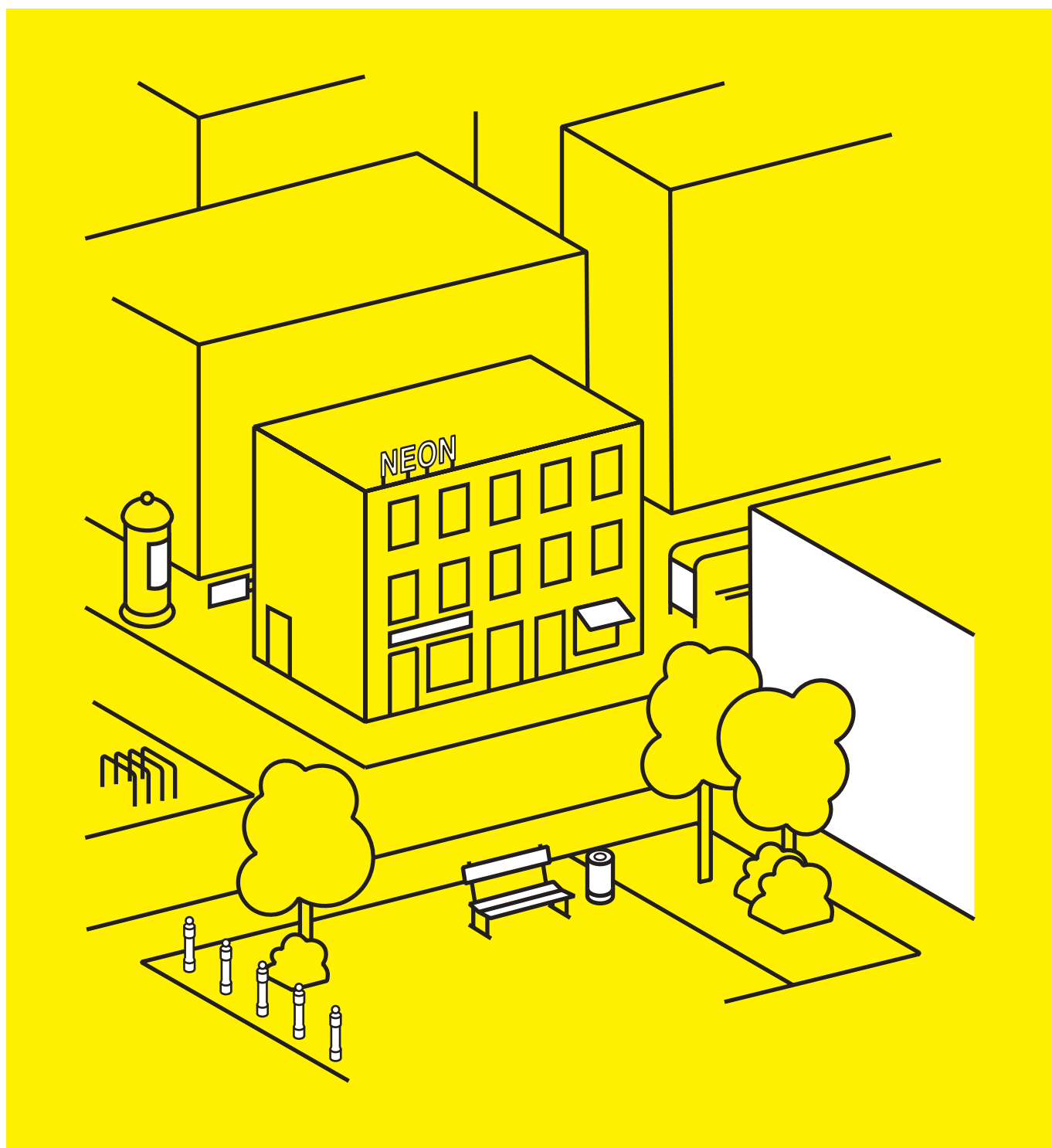


Projekt uchwały krajobrazowej dla Warszawy

przewodnik po projekcie

jak zmienia się
nośniki reklamowe
szyldy
mała architektura
ogrodzenia



Szanowni Państwo!

Krajobraz polskich miast ulega szybkim przemianom. Dynamiczny rozwój ekonomiczny kraju oraz możliwość korzystania z funduszy Unii Europejskiej pozwalają samorządom na realizację inwestycji podnoszących jakość przestrzeni publicznej i nadrabianie wielu dekad zaniedbań. Niestety, przy braku odpowiednich regulacji, procesy wolnorynkowe mogą mieć także negatywny wpływ na krajobraz miast, choćby poprzez prywatyzację przestrzeni i zdominowanie jej przez przekaz reklamowy. Problem ten przybrał w Polsce szczególnie ostre formy.

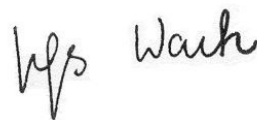
Sprzeciw wobec nadmiernej, agresywnej obecności reklamy w przestrzeni publicznej od lat wyrażany był przez obywateli, organizacje społeczne i media. Pogłębiający się kryzys polskiego krajobrazu zwrócił uwagę Prezydenta RP Bronisława Komorowskiego, który zainicjował prace nad aktem prawnym, znanym dziś powszechnie jako „ustawa krajobrazowa”. Jej celem było wprowadzenie do polskiego systemu prawnego skutecznych narzędzi, dzięki którym samorzady mogłyby powstrzymać i odwrócić proces dewastacji oraz komercjalizacji przestrzeni publicznej – środowiska, w którym wszyscy żyjemy.

Wejście w życie ustawy krajobrazowej 11 września 2015 roku skłoniło szereg samorządów w całym kraju

do podjęcia prac nad przygotowaniem odpowiednich uchwał wykonawczych. Miasto Stołeczne Warszawa, jako jeden z największych rzeczników przyjęcia ustawy, bezzwłocznie zainicjowało proces sporządzenia projektu takiego aktu. Dziś przedstawiamy Państwu efekty naszych działań, wierząc, że z uwagi na dużą rozpiętość treści, a także znaczne zainteresowanie społeczne, konieczna jest ich weryfikacja pod kątem Państwa oczekiwań, nadziei bądź obaw.

Chciałabym podkreślić, że projekt uchwały nie jest zamkniętym dokumentem, a jedynie punktem wyjściowym dla procesu formowania prawa, którego możecie być Państwo współtwórcami. Aby przybliżyć trudną materię uchwały, oddaję do dyspozycji Państwa niniejszy przewodnik, dzięki któremu – jak mamy nadzieję – będzie można lepiej zrozumieć jej zapisy.

Działajmy wspólnie na rzecz tego, by Warszawa stawała się coraz ładniejsza.



Hanna Gronkiewicz-Waltz
Prezydent m.st. Warszawy

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	3
Reklama i nośniki reklamowe	4
Przestrzeń bez uciążliwych reklam	6
Czym właściwie jest szyld?	8
Nowy wymiar szyldów	10
Zasady stosowania szyldów	12
Warszawska mała architektura	14
Jak grodzić, żeby nie szkodzić	16
Jakich ogrodzeń nie będzie można wznosić?	18
Kiedy nie będzie można wznosić ogrodzeń?	19
Opłata reklamowa	20
Procedura przyjmowania uchwały krajobrazowej	21
Podsumowanie	22
Notatki	23

WPROWADZENIE

Uchwała w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń (nazywana dla uproszczenia uchwałą krajobrazową) to akt prawny, do którego przyjęcia Rada m.st. Warszawy uprawniona została na mocy kompetencji przekazanych samorządom w artykule 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Projekt dokumentu sporządzony jest przez organ wykonawczy gminy, czyli Prezydenta Miasta i podległy mu Urząd m.st. Warszawy.

Zasady i warunki sytuowania reklam, małej architektury i ogrodzeń na terenie m.st. Warszawy były dotychczas określane w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako jedno z wielu zagadnień związanych z kształtowaniem przestrzeni. Z uwagi na szczegółowość i pracochłonność planów miejscowych, ich przygotowanie trwa długo i mogą one obejmować jedynie niewielkie tereny.

