 2016 r.). Oprócz dwóch spotkań konsultacyjnych miały miejsce działania poprzedzające spotkania konsultacje oraz wydarzenia powiązane tematycznie z zagadnieniami Uchwały Krajobrazowej.

Zarządzenia Prezydenta dotyczące konsultacji stanowią załącznik 4A do niniejszego Raportu.

### **3A. Działania poprzedzające spotkania konsultacyjne**

Jeszcze przed wejściem w życie tzw. Ustawy Krajobrazowej rozpoczęto w Urzędzie Miasta Olsztyna przygotowania do tworzenia regulacji porządkujących chaos reklamowy.

**3A-1 Inwentaryzacja fotograficzna** została wykonana przez odbywających praktyki w Urzędzie Miasta studentów UWMu, miała na celu unaocznienie chaosu wizualnego

oraz pomoc w zdiagnozowaniu przyczyn jego powstawania, trwała od czerwca do września 2015r.

**3A-2 Przyjęcie przez Gminę Olsztyn uchwały intencyjnej** nastąpiło 30 września 2015 r. (Uchwała RM Nr XIII/164/15 w sprawie przystąpienia do sporządzenia "Uchwały określającej na terenie Miasta Olsztyna zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz materiały z których mają być wykonane", tzw. Uchwały Krajobrazowej.).

**3A-3 Powołanie zespołu roboczego ds. przygotowania Uchwały Krajobrazowej** przez Prezydenta Olsztyna miało miejsce 18 maja 2016 r. Zarządzeniem Nr 154. Zarządzenie to zawarte jest w załączniku 4A do niniejszego Raportu.

**3A-4 Rozpoczęcie konsultacji społecznych dotyczących przygotowania "Uchwały Krajobrazowej dla Miasta Olsztyna"** przez Prezydenta Olsztyna nastąpiło 23 czerwca 2016 r. Zarządzeniem Nr 199. zmienionym Zarządzeniem Nr 393 z dnia 27 października 2016 r. Zarządzenia te są zawarte w załączniku 4A do Raportu.

**3A-5 Spotkanie informacyjne dla mieszkańców** - odbyło się 2 lipca 2016 r. o godz. 12.00 w Tartaku Raphaelsohnów przy Parku Centralnym. Na spotkaniu przedstawiono prezentację zawierającą uwarunkowania prawne przygotowywanych regulacji w ramach Uchwały Krajobrazowej, rodzaje nośników reklamowych, przyczyny powstawania chaosu wizualnego wraz z proponowanymi sposobami jego uporządkowania oraz harmonogram dalszych działań. Ponadto omówiono treść ankiety, która miała być dostępna na stronie internetowej miasta po spotkaniu. Pod koniec spotkania miała miejsce krótka dyskusja na tematy poruszone w prezentacji. Link do prezentacji ze spotkania informacyjnego:

[http://www.konsultacje.olsztyn.eu/upload/files/Prezentacja\\_uchwa%C5%82a\\_krajobrazowa2.pdf](http://www.konsultacje.olsztyn.eu/upload/files/Prezentacja_uchwa%C5%82a_krajobrazowa2.pdf)

**3A-6 Ankieta elektroniczna** była dostępna na Platformie Konsultacji Społecznych od lipca do września 2016r., przygotowana została w oparciu o łódzką ankietę do Kodeksu Reklamowego. Ankieta badała stanowisko mieszkańców w sprawie: podziału miasta na strefy reklamowe, rodzajów nośników reklamowych, sposobów ich rozmieszczania, dopuszczalnych gabarytów i ilości na budynku, zbierała uwagi do założeń dla Uchwały Krajobrazowej. Ankietę wypełniły 352 osoby. Link do strony z wynikami ankiet:

<http://www.konsultacje.olsztyn.eu/konsultacje/opis/uchwala-krajobrazowa>

Wolne wnioski z ankiet przedstawiono w załączniku 4B Raportu a podsumowanie wyników ankiet w załączniku 4C.

### **3B. Spotkania konsultacyjne.**

W ramach konsultacji społecznych dotyczących przygotowania Uchwały Krajobrazowej dla Miasta Olsztyna odbyły się dwa spotkania konsultacyjne.

**3B-1 Pierwsze spotkanie konsultacyjne - wykład i warsztaty**, odbyło się 30 września 2016 r. w sali 219 olsztyńskiego Ratusza o godz. 17.00. Spotkanie,

w którym uczestniczyli urzędnicy, przedstawiciele branży reklamowej, przedsiębiorcy, reprezentanci lokalnych stowarzyszeń i społecznicy, poprowadziły Panie: Aleksandra Stępień-Dąbrowska (Stowarzyszenie MIASTO MOJE A W NIM) i Ewa Zielińska (Stowarzyszenie MIASTODWA). Pierwszą część spotkania otworzyła krótka prezentacja przykładów działań z innych miast. Drugą część stanowiły warsztaty. Ich zadaniem było wypracowanie rozwiązań, mogących przełożyć się na ulepszenie reklamowo-szyldowej polityki w Olsztynie. Każda z grup dostała pomocnicze formularze i pytania, na podstawie których miała sformułować własne wytyczne do Uchwały Krajobrazowej. Po przedstawieniu przed wszystkimi uczestnikami warsztatów tak wypracowanych założeń był też czas na ogólną dyskusję i uwagi. Wnioski ze spotkania posłużyły do stworzenia rekomendacji dla konkretnych zapisów olsztyńskiej Uchwały. Link do wniosków (sformułowanych przez uczestników warsztatów i rekomendacji od prowadzących warsztaty):

<http://www.konsultacje.olsztyn.eu/konsultacje/opis/uchwala-krajobrazowa>

### **3B-2 Drugie spotkanie konsultacyjne - podsumowanie ankiet i warsztatów,**

odbyło się 15 listopada 2016 r. w sali 219 olsztyńskiego Ratusza o godz. 17.00. Spotkanie, w którym uczestniczyli urzędnicy, przedstawiciele branży reklamowej, przedsiębiorcy, reprezentanci lokalnych stowarzyszeń i społecznicy, poprowadziły przedstawicielki Wydziału Rozwoju Miasta i Budownictwa. Przedstawiono prezentację, która zawierała: podsumowanie wyników ankiety, wnioski i rekomendacje z warsztatów, działania w zakresie uchwał krajobrazowych z innych miast, harmonogram dalszych prac.

