

Zasady lokalizacji, wykonywania i ekspozycji nośników reklam oraz instalowania urządzeń technicznych na obszarze Zespołu Staromiejskiego i Bydgoskiego Przedmieścia.

Podstawa prawna:

zarządzenie nr 378 Prezydenta Miasta Torunia z dnia 30 października 2013 r. w sprawie Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Torunia - § 18 pkt 8 załącznika do Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Torunia w związku z art. 36, ust. 1, pkt 10 i 11 ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. Nr 162, poz. 1568, z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą o ochronie zabytków”.

Niniejszy dokument zawiera zasady umieszczania nośników reklam oraz innych elementów informacji wizualnej (ich usytuowanie, rodzaj, wielkość, efekt plastyczny) na obszarach i obiektach objętych ochroną prawną wynikającą z przepisów ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków, jakimi kieruje się Miejski Konserwator Zabytków w Toruniu przy udzielaniu pozwolenia.

I. Definicje podstawowe.

1. Użycie następujących określeń oznacza:

- 1) **reklama** - upowszechnienie informacji o osobach, firmach, towarach, usługach, przedsiębiorstwach lub ruchach społecznych w jakiegokolwiek wizualnej formie;
- 2) **nośnik reklamy** - przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniem;
- 3) **tablica reklamowa** - nośnik reklamy o płaskiej powierzchni, wolnostojący lub przytwierdzony do budynku, a także baner, ekspozytor, roll-up, reklama naklejana na okna lub witryny;
- 4) **urządzenie reklamowe** - nośnik inny niż tablica - np. słup, stelaż itp;
- 5) **reklama remontowo – budowlana** - reklama umieszczana na rusztowaniach, ogrodzeniach lub wyposażeniu placu budowy;
- 6) **szyld** - niewielka powierzchniowo reklama w postaci tablicy, napisu, odrębnych liter bądź znaków (np. logo firmy), znaków przestrzennych lub tablicy, informująca o siedzibie jednostki organizacyjnej lub działalności gospodarczej

prowadzonej na nieruchomości lub w budynku, na którym reklama jest zlokalizowana. Szyld może mieć formę tablicy montowanej na ścianie lub tzw. „semafora” (szyld na wysięgniku montowany prostopadle do ściany);

- 7) **Miejski System Informacji (MSI)** - tablice, znaki i urządzenia informacyjne ustanowione przez władze miasta – dotyczą sfer działalności tych władz, np. nazwy ulic, numeracja porządkowa, oznakowanie obiektów użyteczności publicznej zarządzanych przez władze miasta, symbole narodowe, oznakowanie urządzeń technicznych itp;
- 8) **reklama okolicznościowa** (okresowa) - reklama lokalizowana w związku z konkretnym wydarzeniem społecznym, artystycznym lub rozrywkowym, np. obchodami świąt narodowych, wyborami, uroczystościami religijnymi, wystawą, pokazem, festiwalem itp. na okres nie dłuższy niż 60 dni.

II. Zasadnicze prawa i obowiązki właściciela lub najemcy nieruchomości.

1. Każdy podmiot działający lub prowadzący działalność gospodarczą na terenie Zespołu Staromiejskiego i Bydgoskiego Przedmieścia ma prawo do umieszczenia jednego szyldu informacyjnego o prowadzonej przez niego działalności w każdym miejscu jej prowadzenia.

2. Każdy właściciel lub najemca ma obowiązek przed wykonaniem reklamy przedstawić jej prawidłowo przygotowany projekt do uzgodnienia przez Miejskiego Konserwatora Zabytków – z podaniem wymiarów reklamy, określeniem precyzyjnej lokalizacji na elewacji lub w przestrzeni, ze wskazaniem kolorystyki, materiału, sposobu wykonania i zamontowania, a także podać termin ekspozycji reklamy.

3. Właściciel nośnika reklamy oraz szyldu zobowiązany jest do utrzymywania ich w należyłym stanie technicznym i estetycznym.