Tymczasem uchwała krajobrazowa obejmuje swoim zasięgiem cały obszar Warszawy i skupia się wyłącznie na kilku określonych zagadnieniach, co odzwierciedla podział projektu uchwały na cztery działy merytoryczne, dotyczące nośników reklamowych, szyldów, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń.

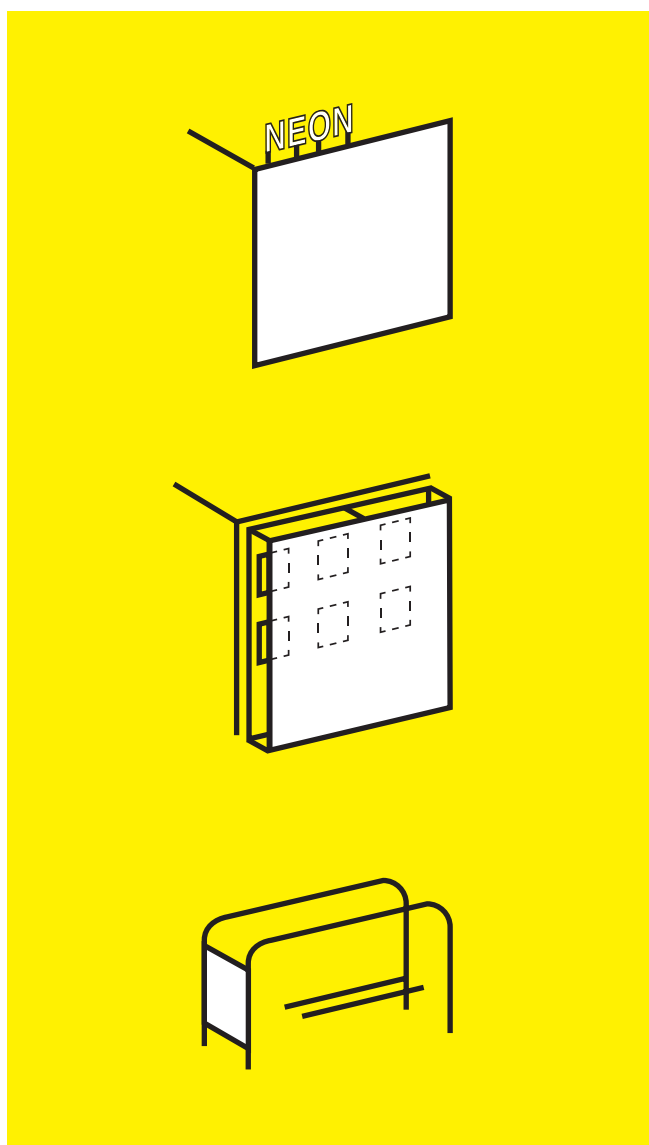
Oba typy dokumentów, czyli miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego i uchwała krajobrazowa, są aktami prawa miejscowego, co oznacza, że posiadają moc obowiązującą wszystkie podmioty działające na danym obszarze. Inaczej jednak niż w przypadku planów miejscowych, w uchwale krajobrazowej Rada Warszawy będzie mogła nakazać dostosowanie do nowych przepisów nie tylko planowanych, ale też już istniejących obiektów, wskazując jednocześnie w tym zakresie konkretny termin. To niezwykle ważne uprawnienie, bez którego uporządkowanie przestrzeni miasta nie będzie możliwe.

REKLAMA I NOŚNIKI REKLAMOWE

Reklama – zgodnie z definicją zawartą w Ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym – to „upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne”. W tym znaczeniu reklama jest więc działaniem, a nie przedmiotem, i wymaga zastosowania fizycznego, materialnego nośnika swoich treści. Szczególnie ważne jest przy tym wyróżnienie przez ustawę specyficznego rodzaju reklamy, promującej działalność prowadzoną w obrębie tej samej nieruchomości, na której jest dana instalacja reklamowa. Tego typu rozwiązanie nazywane jest **szylde**m. Ponieważ zgodnie z przepisami każdy przedsiębiorca ma prawo do czytelnego

oznaczenia miejsca prowadzenia przez siebie działalności, szyldy zwolnione są z wprowadzanych przez ustawę opłat reklamowych i w projekcie uchwały zostały objęte osobnymi regulacjami.

Przepisy dotyczące instalacji reklamowych niebędących szyldami (nazywamy je dla uproszczenia **nośnikami reklamowymi**) w projekcie uchwały określone zostały odrębnie. Zależnie od sposobu lokalizacji, wyróżniono trzy rodzaje takich obiektów: **wolnostojące nośniki reklamowe, nośniki reklamowe umieszczone na budynkach oraz te sytuowane na wszystkich obiektach budowlanych innych niż budynki bądź elementy małej architektury.**

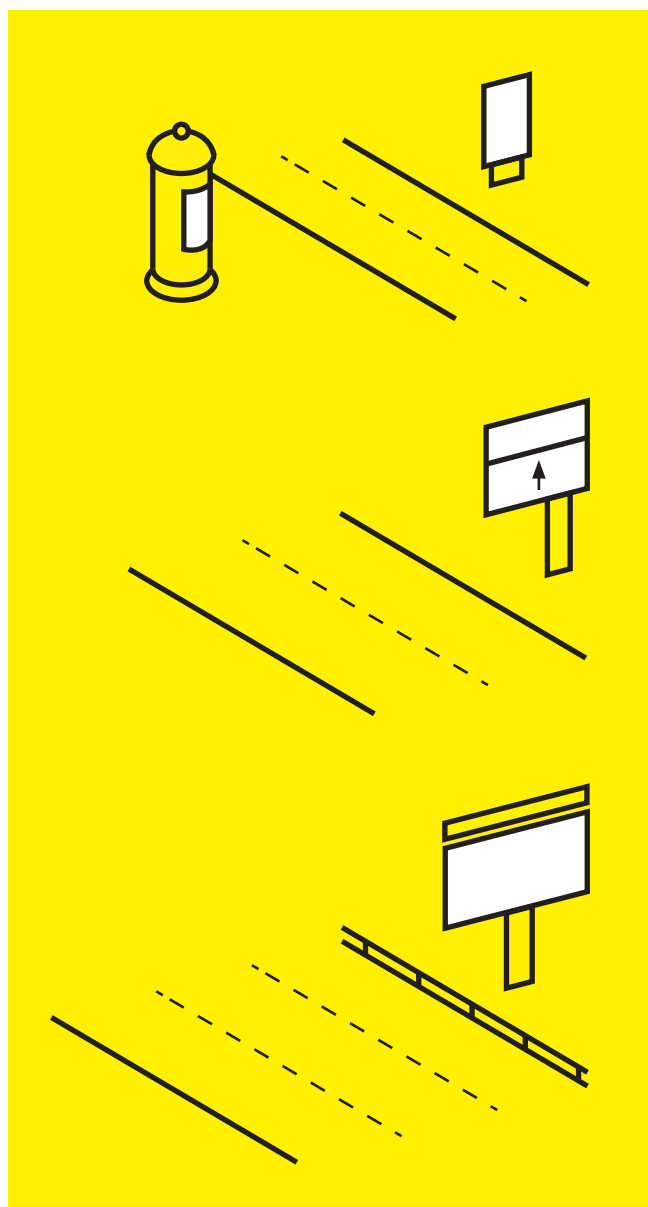


Nośniki reklamowe będą mogły być umieszczone jedynie na ślepych ścianach budynków. Stosunkowo łagodna forma reklamy, czyli litery przestrzenne (np. neony) będą mogły być ponadto usytuowane także na dachach niektórych eksponowanych w przestrzeni gmachów.

Instalacja wielkoformatowych siatek reklamowych możliwa będzie tylko na rusztowaniach, podczas prowadzenia prac remontowych na elewacji budynku, jednak maksymalnie przez okres 6 miesięcy i nie częściej niż co 5 lat.

Na wiatach przystankowych dopuszczone będzie nadal lokalizowanie tzw. citylightów, tj. ustandaryzowanych nośników o maksymalnej powierzchni niewiele ponad 2 m².