Z podsumowania wyników ankiety (załącznik 4C do Raportu) wynika, że mieszkańcy negatywnie oceniają nadmiar nośników reklamowych, ich cechy oraz sposoby umieszczania w przestrzeni. Ponadto ankietowani wyrazili aprobatę dla ograniczeń regulujących usytuowanie i ilość reklam oraz wskazali Stare Miasto, Śródmieście i tereny zielone jako rejony, które powinny być szczególnie chronione przed chaosem reklamowym.

We wnioskach i rekomendacjach z warsztatów odniesiono się do sposobu definiowania nośników reklamowych i szyldów, regulacji w poszczególnych strefach, zasad lokalizacji, zasad w odniesieniu do poszczególnych typów nośników, sposobów umieszczania na elewacji, dopuszczalnej lokalizacji i wysokości zamocowania.

Poruszono też temat reklamy okresowej jak siatki remontowe czy reklamy dotyczące różnych wydarzeń. Określono czas dostosowania do nowych regulacji na okres 12 miesięcy.

Po prezentacji miała miejsce dyskusja na temat przedstawionego materiału. Na koniec spotkania organizatorzy zapowiedzieli, że dyskusja nad zapisami Uchwały Krajobrazowej planowana jest w pierwszym kwartale 2017 r., przed wyłożeniem Uchwały do publicznego wglądu.

Link do prezentacji podsumowującej:

[http://www.konsultacje.olsztyn.eu/upload/files/Podsumowanie\\_.pdf](http://www.konsultacje.olsztyn.eu/upload/files/Podsumowanie_.pdf)

Protokół ze spotkania znajduje się w załączniku 4D do niniejszego Raportu.

### **3C. Wydarzenia powiązane tematycznie z konsultacjami i tematyką odbioru wizualnego przestrzeni publicznych**

W okresie zbliżonym do spotkań konsultacyjnych miały miejsce wydarzenia, które tematyką nawiązywały do wprowadzania ładu wizualnego w przestrzeniach publicznych.

**3C-1 Spotkanie z dziennikarzem Piotrem Sarzyńskim**, odbyło się 29 września 2016 r. o godz. 17.00 w Tartaku Raphaelsohnów. Organizatorami spotkania były: Urząd Miasta Olsztyna oraz Miejski Ośrodek Kultury. Piotr Sarzyński, autor "Wrzasku w przestrzeni", znanej publikacji na temat wizualnego chaosu polskich miast, przedstawił dobre i złe przykłady przestrzeni publicznych oraz sposoby radzenia sobie z bałaganem reklamowym. Po prezentacji miała miejsce krótka dyskusja.

**3C-2 Spotkanie z Lechem Kaczoniem, Prezesem Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej** odbyło się 21 października 2016 roku w sali 219 olsztyńskiego Ratusza o godz. 17.00. Spotkanie, którego inicjatorem był Pan Lech Kaczoń, współorganizowali pracownicy Wydziału Rozwoju Miasta oraz Biura Komunikacji i Dialogu Obywatelskiego UM Olsztyna.

Sporządziła arch. Ewa Gadomska,  
Wydział Rozwoju Miasta i Budownictwa, UM Olsztyn, grudzień 2016 r.

**Załącznik 4A** Zarządzenia Prezydenta związane z przygotowaniem Uchwały  
Krajobrazowej dla Miasta Olsztyna

**ZARZĄDZENIE NR 154**  
**PREZYDENTA OLSZTYNA**  
z dnia 18.05.2016r.

zarządzenie w sprawie powołania zespołu roboczego ds. przygotowania Uchwały określającej na terenie Miasta Olsztyna zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane, nazywanej dalej Uchwałą krajobrazową

Na podstawie § 9 Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Olsztyna stanowiącego załącznik do Zarządzenia Nr 275 Prezydenta Olsztyna z dnia 29 lipca 2011 r. w sprawie nadania Urzędowi Miasta Olsztyna Regulaminu Organizacyjnego (t.j. Zarządzenia nr 270 Prezydenta Olsztyna z dnia 13 lipca 2015 r. ze zmianami) zarządzam co następuje:

§ 1. Powołuję zespół roboczy do spraw przygotowania Uchwały krajobrazowej dla Miasta Olsztyna w składzie:

1. Magdalena Rafalska – RMB
2. Magdalena Orlik – RMB
3. Ewa Gadomska – RMB
4. Renata Domżańska – RMB
5. Magdalena Grycko – GGN
6. Henryka Nowicka – ZDZIT
7. Bartosz Kamiński – KDO
8. Anna Bobko – KZ
9. Wiesław Krawczyński – ZLIBK.

§ 2. Koordynowanie prac zespołu powierzam Pani Magdalenie Rafalskiej Dyrektorowi Wydziału Rozwoju Miasta i Budownictwa.

§ 3. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

PREZYDENT OLSZTYNA  
Piotr Grzymowicz



**ZARZĄDZENIE Nr 199**

**PREZYDENTA OLSZTYNA**

**z dnia 23 czerwca 2016 r.**

o przeprowadzeniu konsultacji społecznych dotyczących przygotowania „Uchwały krajobrazowej dla Miasta Olsztyna”.

