

## **Rekomendacje dotyczące zapisów uchwały krajobrazowej dla miasta Olsztyna z dnia 20 października 2016 r.**

---

Aleksandra Stępień-Dąbrowska (Stowarzyszenie Miasto Moje a w Nim)  
Ewa Zielińska (Stowarzyszenie Kulturotwórcze Miastodwa)

Poniżej prezentujemy rekomendacje dotyczące zapisów uchwały krajobrazowej dla miasta Olsztyna przygotowane w oparciu o wnioski z dyskusji warsztatowej, jaka odbyła się w Urzędzie Miasta Olsztyna 30 września 2016 r.

Warsztaty były kontynuacją cyklu spotkań dotyczących założeń polityki reklamowo-szyldowej dla Olsztyna. Głównym celem spotkania, było wypracowanie w ramach różnorodnych grup interesariuszy wspólnych stanowisk dotyczących zapisów planowanej uchwały krajobrazowej. W warsztatach wzięło udział 28 osób, w tym pracownicy urzędu, przedstawiciele branży reklamowej, przedsiębiorcy, reprezentanci lokalnych stowarzyszeń i społeczności.

Spotkanie rozpoczęła Aleksandra Stępień, prezentując jako inspirację do dalszej pracy przykłady działań zaczerpnięte z miast europejskich. W drugiej części spotkania uczestnicy podzieleni na sześć grup roboczych rozważali różne propozycje dotyczące zapisów uchwały. Następnie każda grupa zaprezentowała swoje wytyczne, po czym przyszedł czas na dyskusję wspólną. Moderatorką warsztatu była Ewa Zielińska.

W poniższych rekomendacjach wskazano, w których punktach uczestnicy byli zgodni, a gdzie pojawiły się rozbieżności. W sytuacji, gdy dla danego punktu dyskusja nie przyniosła rozstrzygnięcia, autorki wskazały propozycje możliwych rozwiązań kierując się po pierwsze celem Ustawodawcy, po drugie własną ekspertyzą, po trzecie analizą i porównaniem dokumentów, które powstały na potrzeby polityki reklamowej w innych miastach.

Podczas analizy wniosków warsztatowych posiłkowano się następującymi dokumentami:

- Uchwała nr CXV/1547/10 Rady Miasta Krakowa z dnia 3 listopada 2010 r. w sprawie utworzenia parku kulturowego pod nazwą Park Kulturowy Stare Miasto.
- Program estetyzacji przestrzeni publicznej i poprawy wizerunku Olsztyna.
- Rekomendacje Zespołu Konsultacyjnego ds. Ochrony Krajobrazu Miasta Gdańska w związku z uchwałą nr XIV/383/15 Rady Miasta Gdańska z dnia 24 września 2015 roku.
- Uchwała Nr XII/183/2015 Rady Miasta Zakopane z dnia 3 września 2015r. w sprawie utworzenia parku kulturowego pod nazwą "Park Kulturowy obszaru ulicy Krupówki".
- Uchwała nr XXI/483/15 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 9 grudnia 2015r. w sprawie utworzenia Parku Kulturowego ulicy Piotrkowskiej.

- *Jak wykorzystać potencjał ustawy krajobrazowej? Instrumenty prawne i propozycje. Przewodnik dla samorządu gminnego, Instytut Metropolitarny, Gdańsk 2016;*

Dla ułatwienia prac nad uchwałą, rekomendacje wpisano w strukturę, jaką może przyjąć uchwała (jej elementy opisane są poniżej kapitalikami).

## DEFINICJE

Wnioski z warsztatów: Uczestnicy wskazali, aby określić informacje, jakie powinny znaleźć się na szyldzie.

**Rekomendacje:** Rekomendujemy odwołanie się do zapisów tzw. ustawy krajobrazowej, która w sposób wystarczający rozróżnia, czym jest szyld i reklama. Ze względu na to, że zapisy ustawy mogą się zmienić, w uchwale proponujemy odwołanie się jedynie do numeru zapisu, bez przytaczania całej definicji.

## OPIS STREF I ZASADY DLA POSZCZEGÓLNYCH STREF

Wniosek z warsztatów: Olsztyn powinien zostać podzielony na strefy - ze strefą najbardziej restrykcyjną obejmującą obszar Starego Miasta i strefą z najmniejszymi restrykcjami dla obszaru przemysłowego.