Wolnostojące nośniki reklamowe funkcjonować będą mogły wyłącznie wzdłuż ulic – w pasach drogowych albo w ich pobliżu. Dla każdego ciągu wskazany zostanie maksymalny format nośników wolnostojących, odpowiedni do skali i charakteru urbanistycznego danej przestrzeni – od największych, o powierzchni 18 m², przez tzw. scroll (niecałe 9 m²), citylight (2,16 m²), aż po słup ogłoszeniowy. Sytuowanie nośników w formatach 18 m² i 9 m² nie będzie możliwe w ścisłym centrum miasta, a także na niektórych odcinkach dużych arterii poza tym terenem z uwagi na wyznaczone w dokumentach planistycznych tereny ochrony konserwatorskiej bądź przyrodniczej.



Nośniki reklamowe i szyldy zrealizowane przed rokiem 1980 nie będą objęte zapisami uchwały. Umożliwi to dalsze funkcjonowanie zachowanych, niestandardowych obiektów tego typu, które cechują się wartością sentymentalną, a często także znaczącymi walorami artystycznymi.

Możliwości sytuowania poszczególnych formatów wolnostojących nośników reklamowych określa przeznaczony do publikacji wraz z uchwałą załącznik graficzny nr 1, dostępny na stronie: www.konsultacje.um.warszawa.pl

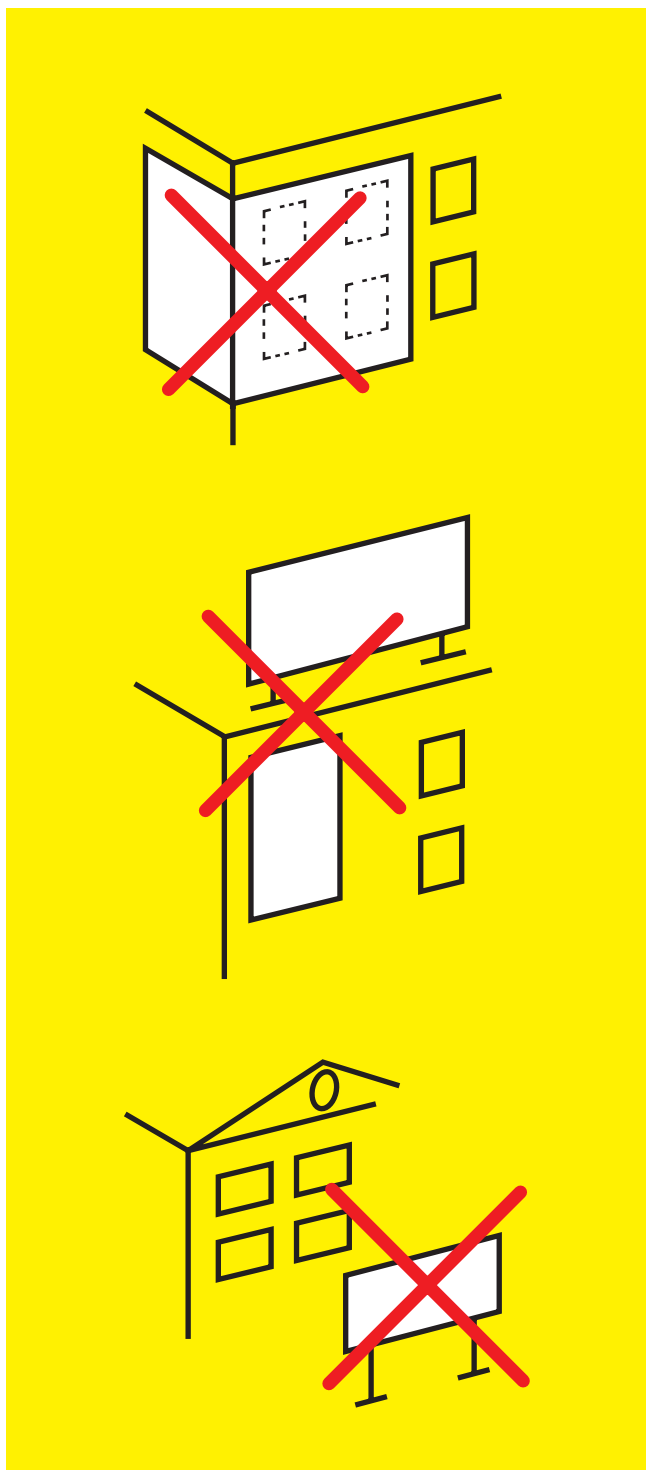
Wzdłuż większości ulic w obszarze śródmiejskim dopuszczone zostaną tylko słupy ogłoszeniowe oraz niewielkie gabloty z wymienną treścią, czyli tzw. citylighty.

Wzdłuż ważniejszych ulic poza obszarem śródmiejskim dopuszczalne będą popularne w miastach zachodnioeuropejskich nośniki o średnim formacie z przewijalną treścią (tzw. scrolle).

Nośniki reklamowe dużego formatu dozwolone będą tylko przy największych arteriach komunikacyjnych, gdzie ich wpływ na krajobraz miasta będzie stosunkowo niewielki.

PRZESTRZEŃ BEZ UCIAŹLIWYCH REKLAM

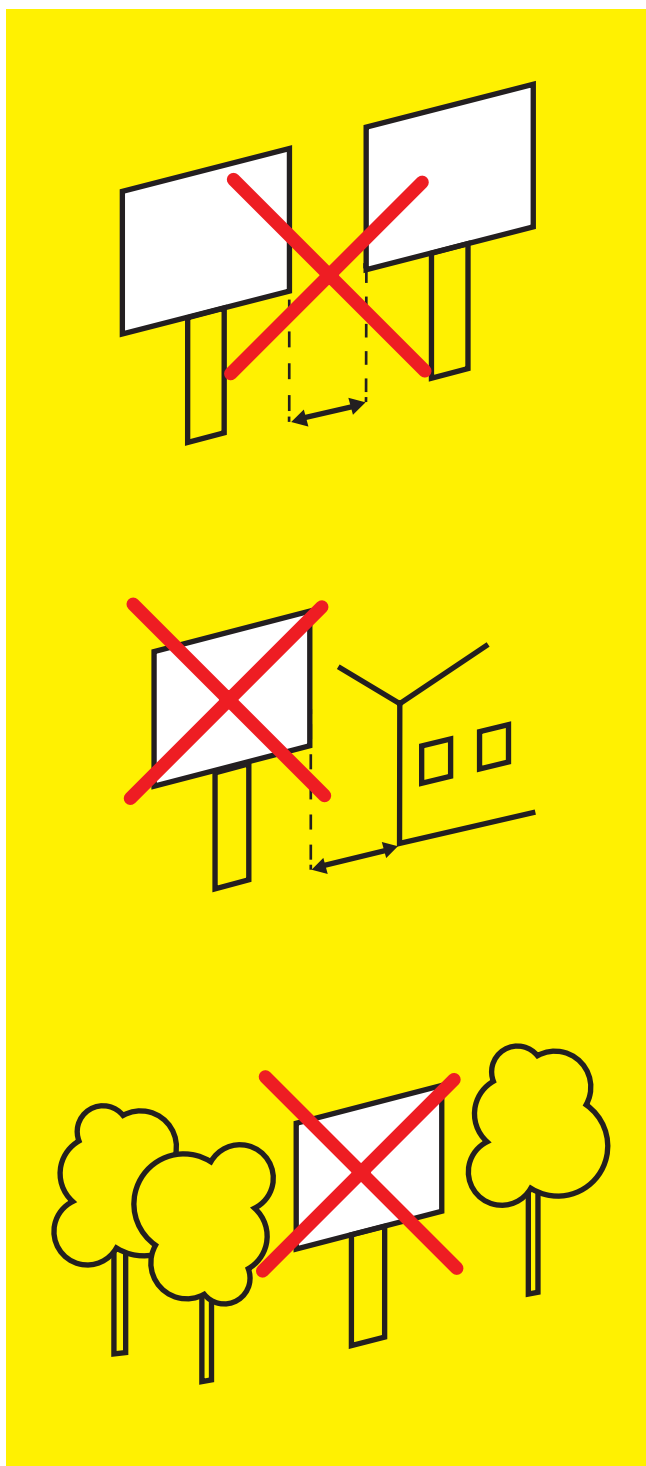
Projekt uchwały przewiduje objęcie zakazem wielu popularnych dotąd praktyk sytuowania nośników reklamowych. Dotyczy to z jednej strony przeskalowania oraz nadmiernego zagęszczenia nośników wolnostojących, z drugiej – negatywnego wpływu reklamy wielkoformatowej na jakość życia w mieście.