**Na podstawie § 2 ust. 2 pkt 4 załącznika do uchwały nr XXXIV/605/13 Rady Miasta Olsztyna z dnia 27 marca 2013 roku w sprawie określenia zasad i trybu przeprowadzania konsultacji społecznych z mieszkańcami Gminy Olsztyn zarządzam co następuje:**

§ 1. Postanawiam o przeprowadzeniu konsultacji społecznych dotyczących przygotowania „Uchwały krajobrazowej dla Miasta Olsztyna”.

§ 2. 1. Celem konsultacji społecznych, o których mowa w § 1., jest poznanie opinii mieszkańców Olsztyna o przygotowywanym dokumencie.

2. Konsultacje odbędą się w terminie od 23.06.2016 do 31.10.2016 r.

3. Konsultacje obejmują obszar Miasta Olsztyna.

4. Podmiotami uczestniczącymi w konsultacjach będą mieszkańcy Miasta Olsztyna oraz organizacje pozarządowe i podmioty gospodarcze działające na terenie Miasta Olsztyna.

5. Konsultacje społeczne przeprowadzone będą w następujących formach:

1) zamieszczenia zagadnień do konsultacji na stronie [www.konsultacje.olsztyn.eu](http://www.konsultacje.olsztyn.eu),

2) badanie ankietowe, w tym badanie on-line,

3) warsztaty dla mieszkańców umożliwiające zdobycie wiedzy na temat konsultowanego przedsięwzięcia i wypracowanie rozwiązań

4) spotkanie z mieszkańcami umożliwiające wyrażenie opinii oraz składanie propozycji i opinii do protokołu,

5) zbieranie opinii lub propozycji na piśmie, w tym drogą elektroniczną.

§ 3. Wykonanie Zarządzenia powierzam Dyrektorowi Wydziału Rozwoju Miasta i Budownictwa.

§ 4. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

PREZYDENT OLSZTYNA

Piotr Grzymowicz



**ZARZĄDZENIE Nr 393**

**PREZYDENTA OLSZTYNA**

**z dnia 27 października 2016 r.**

zmieniające Zarządzenie nr 199 Prezydenta Olsztyna

z dnia 23 czerwca 2016 r. o przeprowadzeniu konsultacji społecznych dotyczących przygotowania

**„Uchwały krajobrazowej dla Miasta Olsztyna”.**

**Na podstawie § 2 ust. 2 pkt 4 załącznika do uchwały nr XXXIV/605/13 Rady Miasta Olsztyna z dnia 27 marca 2013 roku w sprawie określenia zasad i trybu przeprowadzania konsultacji społecznych z mieszkańcami Gminy Olsztyn zarządzam co następuje:**

§ 1. Zmienia się § 2. 1. pkt 2 Zarządzenia nr 199 Prezydenta Olsztyna z dnia 23 czerwca 2016 r. w ten sposób, że:

„Konsultacje odbędą się w terminie od 23 czerwca do 30 listopada 2016 r.”

§ 2. Pozostałe zapisy Zarządzenia nr 199 Prezydenta Olsztyna z dnia 23 czerwca 2016 r. pozostają bez zmian.

§ 3. Wykonanie Zarządzenia powierzam Dyrektorowi Wydziału Rozwoju Miasta i Budownictwa.

§ 4. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

PREZYDENT OLSZTYNA

Piotr Grzymowicz

## Załącznik 4B Wnioski z części otwartej ankiet

### **Wnioski do olsztyńskiej Uchwały Krajobrazowej z części otwartej ankiety, przeprowadzonej w okresie od września do października 2016 r.**

1. "Jeżeli znikną reklamy to będzie już połowa sukcesu. Centrum miasta wygląda jak jakieś ubogie Las Vegas przez te wszystkie reklamy. W tak głupi sposób odbieramy miastu całe jego piękno. Na starówce powinien być bardzo surowy zakaz reklam - dozwolone jedynie stonowane tabliczki, które się nie wyróżniają por. Nowy Świat w Warszawie".
2. "Uważam, że reklamy być muszą, gdyż są one nie raz cennym drogowskazami, kiedy czego potrzebujemy a nie wiemy gdzie to znaleźć. powinny być jednak przepisy regulujące ich wygląd i ilość co do przestrzeni. serce się kraje kiedy widzi się piękny stary budynek obsypany kolorowymi tablicami".
3. "Wprowadzenie opłaty od szyldów wystających poza obrys budynku, tzw. szyldowego".
4. "Reklama nie powinna zniknąć z ulic Olsztyna. Przedsiębiorcy z niej korzystają i powinni mieć do niej dostęp. Inną sprawą jest jakość i estetyka wykonania, oraz późniejsze dbanie o nią ( po wichurach powinny być niezwłocznie naprawiane lub usuwane zniszczone reklamy). Bilbordy reklamowe kiedy nie są wykorzystane powinny być czyste i schludne, a nie jak mamy obecnie spod jednej reklamy wystaje kilka innych. To samo dotyczy słupów ogłoszeniowych. Moim zdaniem należy ustalić zdrowe zasady reklamy w mieście i je egzekwować".
5. "Sprawa reklam w Olsztynie bardzo leży mi na sercu. Byłabym bardzo szczęśliwa gdyby moje miasto przestało wreszcie prowadzić w kategorii szpeciel. Ład przestrzenny to lepsze życie. Dzieci rosnące w chaotycznym, właśnie szpetnym otoczeniu tracą wrażliwość na brzydotę i tak rosną pokolenia ślepe na bałagan i agresywne przestrzenie otoczenie".
6. "Urząd Miasta nie korzysta z już istniejących rozwiązań prawnych pozwalających na kontrolowanie ilości i jakości przestrzeni reklamowych w mieście. Przykładem może być obszar otoczenia parku centralnego, gdzie wpisany w plan zagospodarowania zakaz umieszczania reklam jest ignorowany przez przedsiębiorców, przy biernej postawie UM".
7. "Olsztyn miastem zieleni nie reklam".
8. "Nakaz uprzątnięcia reklam/szyldów po sobie - wiele reklam/szyldów/informacji jest nieaktualnych, niszczej i zaśmiecają przestrzeń! dotyczy punktów zlikwidowanych ale również przeniesionych w inne miejsce - zostawiają po sobie wszystkie śmieci na lata".
9. "W Olsztynie jest ogromny chaos związany z reklama. Zastłania ona nasze piękne miasto".