**Rekomendacje:** Ze względu na fakt, że obszar przemysłowy przeplata się z funkcjami rezydencjalnymi, proponujemy nie tworzyć odrębnej strefy przemysłowej, ale wskazać zasady dotyczące tych budynków i terenów, które pełnią funkcję usługową, przemysłową i handlową np. możliwy zapis: „Zakaz lokowania szyldów na dachu poza budynkami co najmniej w 80 % przeznaczonymi na funkcję usługową, handlową lub przemysłową”.

Wniosek z warsztatów: konieczne jest stworzenie listy dopuszczonych reklam i szyldów w zależności od stref.

**Rekomendacje:** Aby wykluczyć nieprzewidziane formy szyldów i reklam zaleca się stosowanie zapisów w formule: Zakazane są wszystkie typy reklam (szyldów) oprócz: a) dla strefy x..., dla strefy y: ...”, tak jak stosuje się to w innych dokumentach tego typu.

Wnioski z warsztatów: Niektórzy uczestnicy warsztatów wskazywali konkretne ulice i obszary miasta, które wymagają szczególnej uwagi, np. ulice Wilczyńskiego, 11 listopada, Piłsudskiego, Lubelskiej, Towarowej oraz okolice Dworca Głównego.

**Rekomendacje:** Zalecamy nie wyszczególnianie tych ulic jako odrębnych stref, ale rozpoczęcie od tych obszarów działań „miękkich”, co może przełożyć się na widoczny dla wszystkich efekt.

## ZAKAZY WOBEC NOŚNIKÓW REKLAMOWYCH Z WYJĄTKAMI/Z DOPUSZCZENIEM.

### POD WZGLĘDEM LOKALIZACJI

Wnioski z warsztatów: W każdej strefie powinny obowiązywać:

- bezwzględny zakaz zasłaniania okien;
- zakaz zasłaniania detali architektonicznych;
- zakaz zasłaniania widoku, osi urbanistycznej;

- konieczność komponowania szyldów i reklam z architekturą;
- wytyczne co do form reklamy i odległości między nośnikami – odległości powinny być uzależnione m.in. od klasy drogi;
- zakaz wieszania reklam na obiektach sakralnych, szkołach, cmentarzach, urzędach;
- wytyczne co do form reklamy na obiektach sportowych i kultury;
- zakaz reklam w parkach, skwerach, obszarach cennych przyrodniczo – w tym w otoczeniu jezior;
- zakaz reklam na mostach, wiaduktach i przy skrzyżowaniach;

Nie rozstrzygnięto kwestii (podnoszono głosy za i przeciw):

- wieszania reklam na ogrodzeniach;
- wieszania reklam w ciągach komunikacyjnych i w obszarach rezydencjalnych;
- zakazu lub dopuszczenia reklamy wolnostojącej tylko w wybranych strefach (głosy uczestników nie były jednoznaczne).

**Rekomendacje:** Zalecenia uczestników warsztatów w dużej mierze pokrywały się ze standardowymi zapisami w dokumentach regulujących lokalizowanie reklam i szyldów na elewacjach i w krajobrazie. Warto je uzupełnić o kilka kwestii. W przypadku nośników wolnostojących należy ustalić ich dopuszczalne gabaryty (np. w zależności od strefy) oraz odległości w stosunku do innych nośników, krawędzi jezdni, pomników czy obiektów wpisanych do rejestru zabytków. Takie nośniki nie mogą też przesłaniać elementów SIM, znaków drogowych, kamer monitoringu miejskiego oraz zagrażać bezpieczeństwu pieszych, rowerzystów czy zmotoryzowanych. Nośniki na elewacjach muszą być podporządkowane następującym zasadom: nie mogą zakłócać porządków i podziałów architektonicznych, przykrywać detali, otworów okiennych i drzwiowych, elementów rzeźbiarskich, malarskich, balustrad, balkonów, itp. Warto określić odległości minimalne nośników od elementów architektonicznych takich jak drzwi, okna, gzymsy, pilastry i inne detale architektoniczne.