Zabronione zostanie przesłanianie nośnika reklamowymi okien. Częste szczególnie w centrum stolicy zjawisko odcinania dostępu światła do pomieszczeń, w których przebywają ludzie, uznać można za jeden z najbardziej rażących przejawów niekontrolowanej ekspansji reklamy zewnętrznej w mieście – zarówno z przyczyn estetycznych, jak i funkcjonalnych.

W celu ochrony krajobrazu architektonicznego miasta, poza jasno określonymi wyjątkami (ślepe, boczne ściany), niedozwolone będzie umieszczanie reklamy, która nie jest szyldem na elewacjach budynków. Nośniki reklamowe w formie tablic lub banerów nie będą mogły pojawiać się również na dachach.

Wykluczone zostanie sytuowanie nośników reklamowych na niektórych typach nieruchomości, np. na terenach urzędów, placówek oświatowych czy dyplomatycznych.



Nadmierne zagęszczenie komunikatów reklamowych powoduje nie tylko kakofonię form, ale i przesłania krajobraz. Wprowadzone zostaną minimalne odległości pomiędzy poszczególnymi typami nośników wolnostojących – tym większe, im większa jest powierzchnia ekspozycyjna nośników. Dzięki tej regulacji obecność reklamy w przestrzeni publicznej będzie mniej rażąca, a jej przekaz – bardziej czytelny.

Ustalone zostaną minimalne odległości pomiędzy wolnostojącymi nośnikami a innymi elementami zagospodarowania terenu, takimi jak krawędź jezdni, budynek czy pomnik.

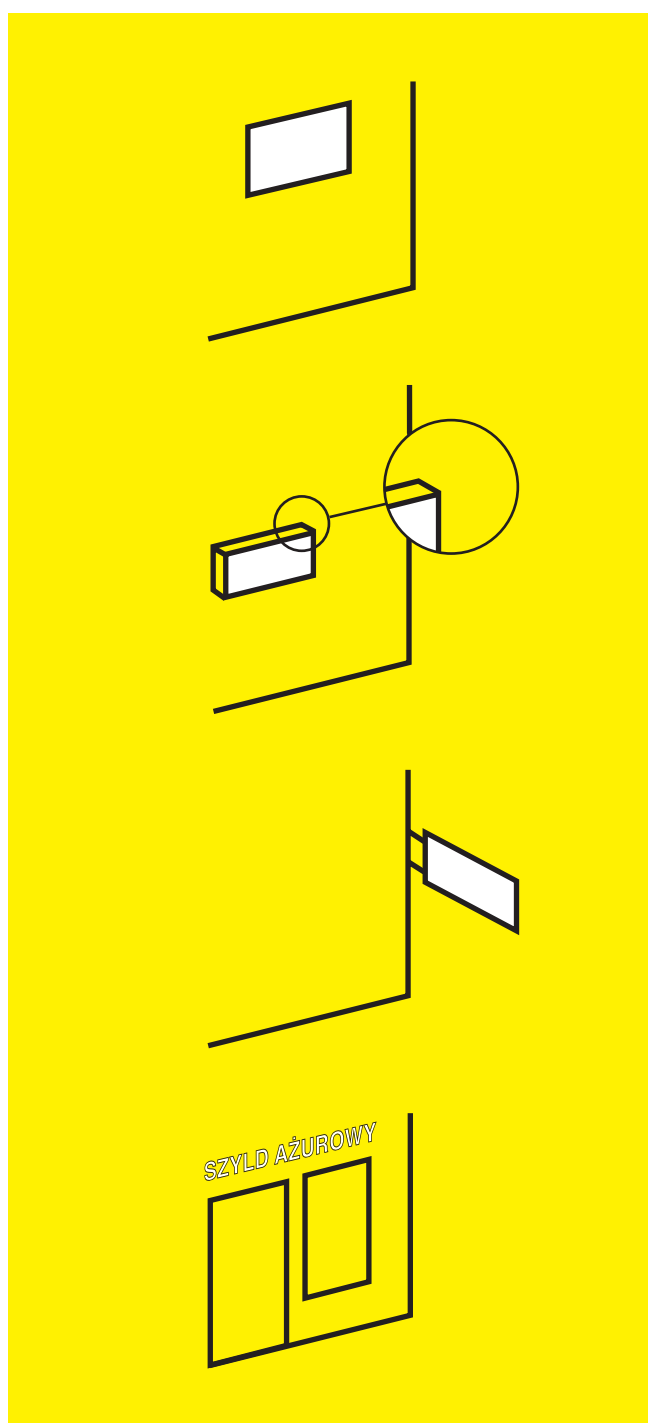
Niemożliwe będzie lokalizowanie nośników na obszarach objętych w aktach planistycznych ochroną przyrodniczą bądź konserwatorską.

CZYM WŁAŚCIWIE JEST SZYLD?

Uchwała krajobrazowa swoimi zapisami obejmie również szyldy. Typowa instalacja tego rodzaju to np. napis „Delikatesy” lub „Bar Apis”, czyli zwarte oznaczenie prowadzonej w danym miejscu działalności gospodarczej. W przypadku szyldów dopuszczona zostanie szersza typologia urządzeń niż dla pozostałych nośników reklamowych.

Szyld stanowi wizytówkę przedsiębiorcy, dlatego warto, by był czytelny i estetyczny. Powściągliwy komunikat, harmonizująca z otoczeniem forma i staranne wykonanie to podstawowe cechy dobrze zaprojektowanego szyldu.

Uchwała umożliwi będzie stosowanie takich popularnych form szyldów, jak m.in.:



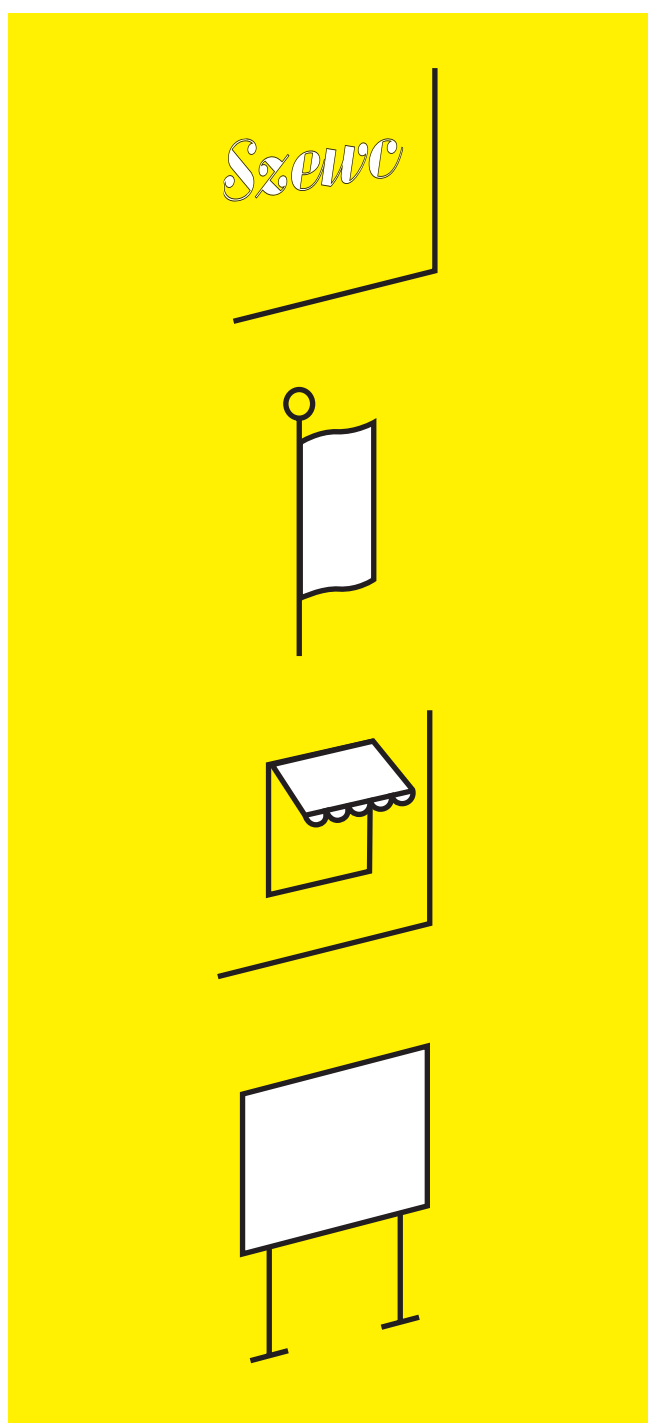
tablica – płaska płyta przylegająca do elewacji lub ogrodzenia