10. "Dobrze byłoby, gdyby przy ławeczkach były jeszcze kosze na śmieci (OPRÓŻNIANE!!!)".
11. "Forma reklamy powinna być zaakceptowana przez grono PLASTYKÓW, o gustach się nie dyskutuje, gust albo się ma albo jest się jego pozbawionym".
12. "Reklama jest potrzebna, ale powinna być pod kontrolą administracji miejskiej".
13. "Proszę podejść do tematu odważnie i zdecydowanie - w takiej sytuacji opór przedsiębiorców jest nieunikniony. Wystarczy jednak spojrzeć na przykłady z innych miast, chociażby Krakowa, aby zobaczyć jak duży wpływ na estetykę i dobre samopoczucie w przestrzeni ma wprowadzenie regulacji związanych z umieszczaniem reklam. Z moich obserwacji pierwszym krokiem mógłby być zakaz zaklejania szyb oraz eliminacja reklam niezwiązanych z prowadzoną w budynku działalnością gospodarczą - w trybie pilnym i na dużym obszarze! Wtedy można będzie zająć się porządkowaniem szyldów, ich lokalizacją, wymiarami i kolorystyką".
14. "Moim zdaniem wiele reklam zwyczajnie nie wpasowuje się w architekturę budynków. Reklamy wielkoformatowe szpecą budynki. Ponadto reklamy ruchome wyświetlane na ekranach mogą rozpraszać uwagę podczas jazdy autem a dodatkowo emitują wieczorem zbyt jaskrawe światło".
15. "Najbardziej w reklamach na telebimach przeszkadza mi bardzo jaskrawe światło, szczególnie w nocy jest bardzo oślepiające".
16. "Mam nadzieję, że w końcu Urząd Miasta ogarnie bałagan związany z reklamą w Olsztynie. Znajomi ze stolicy czy Gdańska za każdym razem jak tu przyjeżdżają są w szoku, jak można było tak zaśmiecić miasto".
17. "Szczególnie Śródmieście i starówka powinny być wolne od jakichkolwiek reklam. Wzorem niech będzie Kraków".
18. "Szpecące tablice przy ratuszu".
19. Najważniejsze jest chyba to, aby reklamom pozostawić funkcję informacyjną, da się zrobić takie kreacje reklamowe które są wtopione w tło, a jednocześnie zauważalne przez zainteresowane osoby.
20. "Skuteczność reklamy zewnętrznej jest niewielka (nie wiedzą o tym reklamodawcy). Oddzielnym dużym problemem jest ilość i sposób zainstalowania znaków drogowych przy naszych ulicach. Znaków jest za dużo. Niemal każdy jest zamocowany na oddzielnym krzywym słupku. W wielu miejscach aż prosi się o zamontowanie ich na latarniach czy słupach trakcji tramwajowej".
21. "Reklama jest potrzebna ale powinno się zabronić wielkich bazarowych reklam z plandeki na ścianach budynków ,reklama powinna współgrać z otoczeniem i budynkami zarówno ilością ,kolorystyką ,wyglądem ; powinna być elegancka i nie zaburzać architektury a jej elegancja świadczy o poziomie mieszkańców".

22. "O wszystkim czego dotyczy architektura , reklamy itp, winien decydować architekt miejski i nikt poza nim. W innym razie powstanie anarchia estetyczna w mieście".
23. "Może warto też spytać o opinię zagranicznych turystów/gości? Moi przyjaciele byli 'zafascynowani' ilością i estetyką reklam w mieście i na trasie. W wielu krajach taka samowolka jest niedopuszczalna a mimo to firmy bardzo dobrze prosperują".
24. "Warto rozważyć ideę zastosowaną dla zabytkowego centrum w Łodzi - ujednoczenie sztyłów w obrębie najstarszej części Olsztyna (ew. starówka + ścisłe centrum) z zastosowaniem kolorystyki biel - czerń - szarość (zmiana kolorystyki loga firmowego na bardziej stonowaną). Pozwoliłoby to uniknąć pstrokaczyny. CH Aura czy CH Galeria Warmińska również ogromnie by zyskały na wyglądzie poprzez zastosowanie tej jednej, prostej zasady".
25. "Nadmiar i niska jakość reklam świadczą o biedzie i niskim poziomie edukacji. Nie pozwólmy by Warmia i mazury miały opinie zielonych slumsów polski".
26. "Zadbajcie aby miasto było piękne ;)".
27. "Uważam, że potrzebna jest mniejsza ilość barierek między chodnikami a ulicą, zamiast reklam więcej kwiatów. Jeśli zostaną wprowadzone znaczące ograniczenia w możliwości reklamowania, może warto pomyśleć o jakiejś stronie internetowej, na której przedsiębiorcy mogliby nadal ogłaszać swoją działalność, jednak nie psując estetyki miasta".
28. "Nie".
29. "Reklam jest zdecydowanie za dużo. Mają różną formę. Natomiast moim zdaniem nie można właścicielom posesji zabronić budować ogrodzeń, ponieważ jest to ingerencja w prawo własności".
29. "Ogólnie w Olsztynie jest zbyt dużo reklam. W szczególności na starówce i centrum. Zmiany powinny iść w kierunku podobnym jak w przypadku okrąglaka. Z miasteczka zmienić się w normalny budynek".
30. "Więcej koszy na śmieci w tym na osiedlach domków jednorodzinnych. Więcej miejsc do siedzenia w mieście, ławeczek".
31. "Zanim zaczniecie zakazywać i zdejmować reklamy trzeba ustalić wytyczne dla instalowania nowych, a starym dać 2-3 letni okres przejściowy na dostosowanie".
32. "Wprowadzić SIM na terenie całego miasta-tablice ulic ,budyneków i inne".
33. "Odnosnie reklam w przestrzeni miejskiej: Zdecydowanie likwidacja z ogrodzeń, budynków itp. elementów budowlanych - występują jedno po drugim, w różnej kolorystyce - tworząc chaos, zasłaniając wiele elementów przestrzennych, jak i również walorów miasta. Przy wjeździe do miasta także ilość reklam powinna być ograniczona do minimum oraz ukazując sensowne informacje. W przypadku małej architektury - w parkach jest odpowiednia ilość, jednak występują w Olsztynie obiekty, które moż-