#### POD WZGLĘDEM TYPÓW NOŚNIKÓW

Wnioski z warsztatów:

- należy stworzyć wspólną informację kierunkową, aby ograniczyć liczbę tablic i reklam kierujących do danej działalności;
- w strefach mieszkalnych ślepe ściany mogą zostać przeznaczone na reklamę [należałoby określić jej formę];
- brak uwag co do możliwości stosowania reklamy systemowej i warunków współpracy z miastem w tym zakresie (np. w zakresie reklamy na przystankach);

**Rekomendacje:** Rekomendujemy, by szyldy dozwolone były niezależnie od terenu Olsztyna, a reklamy – poza strefą Starego Miasta i przyrodniczo-rekreacyjną (zakaz lokalizacji, obnoszenia i obwożenia jakichkolwiek nośników reklamowych w tych dwóch strefach). Wyjątkiem od tego zapisu może być reklama na słupach i tablicach ogłoszeniowych, reklama remontowa oraz tymczasowe nośniki na czas imprez i wydarzeń. Wszędzie tam, gdzie reklama zostanie dozwolona inspirujące mogą się okazać gdańskie rekomendacje do uchwały krajobrazowej, które zastrzegają, że tego rodzaju nośniki nie mogą pojawiać się na elewacjach posiadających okna, elementy detalu architektonicznego, pokrytych szlachetnymi materiałami (cegła licowana, kamień, beton architektoniczny), a także na budynkach i

obszarach wpisanych do rejestru zabytków lub objętych inną opieką konserwatorską. Rekomendujemy zakaz reklamy wielkoformatowej (poza reklamą remontową), reklam na pojazdach, reklam o jaskrawej i fosforyzującej kolorystyce, odbijających światło i odblaskowych, zakaz projekcji świetlnych, elementów ruchomych, źródeł intensywnego światła o stałym i zmiennym natężeniu, paneli i wyświetlaczy LED.

## SPOSÓB UMIESZCZENIA NOŚNIKÓW NA ELEWACJI

### DOZWOLONE WYMIARY

**Rekomendacje:** Uczestnicy nie wypowiedzieli się na temat dozwolonych wymiarów dla nośników umieszczanych na elewacjach budynków. Wielkość nośników powinna być regulowana w zależności od strefy i typu obiektu. Przykładowo łódzki park kulturowy dla ulicy Piotrkowskiej przewiduje szyldy o powierzchni do 0,2m<sup>2</sup>. Park kulturowy Krakowa obejmujący Stare Miasto – maksymalnie 1m<sup>2</sup> dla nośników płaszczyznowych, a dla nośników semaforowych maksymalną odległość 80 cm od elewacji do krańca wysięgnika z szyldem, 60 cm wysokości oraz minimalną wysokość od poziomu chodnika ustaloną na 2,5 m (podobne zapisy znajdują się w projekcie krakowskiej uchwały krajobrazowej dla całego miasta). Rekomendujemy, aby zapisy dotyczące ważnych stref funkcjonowania Olsztyna (Stare Miasto, tereny przyrodniczo-rekreacyjne) były bardziej restrykcyjne w stosunku do pozostałych terenów.

### PROCENT ZAKLEJENIA WITRYNY/ZAJĘCIA ELEWACJI

Wnioski z warsztatów: uczestnicy postulowali, aby żadna działalność nie była traktowana w sposób szczególny – co oznacza na przykład, że mroźną naklejkę na witrynie może zastosować każdy (a nie tylko gabinet dentystyczny), ale zaleceniem powinno być pozostawienie przejrzystej witryny.

**Rekomendacje:** Rekomendujemy możliwość wykorzystania witryny jako nośnika szyldu, ale tylko wówczas, jeśli procent jej całkowitego zaklejenia dla jednego lokalu nie przekracza 10%. Zaleca się, aby to rozwiązanie było stosowane głównie wtedy, gdy umieszczenie innego rodzaju szyldu w pasie ponad witrynami lub obok wejścia do lokalu jest utrudnione bądź niemożliwe. Za specyficzny element oszyldowania miejsca trzeba uznać informacje dotyczące uzyskanych certyfikatów, możliwości płacenia kartą płatniczą lub stosowania kart rabatowych oraz informacje o godzinach otwarcia. Projekt krakowskiej uchwały krajobrazowej przewiduje dla nich stosowne wymiary (maksymalnie format A6 dla pojedynczej naklejki i format A3 dla informacji o czasie funkcjonowania).

Mimo opinii uczestników, zwracamy uwagę, że niektóre typy działalności wymagają osobnego podejścia do kwestii zasłaniania witryny. Rekomendujemy, aby inspirować się zapisami łódzkiego parku kulturowego, który dopuszcza całkowite przesłonięcie witryn, okien lub drzwi folią (najlepiej imitującą efekt tzw. mroźnego szkła), roletami, plakatami itp. jedynie w związku z dziejącymi się imprezami lub jeśli profil lokalu albo funkcja pomieszczenia tego wymaga. Nawet wówczas jednak forma przesłonięcia powinna być dopasowana do charakteru budynku i jego kompozycji architektonicznej.