kaseton – sześcienna forma tablicy reklamowej, często z umieszczonym wewnątrz oświetleniem

semafor – szyld w formie tablicy lub kasetonu usytuowany prostopadle w stosunku do elewacji

szyld ażurowy – przestrzenne litery lub inne znaki pozbawione tła, umieszczane najczęściej nad witryną sklepu bądź – szczególnie w przypadku budynków biurowych – w górnych partiach elewacji

Z uwagi na bardzo szeroką typologię możliwych do wykonania szyldów, poniższe zestawienie stanowi jedynie wybór najbardziej popularnych instalacji. Warto jednak pamiętać, że przy doborze szyldu należy się kierować nie tylko kryterium widoczności, ale i wrażeniem, jakie chce się wywołać u odbiorcy. Zbyt natrętny bądź nieczytelny komunikat raczej zniechęci niż skłoni do odwiedzenia lokalu.



mural – napis lub grafika nałożone farbą bezpośrednio na ścianę elewacji, witryny albo ogrodzenia

flaga – tkanina przymocowana do masztu

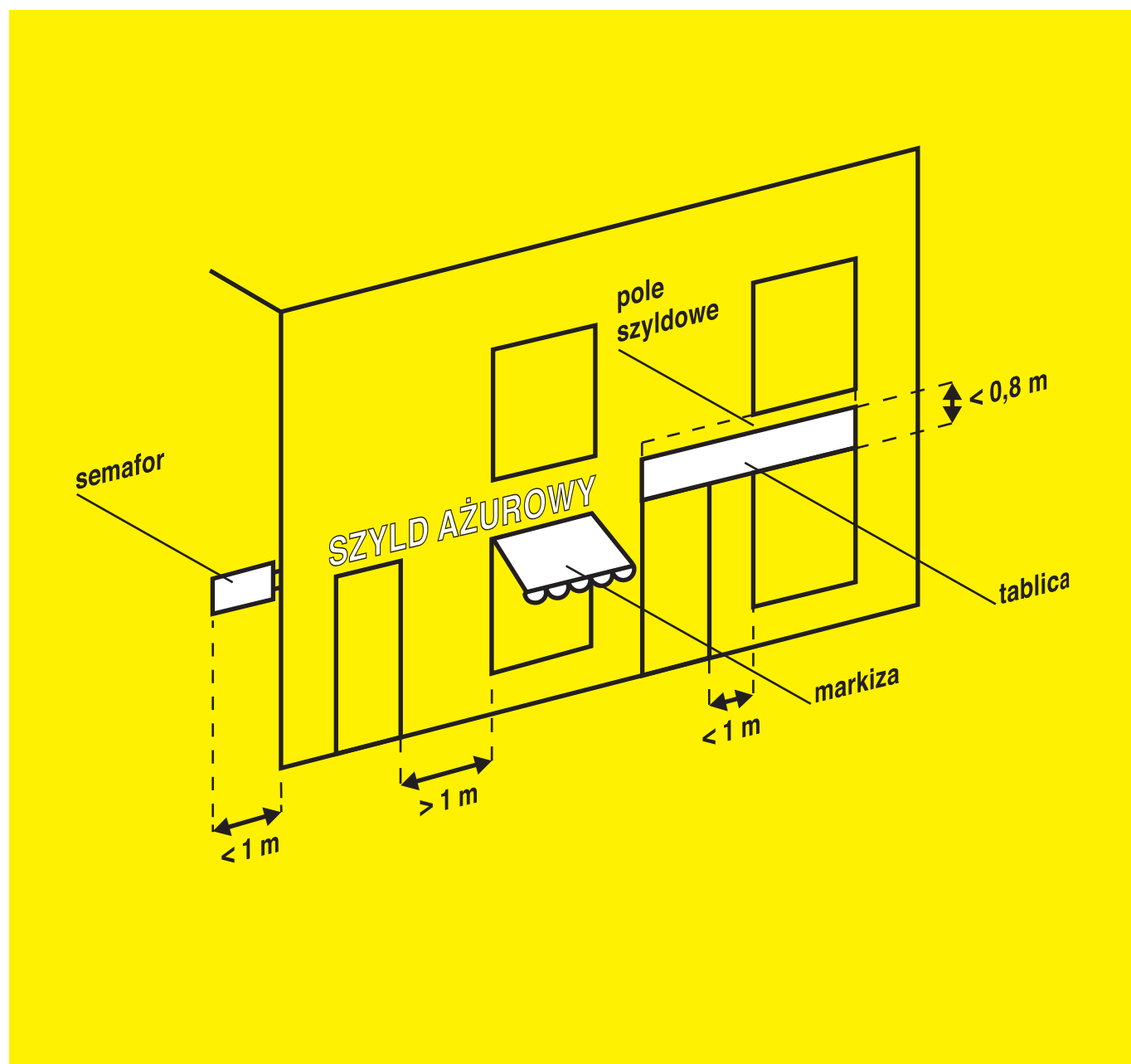
markiza – lekkie zadaszanie umieszczane nad witryną, na którym można nadrukować niewielką informację o prowadzonej działalności

szyld wolnostojący – obiekt posadowiony w gruncie, na własnej konstrukcji nośnej, który może przybierać rozmaite formy, np. pylonu, tablicy, flagi albo cennika stacji paliw