na w ciekawy sposób jeszcze rozbudować w elementy architektoniczne - tj. ławki, śmietniki, latanie itp".

34. "Przestrzeń miejska powinna być wartością wypracowaną wspólnie przez Władze Gminy, Rady Osiedli i Spółdzielnie Mieszaniowe".

35. "Wszystkie elementy podlegające niniejszym konsultacjom powinny zostać uporządkowane spójnym dokumentem dającym możliwość ograniczenia chaosu przestrzennego i nadania ładu w ramach swobody dla użytkowników - potencjalnie zainteresowanych lokalizowaniem obiektów konsultowanych".

36. "Uważam, że nie powinno się zakazywać umieszczania reklam na płotach a jedynie wprowadzić unifikację np. tablic na których umieszczane były by takie reklamy - chodzi tu o konkretny wzór oraz wielkość maksymalną".

37. "Reklamy w mieście powinny być rozmiarem, formą i kolorystyką dopasowane do otoczenia - dobrym przykładem jest szyld sklepu sieci Żabka przy ul. 11 Listopada - koresponduje z charakterem sąsiedniej zabudowy, natomiast szyld sklepu tej samej sieci przy ul. Prostej (po dawnym Gobelinie) jest przykładem jak nie powinno się reklamować punktu handlowego w obszarze Starego Miasta".

38. "Szanowni Państwo, Reprezentuję firmę tworzącą murale reklamowe. Chciałabym Państwa zainteresować tematyką murali reklamowych - z badań TNS z 2013 roku wynika, że tego typu reklama jest preferowana przez większość osób. Tego typu forma reklamy jest ciekawa, artystyczna, nie zaśmieca ona przestrzeni miejskiej. Wiele przechodniów w trakcie malowania reklamy jest zainteresowana tym co powstaje na elewacji/ ścianie budynku, zawsze spotykamy się z pozytywnym odbiorem takich reklam w każdym mieście w Polsce. Malowanie reklamy bezpośrednio na elewacji w przeciwieństwie do siatek reklamowych nie wymaga wbijania nieestetycznych kotw w ścianę. Często dzięki naszym reklamom budynki/ elewacje zostają odnowione, otynkowane, umyte i wyglądają znacznie lepiej. Serdecznie zapraszam do kontaktu ze mną p.muras@goodlooking.pl, tel. 535 225 257. Zapraszam również na naszą stronę internetową [www.goodlooking.pl/portfolio](http://www.goodlooking.pl/portfolio) Uprzejmie proszę o informację na temat konsultacji oraz spotkań w Państwa mieście z branżą reklamową w sprawie Uchwały Krajobrazowej. Niestety w ankiecie jest niewiele miejsca by dokładnie opowiedzieć o naszych działaniach - z chęcią przyjadę do Państwa na spotkanie i zaprezentuję nasze działania i pomysły dot. Uchwały Krajobrazowej. Chciałabym też dodać, że jesteśmy za tym by uporządkować reklamy w miastach, lecz jako branża reklamowa nie widzimy potrzeby całkowitej z nich rezygnacji czy wprowadzenia zbyt wielu restrykcji. Nie chcemy też by murali w miastach było za dużo tj. w tym momencie billboardów czy siatek, ale wierzymy też, że jest miejsce na 1-5 ścian w każdym mieście z muralami reklamowymi. Załączam serdeczne pozdrowienia, P. M.

39. "Wiele reklam stoi nielegalnie i to chyba za przyzwoleniem urzędników naszego miasta. Na przykład te, które stoją w pasach drogowych rozdzielających jezdnię".

40. "Olsztyńska przestrzeń publiczna staje się w ostatnich latach coraz bardziej przyjazna. Zwrócenie uwagi na jej aspekt estetyczny jest kolejnym, koniecznym krokiem w tworzeniu miasta zwróconego w stronę mieszkańców. Ograniczenie praw włas-

ności na obszarach, na których te prawa mogą kolidować z estetyką przestrzeni publicznej jest konieczne dla wspólnego dobra mieszkańców, choć wprowadzenie tych ograniczeń powinno być też konsultowane osobno z organizacjami reprezentującymi przedsiębiorców".