III. Lokalizacja nośników reklamy.

Nośniki reklamy nie powinny być umieszczane:

- 1) w miejscach i w sposób zastrzeżony dla znaków drogowych lub w sposób utrudniający ich odczytanie;
- 2) w miejscach i w sposób zastrzeżony dla istniejącego oznakowania MSI lub w sposób utrudniający odczytanie zawartych na nich informacji;

- 3) na obiektach wpisanych do rejestru zabytków lub gminnej ewidencji zabytków, bez zgody właściwego konserwatora zabytków, za wyjątkiem reklam remontowo-budowlanych na czas prowadzenia tych robót;
- 4) na pomnikach i miejscach pamięci narodowej;
- 5) w sposób powodujący przesłanianie charakterystycznych widoków na obiekty wpisane do rejestru zabytków, ujęte w gminnej ewidencji zabytków lub będące dobrem kultury współczesnej, a także pomników, rzeźb i miejsc pamięci narodowej;
- 6) w pasie dzielącym jezdnie oraz na barierkach oddzielających jezdnie, torowiska i przystanki;
- 7) na obiektach urzędów administracji rządowej i samorządowej, z wyjątkiem reklam remontowo-budowlanych;
- 8) na ażurowych balustradach balkonów i tarasów, z wyjątkiem reklam remontowo-budowlanych;
- 9) w parkach, zadrzewionych skwerach, cmentarzach i na innych terenach zieleni miejskiej a także na ich ogrodzeniach;
- 10) na pomnikach przyrody;
- 11) w szpalerach drzew, na drzewach, a także w sposób powodujący pogorszenie warunków wegetacyjnych drzew;
- 12) w sposób ograniczający widoczność z kamer wizyjnych systemu monitoringu miejskiego.

IV. Reklamy wolnostojące (słupy, słupki, tablice reklamowe i informacyjne, reklamy okolicznościowe, elementy MSI, potykacze, ekspozytyry).

1. Powierzchnie ekspozycyjne wolnostojących nośników reklamy, w zakresie kierunku ekspozycji, wielkości, kolorystyki itp.) powinny nawiązywać do elementów istniejącego zagospodarowania przestrzeni: osi jezdni, płaszczyzn fasad zabudowy i innych charakterystycznych elementów w sąsiedztwie, a także innych nośników reklamy o porównywalnej wielkości.

2. Wyklucza się lokalizację wolnostojących, wielkogabarytowych nośników reklam na obszarach objętych niniejszymi zasadami, w tym w sąsiedztwie zabytkowej zabudowy lub na tle historycznej zieleni.

3. Słupy ogłoszeniowe mogą stać wyłącznie w lokalizacjach nie zasłaniających zabytków, nie zakłócających osi widokowych, w formach inspirowanych cechami historycznymi (np. typu „Litfass” - charakterystyczny dla

Torunia). Skomponowane mają być z trzech wyodrębnionych części: cokołu, części ekspozycyjnej i zwieńczenia. Dopuszcza się zakończenie słupa detalem architektonicznym lub np. zainstalowanym zegarem. Wszystkie widoczne elementy słupa wykonane mają być ze szlachetnych materiałów (kamień, ceramika, metal, szło). Słupy powinny mieć wysokość od 3 m do 3,5 m i proporcję podstawy do wysokości jak 1:3.

4. Dopuszcza się tablice informacyjne wyłącznie jako element informacji turystycznej, przyrodniczej, porządkowej, element MSI lub znaki drogowe.

5. Tablice informacyjne, których wielkości i wyglądu nie regulują przepisy ustawowe lub decyzje samorządu:

- 1) na budynkach, ogrodzeniach nie mogą być większe niż 0,2 m²;
- 2) wolnostojące nie mogą być większe niż 1,5 m²;
- 3) tablice informacyjne i pamiątkowe wymagane przez regulaminy środków pomocowych, np. UE, Fundusz Norweski, itp. (ograniczone do minimum dopuszczonego przez związane z nimi wymogi).

6. Nie dopuszcza się lokalizacji:

- 1) słupów ogłoszeniowych i tablic z wykorzystaniem ekranów plazmowych, typu LED, ruchomych obrazów;
- 2) banerów w przestrzeni ulic;
- 3) billboardów wielkoformatowych (ponad 1 m² powierzchni);
- 4) reklam na trzonach latarni (z wyjątkiem miejsc do tego przeznaczonych stanowiących wyposażenie latarni: banderowniki, chorągiewniki) i słupach trakcyjnych.

7. Reklamy, szyldy i urządzenia techniczne na elewacjach budynku.

1. Reklama na budynku powinna być dostosowana do kompozycji architektonicznej i charakteru budynku, w szczególności wielkością, kolorystyką, grafiką i rodzajem wykorzystywanych materiałów a także powinna uwzględniać funkcje budynku i ewentualne współistnienie z nośnikami reklam już zamontowanymi.