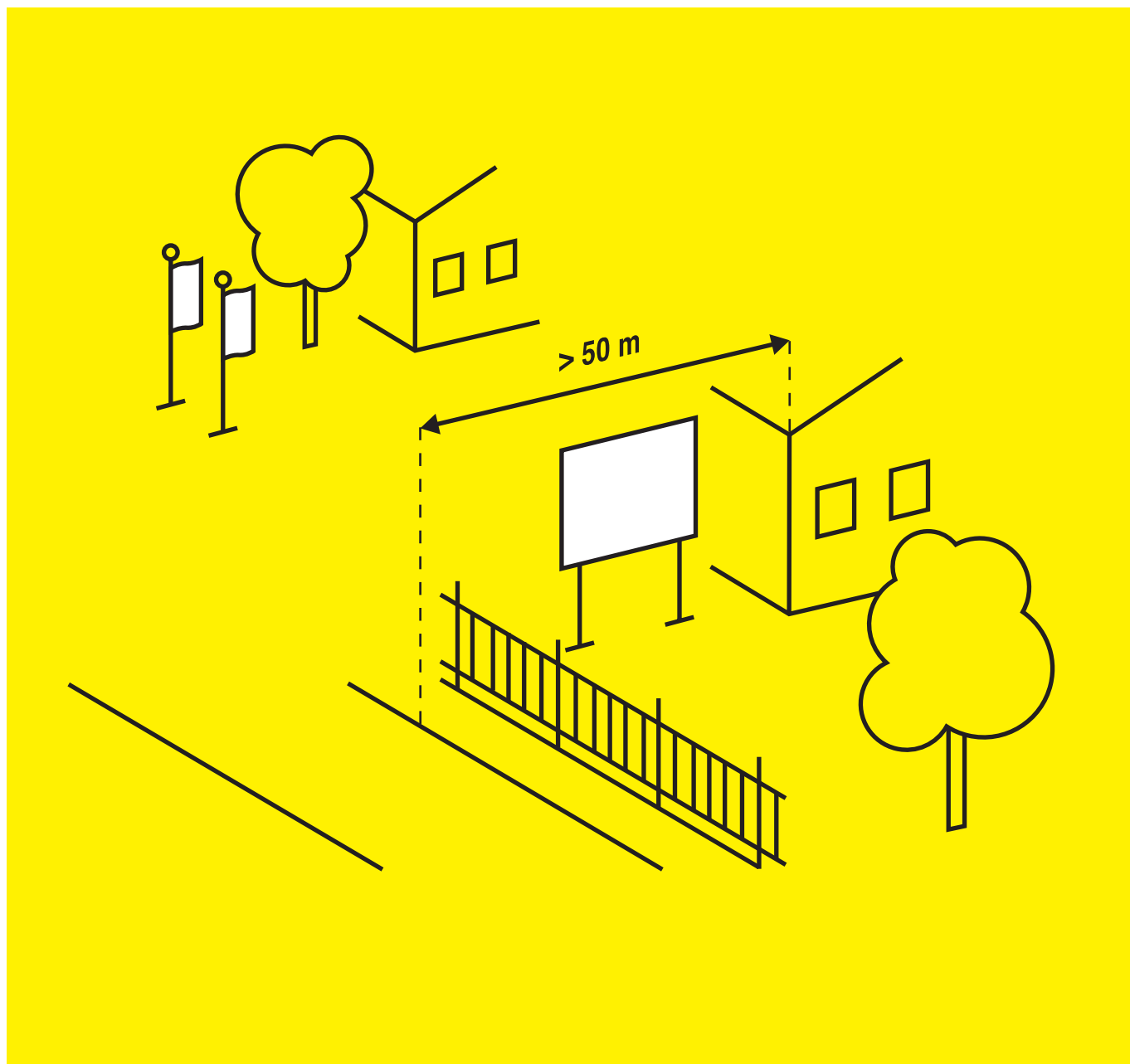
NOWY WYMIAR SZYLDÓW

Jednym z kluczowych elementów projektu uchwały jest zdefiniowanie takich pojęć, jak „strefa parteru” czy „pole szyldowe”, które pozwolą określić prawidłowe lokalizacje szyldów na podstawie analizy architektury danego budynku. Strefa parteru to ten fragment elewacji, który przeznaczony jest na funkcje handlowo-usługowe i poza którym umieszczanie szyldów możliwe będzie tylko w niewielu przypadkach. Optymalnym miejscem na usytuowanie szyldu w strefie parteru jest pole szyldowe, czyli obszar

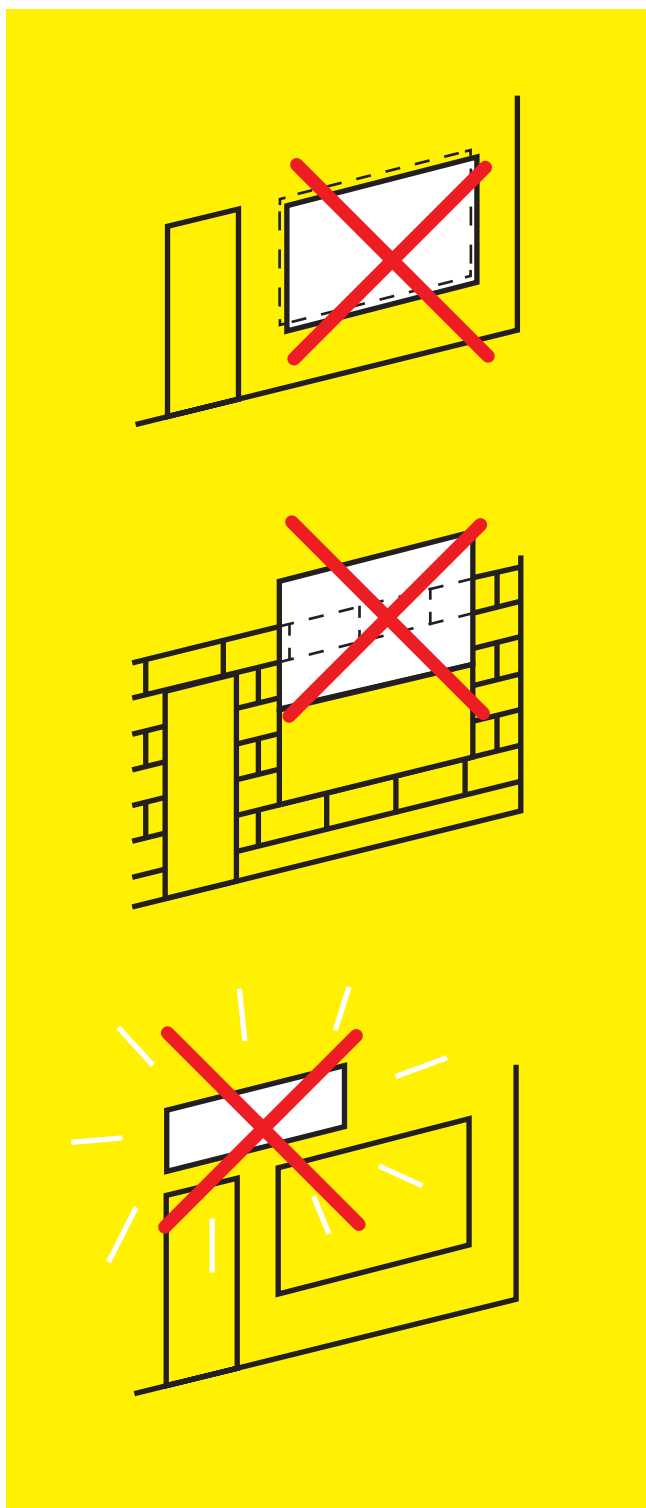
ponad witryną lokalu, ale poniżej górnej granicy strefy. Wykroczenie poza granice pola szyldowego dopuszczalne będzie jednak w przypadku szyldu typu ażurowego, najbardziej neutralnego dla architektury budynku. Pola szyldowe nad poszczególnymi witrynami będzie można dodatkowo łączyć, o ile odległości pomiędzy witrynami nie będą przekraczały 1 m. Tego samego wymiaru nie powinna też przekraczać szerokość szyldów semaforowych.



W wielu sytuacjach możliwe będzie również sytuowanie szyldów wolnostojących, np. jeśli będzie to jedyny szyld w obrębie nieruchomości, lub powierzchnia sprzedaży na terenie nieruchomości przekraczać będzie 1000 m² albo budynek, w którym prowadzona jest działalność, znajdzie się w odległości ponad 50 m od przestrzeni publicznej. Projekt uchwały dopuszcza ponadto lokalizowanie standardowych cenników stacji paliw czy flag.