41. "Należy ograniczyć reklamy zalewające miasto oraz zadbać o wygląd i miejsca rekreacji (obiekty małej architektury) w osiedlach takich jak Jaroty, Nagórki, Pieczewo, Os. Generałów".

42. "Dobrze, że powstaną nowe przepisy. Nie można jednak wylewać dziecka z kąpielą. Należy zadbać o to by pojawiły się w mieście z jednej strony nowoczesne z drugiej dostosowane do krajobrazu miasta formy reklamy. Świetnym przykładem może być miasto podobnej wielkości do Olsztyna Dijon - stolica Burgundii. Pięknie uporządkowana strefa staromiejska gdzie nośniki reklamowe w odpowiedniej formie są naturalnym uzupełnieniem tkanki staromiejskiej. Są to stylizowane na stare okrągłe słupy z citylightami wewnątrz. Nie należy też całkowicie rezygnować czy zakazywać reklamy wielkoformatowej, również w śródmieściu, bezwzględnie chroniony powinien być obszar starego miasta. Zakazy doprowadzą do patologii i wynaturzeń w postaci wielkich mobilboardów, stawianych zamiast tablic przyczep reklamowych i innych anomalii".

43. "Czyż nie lepiej byłoby naprawić np. ulicę Partyzantów niż wydawać pieniądze na tego typu ankiety?? Z pewnością to by dużo bardziej poprawiło wizerunek miasta!!!!"

44. "Moim zdaniem to szukanie dziury w całym. Tak naprawdę tylko na okrąglaku reklam było za dużo, ale temat jest chyba już zamknięty".

45. "Uchwała Krajobrazowa powinna być jak najszybciej uchwalona, aby zahamować narastający chaos reklamowy".

46. "Może warto zastanowić się nad maksymalną powierzchnią jednej reklamy i odległością od znaków drogowych np najbliższa reklama może znajdować się nie bliżej znaku drogowego niż 15 metrów".

47. "Temat reklam w mieście do ograniczenia, bulwersujący z uwagi na totalne złamanie ładu miejskiego i bezpieczeństwa".

48. "Mała architektura - temat warto omawiać częściej i bardziej się nad nim pochylić".

49. "Niestety sami urzędnicy przyczyniają się do zaśmiecania miasta reklamami wydając pozwolenia na lokowanie reklam w miejscach, które powinny być chronione. Ostatnio przy ul. Tuwima, teren przy Łynie został ogrodzony z przeznaczeniem dla reklam. Takich przykładów jest mnóstwo. Uchwała Krajobrazowa powinna być restrykcyjna i nareszcie wyzwolić nasze miasto z natłoku reklam".

50. "Przede wszystkim osoby odpowiedzialne w administracji muszą kontrolować".

51. "Kiedy zostaną wyburzone ruiny przy ulicy Sielskiej 6 i 8? Oraz kiedy zostanie wyburzony młyn Olszyński będący pseudozabytkiem?"

52. "Warto aby wszystkie opinie złożone przez mieszkańców Olsztyna oraz ludzi którzy tu pracują i przebywają wziąć pod uwagę przy uchwalaniu przepisów dotyczących reklam, ogrodzeń oraz małej architektury, które będą usytuowane na terenie miasta Olsztyna. Niech te konsultacje nie będą tylko listkiem figowym(odbyły się, więc można ustalać wszystko), który przykryje decyzje Rady Miasta".

53. "Reklamy w mieście powinny być rozmiarem i formą dopasowane do otoczenia i charakteru miejsca, w którym się znajdują".

54. "Uchwała Krajobrazowa powinna wprowadzić ład i estetykę do przestrzeni miejskiej. Radykalnie ograniczyć liczbę reklam w mieście. Wyznaczyć strefy wolne od reklam (tylko szyldy) : obszar historyczny, zabytkowy, tereny zielone, tereny cenne przyrodniczo np. nad akwenami wodnymi, lasy. Zakazać wieszania banerów".

Spisano w Wydziale Rozwoju Miasta i Budownictwa, październik, 2016 r.



**Załącznik 4C Wyniki ankiety - podsumowanie****1. Jaka jest Pani/Pana opinia na temat reklam w Olsztynie (348 odpowiadających)**

Pytanie	Tak	Nie	Nie wiem	Reszta
1. Reklamy powinny zniknąć z przestrzeni miasta	59%	28%	4%	9%
2. Reklamy rozpraszają uwagę kierowców	64%	23%	7%	6%
3. Reklamy zaśmiecają miejską przestrzeń	84%	9%	2%	5%
4. Reklam jest za dużo	87%	7%	2%	4%
5. Nie zwracam uwagi na reklamy	20%	56%	7%	17%
6. Podobają mi się reklamy takie jakie są	6%	76%	3%	15%
7. Reklamy są potrzebne w mieście	31%	48%	7%	14%
8. Reklam powinno być więcej	2%	77%	5%	16%

**2. Jaka jest Pani/Pana opinia na temat liczby poszczególnych nośników reklam w Olsztynie (345 odpowiadających)**

	Za mało	Za dużo	Odpowiednia ilość	Nie mam zdania	Reszta
1. Tablice reklamowe (billboardy) na budynkach	1%	78%	17%	4%	0%
2. Siatki wielkoformatowe na budynkach	2%	77%	13%	8%	0%

3. Naklejki na szybach budynków	2%	72%	15%	8%	3%
4. Szyldy na budynkach (kasetony, semafor, tablice)	7%	48%	33%	8%	4%
5. Tablice i urządzenia reklamowe na ogrodzeniach	2%	80%	11%	5%	2%
6. Tablice i urządzenia reklamowe na przystankach komunikacyjnych	7%	29%	54%	6%	4%
7. Wolnostojące tablice wielkoformatowe	4%	70%	20%	4%	2%
8. Wolnostojące tablice małe	4%	64%	19%	10%	3%
9. Wolnostojące tablice w pasach drogowych głównych ulic wjazd.	5%	68%	17%	7%	3%
10. Naklejki na pojazdach komunikacji miejskiej	4%	31%	50%	11%	5%
11. "Potykacze"	4%	56%	20%	18%	2%
12. Tablice na słupach oświetleniowych	4%	59%	16%	18%	3%