## GRANICA WYSOKOŚCI UMIESZCZENIA NOŚNIKÓW

Wnioski z warsztatów:

- szyldy powinny się znajdować na tej samej wysokości w ramach jednego budynku;
- obowiązuje zasada szyldy tylko na poziomie parteru – wyjątkami od tej zasady mogą być litery przestrzenne skomponowane z architekturą budynku.

**Rekomendacje:** W przypadku ogólnych regulacji dla lokalizowania szyldów na elewacji (niezależnych od strefowania) warto zwrócić uwagę, że bardziej precyzyjny jest zapis nakazujący umieszczanie ich jedynie w kondygnacji, na której znajduje się zewnętrzne wejście do budynku. Można sobie bowiem wyobrazić sytuację, w której do zasady „szyldy tylko na poziomie parteru” nie będą pasować lokale z zewnętrznym wejściem na wysokości pierwszego piętra lub pawilony handlowo-usługowe z galeriami sklepowymi na wyższych kondygnacjach. Proponowany zapis – poza potrzebnym niuansowaniem – i tak zapewnia, że w dominującej liczbie przypadków szyldy trzymać się będą linii parteru.

W zależności od potrzeb, można pomyśleć o wyjątkach, na które również zwracali uwagę uczestnicy, a które należałoby doprecyzować:

- dopuszczeniu liter przestrzennych powyżej linii parteru na wybranym obszarze lub na określonych budynkach, jeśli są odpowiednio skomponowane z architekturą;
- dopuszczeniu na dachach szyldów lub reklam o ściśle uregulowanej wielkości i formie, jeśli budynek, na którym mają się znajdować w 80% wykorzystywany jest na cele handlowo-usługowe;
- dopuszczeniu szyldów w witrynie powyżej linii parteru, jeśli jednolite przeszklenie biegnie od parteru przed kilka kondygnacji danego budynku i tylko wówczas, jeśli szyld nie będzie przesłaniał 10% powierzchni witryny dla pojedynczego lokalu;
- dopuszczeniu szyldów i reklam w formie muralu lub neonu umieszczonego np. prostopadle do elewacji.

W przypadku szyldów utrzymanych w granicach parteru rekomendujemy, aby musiały one znajdować się na zbliżonej wysokości wobec siebie (tworzyć rodzaj poziomej wstęgi), a priorytetem dla ich umiejscowienia było dopasowanie do kompozycji architektonicznej i podziałów budynku.

## ILOŚĆ NOŚNIKÓW NA ELEWACJI/ILOŚĆ NOŚNIKÓW DLA JEDNEGO LOKALU

Wnioski z warsztatów:

- obowiązuje zasada: „jedna działalność, jeden szyld” – jeden szyld oznacza możliwy komplet (szyld płaski, czyli tablica + szyld prostopadły, tzw. semafor); wyjątkami od tej zasady są: lokale narożne; lokale z wieloma otworami okiennymi (powinny uwzględniać oś podziału witryny, czyli zastosować szyld dzielony);
- lokale w bramie lub podwórzu powinny mieć dostęp do możliwości oszyldowania od ulicy (tablice zbiorcze);

**Rekomendacje:** Wydaje się, że zgodnie z głosami uczestników, zasada „jeden lokal – jeden szyld” jest zbyt sztywna, by w każdym przypadku nośnik spełniał swoje funkcje informacyjne. Rekomendujemy dopuszczenie maksymalnie dwóch typów szyldów dla jednego lokalu –

płaskiego, umieszczonego równoległe do elewacji albo w witrynie oraz prostopadłego, tzw. semafora. W lokalach narożnych zestaw ten może zostać zdublowany dla każdej elewacji. W przypadku lokali z kilkoma wejściami i/lub wieloma otworami okiennymi/witrynami dozwolone może być dzielenie szyldu płaskiego tak, aby komponował się lepiej z architekturą budynku i uwzględniał oś podziału witryny. W przypadku lokali gastronomicznych – kawiarni, restauracji, barów – dopuszczalne byłoby stosowanie przez nie jednego dodatkowego potykacza, gabloty lub stojaka z menu. W zależności od strefy rekomendacje te można zaostrzać, np. o zapisy dotyczące grubości i wielkości szyldów, wskazane wyżej.