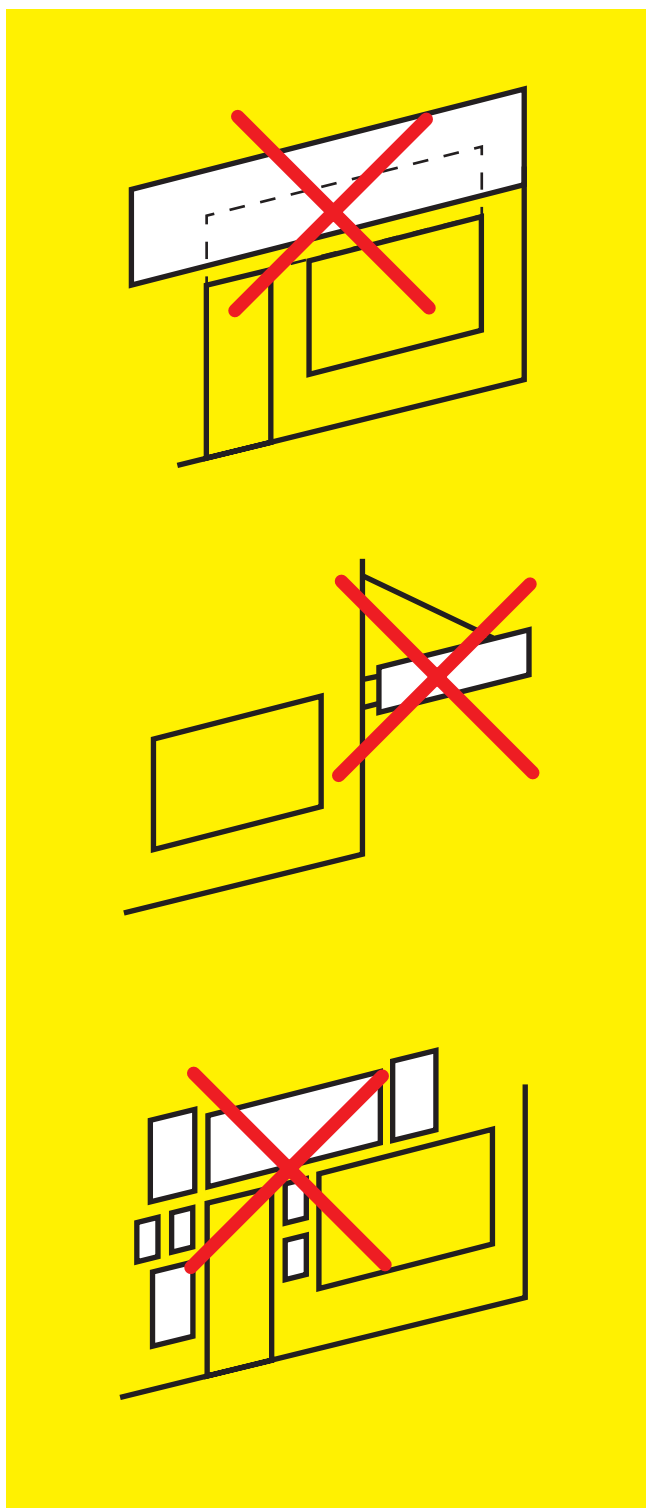
ZASADY STOSOWANIA SZYLDÓW



1. Nie powinno się zasłaniać więcej niż 20% powierzchni witryny. Przesłanianie okien lokali to rozwiązanie odpowiednie na czas remontu, a nie przy codziennym użytkowaniu.

2. Nie należy przesłaniać detali architektonicznych elewacji. Działalność gospodarcza prowadzona w budynku powinna wykorzystywać jego walory estetyczne, a nie je niszczyć.

3. Należy unikać wyświetlaczy. Migające, jaskrawe szyldy są uciążliwe dla przechodniów, kierowców i okolicznych mieszkańców.



4. Nie powinno się wykraczać poza pole szyldowe. Przeskalowany lub źle zakomponowany szyld niszczy układ elewacji oraz obniża renomę przedsiębiorstwa.

5. Należy unikać zbyt dużych semaforów. Przeskalowane instalacje zbyt mocno ingerują w przestrzeń, przesłaniając perspektywę ulicy.

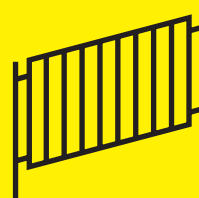
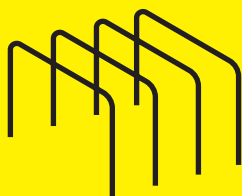
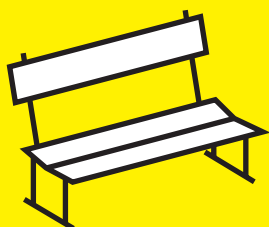
6. Należy zachować umiar co do ilości komunikatu. Zbyt duże nagromadzenie szyldów skutkuje chaosem wizualnym, brakiem czytelności przekazu, a w konsekwencji wpływa niekorzystnie na wizerunek firmy.

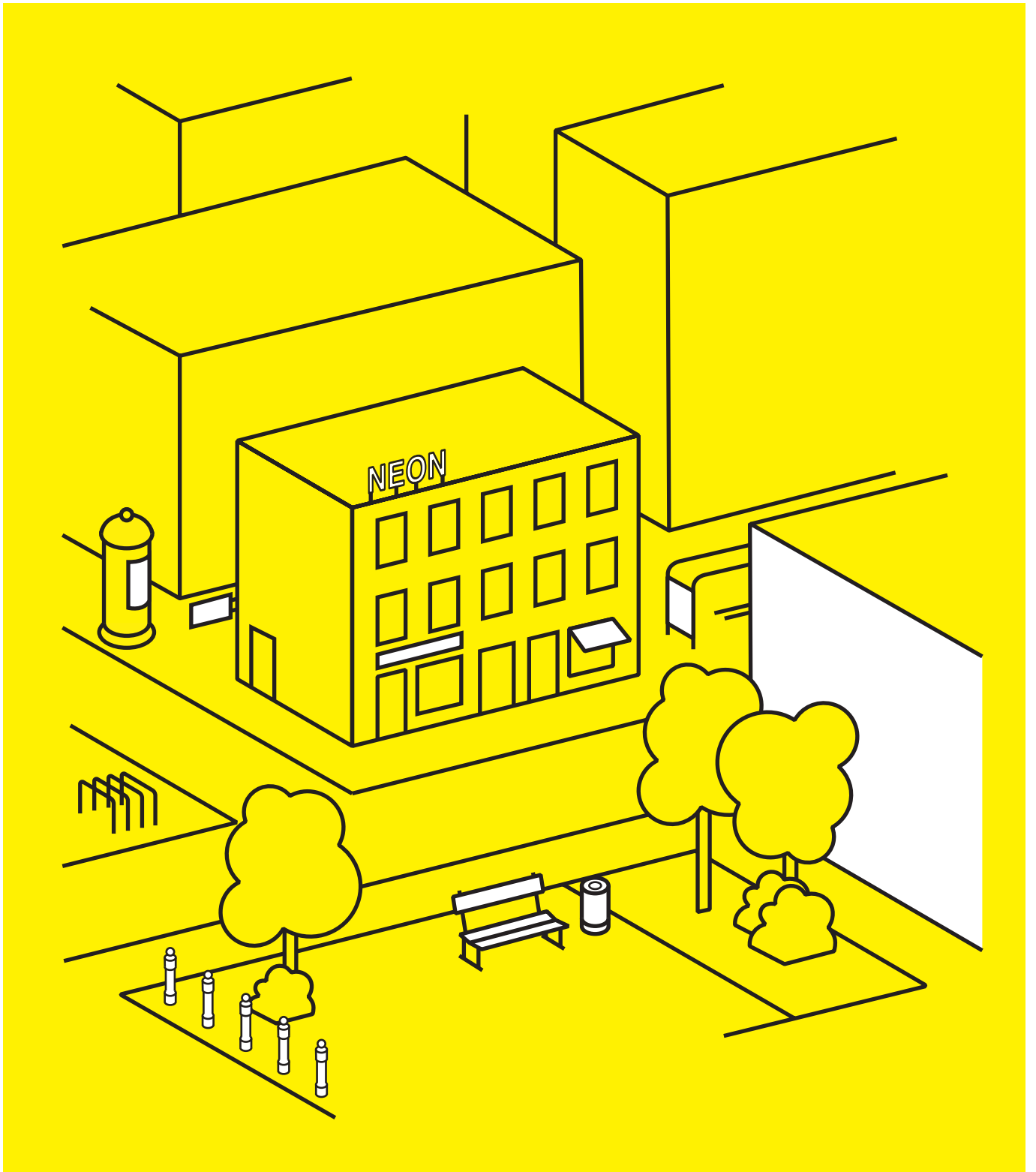
WARSZAWSKA MAŁA ARCHITEKTURA

Obiekty małej architektury, zdefiniowane w prawie budowlanym jako „niewielkie obiekty, np. kapliczki, posągi, wodotryski oraz wszelkie urządzenia rekreacyjne”, to powszechnie używane elementy zagospodarowania przestrzeni publicznych. Należą do nich m.in.: **kraty i osłony na drzewa, ławki, stojaki rowerowe, kosze na śmieci, słupki blokujące, wygrozdzenia segmentowe, donice.**

Projekt uchwały wprowadza standardy, które powinny spełniać obiekty małej architektury, by pojawiać się na warszawskich ulicach. Zaproponowane zostaną rozwiązania materiałowe i kolorystyczne, które pomogą w utrzymaniu spójności stylistycznej mebli miejskich i zwiększą ich trwałość. Dopuszczona będzie stal nierdzewna lub kortenowska, żeliwo, aluminium, beton z kruszywem bądź polimerowy, kamień i drewno o odpowiedniej twardości. W szczególnie reprezentacyjnych miejscach, tj. na placach i przy wybranych ulicach, dozwolone będą także rozwiązania indywidualne. W obrębie poszczególnych ulic lub ich fragmentów wymagane będzie stosowanie jednolitego wzornictwa.