**3. Czy Pani/Pana zdaniem należy wprowadzić restrykcje w umieszczaniu tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w zależności od obszaru miasta i czy dany obszar powinien być wyodrębniony (345 odpowiadających)**

	Pełna dowolność	Uniarkowane restrykcje	Tylko szyldy	Nie wyodrębniać	Reszta
--	-----------------	------------------------	--------------	-----------------	--------

1. Ścisłe zabytkowe centrum (Stare Miasto)	2%	9%	88%	1%	0%
2. Inne obszary zabytkowe (np. Kortowo, fragmenty Zatorza, Osiedle nad Jez. Długim)	4%	33%	59%	3%	1%
3. Śródmieście wraz ze śródmiejskimi parkami	5%	28%	65%	2%	0%
4. Osiedla domów wielorodzinnych (np. Na-górki, Jaroty)	13%	59%	23%	4%	1%
5. Osiedla domów wielorodzinnych (np. Dajtki, Brzeziny, Gutkowo)	14%	54%	26%	4%	2%
6. Tereny zielone – lasy, jeziora, parki (np. Las Miejski, tereny nad Jez. Ukiel)	4%	15%	77%	3%	1%
7. Tereny przemysłowe (np. Track, okolice ulic Lubelskiej i Towarowej)	36%	48%	10%	3%	3%
8. Główne wjazdy do miasta (pasy drogowe ulic: Sielskiej, Warszawskiej, Wojska Polskiego, Bałtyckiej)	17%	59%	20%	3%	1%
9. Inne obszary	14%	55%	13%	8%	10%

**4. Jaka jest Pana/Pani opinia na temat przykładowych ograniczeń, które mogłyby być zastosowane w regulacjach dotyczących usytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w Olsztynie (344 odpowiadających)**

	Tak	Nie	Nie wiem	Reszta

1. Zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ogrodzeniach	73%	17%	8%	2%
2. Zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powyżej parapetu okiennego pierwszego piętra	69%	17%	12%	2%
3. Zakaz zasłaniania okien budynku tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi	87%	8%	4%	1%
4. Zakaz zaklejania okna powyżej 20% jego powierzchni	78%	13%	7%	2%
5. Nakaz integrowania przestrzennego szyldów oraz tablic reklamowych dotyczących jednego miejsca (budynku, zespołu budynków)	77%	11%	10%	2%
6. Ograniczenie ilości szyldów dla jednego punktu handlowego lub usługowego	77%	15%	7%	1%

**5. Które cechy olsztyńskich reklam nie podobają się Pani/Panu? Można zaznaczyć kilka (347 odpowiadających)**

1. Mrugające światło	67%
2. Jaskrawa kolorystyka	60%
3. Chaotyczne usytuowanie względem otoczenia	87%
4. Za duże gabaryty	71%
5. Jakość wykonania	65%
6. Stan utrzymania	65%

7. Niedostosowanie do architektury budynku	83%
8. Inne	4%

#### 6. Pytania ogólne dotyczące ankietowanych (352 odpowiadających)

1. Mieszkańcy Olsztyna	88%
2. Mieszkańcy śródmiejskich kamienic	10%
3. Mieszkańcy domów na osiedlach wielorodzinnych	24%
4. Mieszkańcy domów jednorodzinnych	17%
5. Przedsiębiorcy reklamujący się	7%
6. Projektanci reklam	4%
7. Przedsiębiorcy produkujący reklamy	1%
8. Właściciele nieruchomości udostępnionych pod reklamy	2%
9. Przedstawiciele organizacji pozarządowych	4%
10. inna możliwość	2%

Sporządzono w Wydziale Rozwoju Miasta i Budownictwa, październik 2016 r.