W przypadku, gdy lokale znajdują się w bramie lub podwórzu albo wiele podmiotów mieści się w jednym budynku (biurowce, centra handlowe itp.), rekomendujemy, aby przysługiwał im jeden szyld od strony głównej ulicy, tylko jeśli będzie częścią jednej tablicy zbiorczej na elewacji lub przed nią albo tylko, jeśli będzie elementem uporządkowanej kompozycji na fasadzie np. kilku logotypów danych marek.

#### REGULACJE DLA KONKRETYCH TYPÓW NOŚNIKÓW, NP. REKLAMY REMONTOWEJ

Wnioski z warsztatów: co do reklam na czas remontu uczestnicy wypowiedzieli się zarówno za i przeciw – reklama co prawda przynosi dochód, który można przeznaczyć na remont, ale jednocześnie reklama stosowana bez ograniczeń petryfikuje zły stan budynku, bo remontu „nie opłaca się zrobić”, skoro można czerpać stały dochód z reklamy;

**Rekomendacje:** Rekomendujemy dopuszczenie reklamy remontowej tylko na czas trwania remontu i tylko pod określonymi warunkami: brak oświetlenia nośnika, maksymalny czas ekspozycji – 12 miesięcy nie częściej niż raz na 5 lat, w zależności od strefy 50-70% powierzchni siatki musi być odwzorowaniem elewacji lub pozostać wolna.

#### ZALECENIA ODNOŚNIE STANDARDÓW JAKOŚCIOWYCH (OŚWIETLENIE, KOLORYSTYKA ITP.)

Wnioski z warsztatów: szyldy i reklamy muszą komponować się z architekturą; należy wykluczyć ledy.

**Rekomendacje:** ze względu na fakt, że Ustawodawca dopuścił regulacje odnośnie standardów jakościowych jedynie w formie zaleceń, rekomendujemy rozszerzenie ich o zapisy, które mogą wskazywać jak komponować treść i formę szyldu i reklamy z otoczeniem.

#### SZCZEGÓLNE WYJĄTKI NP. TYPY NOŚNIKÓW TOLEROWANYCH TYLKO PODCZAS IMPREZ, ŚWIĄT, WYBORÓW.

Wnioski z warsztatów: Należy stworzyć wyjątki dotyczące reklam na czas imprez masowych, wydarzeń kulturalnych.

**Rekomendacje:** W dokumentach regulujących kwestie estetyki przestrzeni publicznej uwzględnia się wyjątki dla umieszczania konkretnych nośników w związku z organizacją imprez: wystaw, koncertów, festiwali czy jarmarków. Istotna jest jednak ścisła regulacja

obecności reklam przed i po wydarzeniu oraz stworzenie listy ich dopuszczonych form w zależności od lokalnych zwyczajów i standardów (np. flagi, chorągwie, urządzenia na słupach oświetleniowych, dodatkowe elementy małej architektury). Rekomendujemy ustalenie maksymalnego czasu ekspozycji nośników przed wydarzeniem na 14 dni. Przy dużej ilości imprez pozwoli to uniknąć wrażenia, że dodatkowe nośniki są stale obecne w krajobrazie miasta, a zmienia się tylko ich treść. Rekomendujemy również dopuszczenie stałych elementów małej architektury, które informowałyby o programach i repertuarach wybranych instytucji lub projektach miejskich. Należy stanowczo unikać korzystania z wielkoformatowych siatek i banerów na budynkach lub ogrodzeniach.

## OKRES DOSTOSOWANIA UCHWAŁY

**Rekomendacje:** Uczestnicy nie poruszyli tej kwestii na warsztatach. Rekomendujemy 12-miesięczny okres dostosowawczy do regulacji wynikających z uchwały krajobrazowej.

## Rekomendacje dotyczące działań miękkich

---

Podczas dyskusji warsztatowej można było odnieść wrażenie, że pewne tematy wynikające z „ustawy krajobrazowej” wymagają pogłębienia. Autorki podsumowania uznały, że mieszkańcom Olsztyna brakuje informacji na temat dokładnych planów Urzędu Miasta związanych z wprowadzeniem „uchwały krajobrazowej” oraz świadomości rezultatów, jakie może przynieść przyjęcie nowego prawa, nawet jeśli mówimy jedynie o poprawie wizerunku miasta. Dlatego, aby wspomóc osoby odpowiedzialne za proces wprowadzania uchwały, podajemy niżej propozycje działań miękkich, które niewielkim nakładem środków mogą przyczynić się do budowania sieci partnerów w działaniach dotyczących „uchwały”. Zastrzegamy, że celem działań powinno być nie tylko podnoszenie świadomości na temat celowości zmian w przestrzeni Olsztyna, lecz także dostarczanie „know-how” w zakresie psychologii środowiskowej, kompozycji przestrzennej, czy technik sztyldziarskich oraz ułatwianie dostępu do specjalistów – pracowników urzędu, projektantów i rzemieślników. Niektóre z podanych niżej działań zostały zaproponowane przez mieszkańców podczas dyskusji warsztatowej lub po zakończeniu spotkania pozostawiane przez uczestników na tablicy na tzw. wolne wnioski.