2. Reklama powinna być proporcjonalna w stosunku do wielkości i podziałów elewacji, nie można zmienić lub zakrywać istotnych elementów wystroju architektonicznego elewacji, takich jak okna, portale, balustrady, gzymsy, zwieńczenia, artykulacja, detale, dekoracje sztukatorskie, ceramiczne, kamienne, snycerskie, polichromie itp.

3. Zaleca się wzorowanie na historycznych reklamach przy projektowania formy, materiału i sposobu montażu reklamy.

4. W przypadku reklamy korporacyjnej (banki, firmy i sklepy sieciowe) można zachować logo, kolorystykę i inne elementy identyfikacji wizualnej firmy, jednocześnie dostosowując formę reklamy do danego obiektu, m.in. poprzez indywidualne opracowanie ramy i kompozycji szyldu.

5. Reklama nie może być dominująca, przytłaczająca elewację, krzykliwa, agresywna, „migocząca”, nie może być źródłem oślepiającego światła nie może także oświetlać innych części elewacji niż ta, na której jest reklama usytuowana.

6. Reklama powinna być usytuowana wyłącznie w obrębie parteru, do wysokości gzymsu pomiędzy parterem a 1. piętrem. Wyjątek mogą stanowić kamienice oryginalnie projektowane z przeznaczeniem na funkcję usługową lub biznesową, gdzie wyznaczono na ich elewacjach specjalne miejsce na reklamę.

7. Jeżeli wystąpi konieczność umieszczenia większej ilości tabliczek informacyjnych (np. kancelarie adwokackie, biura notarialne, gabinety lekarskie) na jednej elewacji (o ile warunki na to pozwalają), dla uniknięcia oszpecenia elewacji nadmiarem przypadkowych form reklamowych zaleca się projektować tablice informacyjne o charakterze „modułowym” i umieszczać je w jednym wyznaczonym miejscu.

8. Nośniki reklamy posiadające podświetlane i oświetlone powierzchnie ekspozycyjne, nośniki ze zmienną liczbą powierzchni ekspozycyjnych oraz oświetlenie wystaw nie mogą być uciążliwe dla użytkowników budynków w obszarze oddziaływania jak również użytkowników drogi.

9. Szyld płaski lub „semafor” mogą mieć powierzchnię jednolitą, ażurową lub z zastosowaniem liter/znaków przestrzennych. Wyklucza się stosowanie kasetonów w formie plastikowych skrzyń wyklejonych foliami.

10. W przypadku szyldu mocowanego prostopadle do elewacji należy go umieścić w pewnej odległości od ściany np. poprzez zastosowanie wspornika lub wysięgnika.

11. Reklama powinna odnosić się wyłącznie do działalności prowadzonej w budynku, na którym ma być umieszczona, a nie produktów oferowanych w danym lokalu. Reklama może zawierać logo, nazwę lub godziny otwarcia firmy, instytucji czy biura, bez dookreślenia ich działalności poprzez wyszczególnienie rodzaju oferowanych usług.

12. Wyklucza się montowanie na elewacjach cudzych znaków handlowych, np. producentów piwa itd. – z wyjątkiem oznaczenia sklepów firmowych mieszczących się w danym budynku.

13. Z wyjątkiem wszystkich form reklamy okolicznościowej (okresowej) nie dopuszcza się:

- 1) umieszczania od strony przestrzeni publicznej urządzeń nagłaśniających, klimatyzatorów, anten satelitarnych;
- 2) lokalizacji szyldów z wykorzystaniem ekranów plazmowych lub typu LED, podświetlonych kasetonów lub wyświetlanych ruchomych obrazów na elewacjach, w witrynach, drzwiach i oknach;
- 3) stosowania światła kolorowego w iluminacji zabytkowej architektury;
- 4) przesłaniania otworów okiennych, drzwiowych, witryn, ich obramień oraz detali architektonicznych;
- 5) lokalizacji banerów na elewacjach;
- 6) zaklejania szyb witryn, okien i przeszkleń drzwi foliami powyżej 15% ich powierzchni.

14. Dopuszcza się lokalizację tablicy informacyjnej nie będącej ekranem plazmowym lub typu LED, lub podświetlanym kasetonem lub wyświetlaniem ruchomych obrazów, wyłącznie w witrynie z zastrzeżeniem, że tablica może zajmować do 20% powierzchni witryny.

15. Dopuszcza się możliwość zastosowania w wyjątkowych wypadkach stałej lub okresowej iluminacji obiektu – po uzgodnieniu jej projektu z Miejskim Konserwatorem Zabytków.