## Załącznik 4D Protokół ze spotkania w dniu 15.11.2016

<b>PROTOKÓŁ</b>	
<b>Dotyczy: II spotkania konsultacyjnego w Olsztynie w sprawie Uchwały Krajobrazowej dla Miasta Olsztyna.</b>	
<b>Miejsce: Urząd Miasta Olsztyna, sala 219</b>	<b>Data: 15.11.2016r</b>
<b>Przebieg spotkania</b>	
<b>1. Otwarcie spotkania</b>	
<b>Pani Magdalena Orlik</b> (Z-ca Dyrektor Wydziału Rozwoju Miasta i Budownictwa, Urząd Miasta Olsztyna) przywitała gości oraz przedstawiła plan spotkania.	
<b>2. Prezentacja</b>	
<b>Pani Ewa Gadomska</b> (Kierownik Referatu Planistycznego, Urząd Miasta Olsztyna) przedstawiła prezentację „Podsumowanie wyników ankiet i warsztatów”. Plan prezentacji obejmował: dotychczasowe działania dotyczące tworzenia Uchwały Krajobrazowej dla Olsztyna, wyniki ankiety, wnioski i rekomendacje z warsztatów, planowane działania, działania w innych miastach.	
<b>3. Dyskusja</b>	
<b>Pani Renata Domzalska</b> (Urząd Miasta Olsztyna) rozpoczęła dyskusję, zapytała uczestników o opinię odnośnie zaprezentowanego materiału.	
<b>Pan Lech Kaczoń</b> (Prezes Izby Gospodarczej Reklamy Zewnętrznej) przypomniał ostatnie spotkanie w ramach prowadzonej dyskusji i swoją prezentację dotyczącą rozwiązań reklamowych w Europie i na świecie. Następnie stwierdził, że wyniki ankiety należy głębiej przeanalizować. Dodał, że liczba wypełnionych formularzy nie jest reprezentatywna dla Olsztyna. Podkreślił, że okres dostosowania do zapisów uchwały, dla reklam zewnętrznych powinien być dłuższy niż proponowany. Apelowo, aby patrzeć na miasto z punktu widzenia mieszkańców, przestrzeni publicznej, zabytków, ale również działalności gospodarczej.	
<b>Pan Grzegorz Gromow</b> (Dyrektor oddziału AMS Gdańsk) poruszył temat planowanego okresu dostosowania reklam do nowych zapisów aktu lokalnego.	
<b>Pani Ewa Gadomska</b> odpowiedziała, że w dzisiejszej prezentacji przedstawione są rekomendacje osób, które przeprowadzały warsztaty w Olsztynie.	
<b>Pan Paweł Szczur</b> (Forum Rozwoju Olsztyna) zadał pytanie Panu Gromow o relatywny sposób na czas dostosowania reklam, który nie utemperuje reklamodawców, a uspokoi mieszkańców mających dość chaosu reklamowego.	
<b>Pan Grzegorz Gromow</b> odpowiedział, że konieczność dostosowania w czasie 12 miesięcy wszystkich reklam wpłynie na ekonomię firm. Dodał, że chaos reklamowy powstawał w Olsztynie co najmniej 20 lat, stąd czas dostosowania do nowych zasad powinien być dłuższy.	
<b>Pan Paweł Szczur</b> podkreślił, że jeżeli rząd podnosi podatki, to też właściwie robi to z dnia na dzień.	

**Pani Renata Domżańska** powróciła do wyników ankiety i rekomendacji z warsztatów. Powiedziała, że materiały umieszczone zostaną na platformie konsultacji społecznych i każdy będzie mógł dokładnie przeanalizować wyniki.

**Pan Artur Pawłowski** (Pełnomocnik Zarządu Stroer Polska) powiedział, że nośniki reklamowe outdoor są legalne, ich formy ustalane były z Biurami Architektury i Plastykami Miejskimi. Podkreślił, że porządkowanie chaosu reklamowego należy zacząć od usuwania tych, które znajdują się w przestrzeni publicznej bezprawnie. Zaapelował o wydłużenie czasu dostosowania form reklamowych outdoor do zapisów olsztyńskiej uchwały.

**Pani Kordula Szczechura** (mieszkanca Olsztyna) zwróciła uwagę, że gdyby branża reklamowa miała własne ograniczenia, nie doszłoby w mieście do takiej degradacji przestrzeni publicznej. Powiedziała, że istnieje powszechne niezadowolenie mieszkańców chaosem reklamowym, co wynika z przeprowadzonej ankiety. Podała przykłady dobrych praktyk reklamowych, gdzie zjawisko wszechobecnej reklamy nie istnieje. Podkreśliła, że nikt nie krytykuje branży reklamowej, tylko chaos jaki powstał.

**Pan Norbert Bobkiewicz** (członek prezydium zarządu Towarzystwa Miłośników Olsztyna) przypomniał niedawne spotkanie zorganizowane w BWA, w sprawie dzikich reklam na słupach oświetleniowych oraz znakach drogowych. Wniósł, aby zabronić umieszczania wszelkich nośników reklamowych na takich urządzeniach. Jako dobry przykład podał Radom, gdzie wprowadzono uchwałę zakazującą powyższych działań).

**Pan Tomasz Głazewski** (Radny Olsztyna) powiedział, że olsztyńska Uchwała Krajobrazowa będzie jedną z najważniejszych uchwał. Stwierdził, że badanie opinii mieszkańców w tej sprawie powinno odbyć się za pomocą panelu obywatelskiego, a rekomendacje powinny zostać przygotowane z udziałem przedstawicieli branży reklamowej. Pan Głazewski powiedział, że w trakcie trwających konsultacji powinno się składać wnioski odnośnie omawianych zagadnień. Dodał również, że proponowany przez branżę reklamową 3 letni okres dostosowania reklam do obowiązujących w przyszłej uchwale jest znacznie za długi.

**Pan Artur Pawłowski** odniósł się do wypowiedzi Pana Głazewskiego, stwierdzając, że czas krótszy niż proponowany przez outdoor jest dla całego procesu organizacyjnie i logistycznie niemożliwy. Wniósł, aby wziąć to pod uwagę przy pisaniu uchwały.

**Pan (nazwisko podane niewyraźnie)** zadał pytanie o źródło przedstawionych założeń do uchwały oraz czas pracy zespołu roboczego. Poprosił również o informację w sprawie możliwości składania wniosków przed wyłożeniem uchwały.

**Pani Renata Domżańska** odpowiedziała, że dzisiaj przedstawione zostały wnioski z ankiety i rekomendacje po przeprowadzonych warsztatach.

**Pani Ewa Gadomska** powiedziała, że zespół roboczy pracuje od czerwca tego roku. Natomiast planowane jest jeszcze spotkanie na którym przeanalizowane zostaną poszczególne zapisy planowanej uchwały. Dodała, że planowany termin to początek 2017 roku.

**Pani Renata Domżańska** zachęciła zgromadzonych do analizy materiałów umieszczonych na platformie konsultacji społecznych i podziękowała uczestnikom spotkania za przybycie.

Na tym II spotkanie konsultacyjne w sprawie Uchwały krajobrazowej dla Miasta Olsztyna zakończono.

INSPEKTOR

*Sponsoring Renata Domzalska*  
22.11.2016