### DZIAŁANIA W RAMACH URZĘDU MIASTA:

1. Uczestnicy postulowali udział „Architekta Miasta” w całym procesie. Obecnie brakuje stanowiska, które w jednoznaczny sposób wiązałoby się z wydawaniem decyzji dotyczących reklamy i osztyldowania budynków. Rozwiązaniem mogą być drobne, ale znaczące zabiegi wskazujące mieszkańcom i przedsiębiorcom, że mają w urzędzie partnera w tym zakresie:
  - na stronie internetowej Urzędu Miasta warto jednoznacznie w widocznym miejscu wskazać, kto odpowiada za kwestie objęte „uchwałą krajobrazową” i do kogo można zgłosić się po poradę;



- w określonym dniu tygodnia można wyznaczyć godzinę pod nazwą „dyżur reklamowy” – kiedy to osoba odpowiedzialna za kwestie związane z uchwałą będzie do dyspozycji wszystkich zainteresowanych.
2. Działaniem w dłuższej perspektywie jest stworzenie platformy do rejestracji legalnych szyldów i reklam, tak aby eliminować tworzące konkurencję nośniki nielegalne.

#### DZIAŁANIA WE WSPÓŁPRACY URZĘDU MIASTA Z ORGANIZACJAMI POZARZĄDOWYMI:

3. Odpowiedzią na brak możliwości objęcia uchwałą standardów jakościowych szyldów i reklam oraz sposobem na lepszą prezentację zasad objętych uchwałą może być katalog dobrych wzorców i praktyk - w formie broszury dostarczanej bezpośrednio przedsiębiorcom lub w formie strony internetowej.
4. Wydarzenie angażujące mieszkańców. Tu można wzorować się na działaniach prowadzonych w innych miastach – np. w Toruniu przeprowadzono spacery badawcze połączone z robieniem zdjęć, które następnie wspólnie omawiano podczas warsztatów: <http://www.konsultacje.torun.pl/pl/szyldy-i-reklamy-na-starowce-i-bydgoskim-przedmiesci>; w Bydgoszczy organizowano konkursy na najlepszy szyld zgłoszony przez mieszkańców.

#### DZIAŁANIA WE WSPÓŁPRACY URZĘDU MIASTA Z UNIWERSYTETAMI I SZKOŁAMI O SPECJALIZACJI LUB KIERUNKACH ZWIĄZANYCH Z PROJEKTOWANIEM I WZORNICTWEM

5. Uczestnicy rekomendowali wsparcie finansowe dla przedsiębiorców, którzy najszybciej dostosują się do nowych przepisów. Zarówno ze względów organizacyjnych jak i formalnych takie działanie może być problematyczne. Proponujemy nawiązanie współpracy z placówkami oświatowymi związanymi z projektowaniem i wzornictwem i stworzenie systemu wsparcia / konsultacji dla osób, które zgłaszają zainteresowanie takimi poradami. Działanie to można opracować również we współpracy z organizacją pozarządową i wprowadzać jego modyfikacje – zamiast porad indywidualnych, można zorganizować warsztaty dla większej grupy np. na temat komponowania szyldów, witryn, dopasowania nośnika do architektury itp.

#### DZIAŁANIA WE WSPÓŁPRACY URZĘDU MIASTA ZE SPÓŁDZIELNIAMI I WSPÓLNOTAMI MIESZKANIOWYMI

6. Spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe mogą stać się naturalnym partnerem Urzędu Miasta szczególnie w ramach projektów, które wymagają zaangażowania wielu osób. Już podczas warsztatów przedstawiciele spółdzielni zwracali uwagę na to, że mogą wspomóc pracowników Urzędu np. podczas działań związanych z audytem krajobrazowym. Organizowane wspólnie spacery, które miałyby na celu mapowanie legalnych i nielegalnych nośników mogłoby być dobrym sposobem na zaangażowanie mieszkańców i tym samym budowanie odpowiedzialności za przestrzeń.