Projekt uchwały reguluje kwestie małej architektury tylko w odniesieniu do przestrzeni publicznych, ponieważ tego typu obiekty usytuowane na terenach prywatnych jedynie w niewielki sposób wpływają na wizerunek miasta.

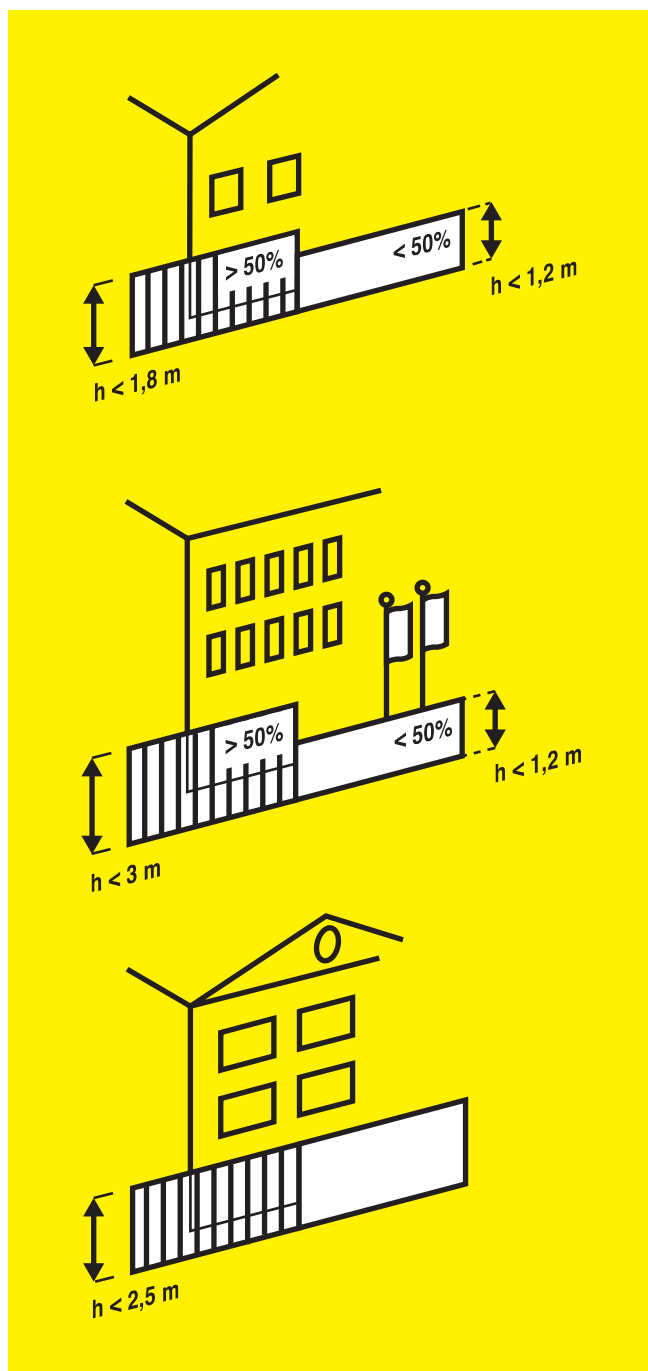




JAK GRODZIĆ, ŻEBY NIE SZKODZIĆ

Projekt uchwały ustala zasady wznoszenia ogrodzeń na terenie miasta pod kątem ich cech fizycznych (wymiarów, materiałów). Proponuje również wprowadzenie generalnych ograniczeń w stosowaniu ogrodzeń, szczególnie w obrębie osiedli mieszkaniowych, czyli tam, gdzie zjawisko to rozwinęło się w ostatnich dekadach na szczególnie dużą skalę, stając się przedmiotem ostrej krytyki ekspertów i zarzewiem lokalnych konfliktów.

Za podstawowe parametry ogrodzeń projekt uchwały uznaje wysokość i stopień przezierności, czyli wielkość wskazującą, jaki procent powierzchni ogrodzenia nie zasłania tego, co znajduje się po jego drugiej stronie. W zależności od funkcji ogrodzenia, regulacje wskażą takie korelacje obu parametrów, które zapewnić mają jak najmniejsze dysonanse w przestrzeni publicznej przy zachowaniu niezbędnych cech użytkowych ogrodzenia.



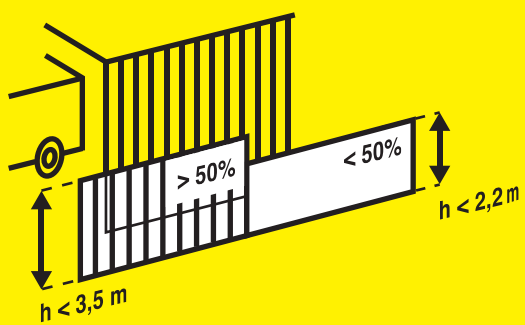
Zabudowa mieszkaniowa:

maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 1,8 m, o ile jego przezierność jest nie mniejsza niż 50%; w innym przypadku ogrodzenie nie może być wyższe niż 1,2 m.

Obiekty biurowe, handlowo-wystawiennicze, targowe:

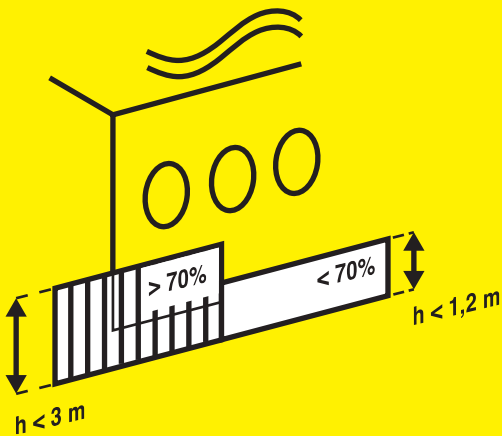
maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 2,5 m, o ile jego przezierność jest nie mniejsza niż 50%; w innym przypadku ogrodzenie nie może być wyższe niż 1,2 m.

Obiekty oświaty, zdrowia, pomocy społecznej: maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 2,5 m.



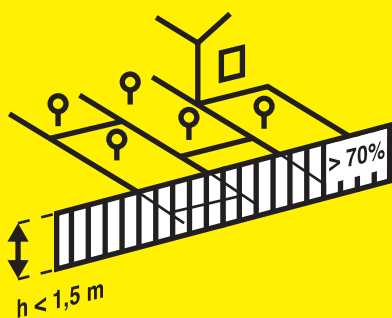
Obiekty magazynowe i techniczne:

maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 3,5 m, o ile jego przezierność jest nie mniejsza niż 50%; w innym przypadku ogrodzenie nie może być wyższe niż 2,2 m.



Obiekty sportowe:

maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 3,0 m, o ile jego przezierność jest nie mniejsza niż 70%; w innym przypadku ogrodzenie nie może być wyższe niż 1,2 m.



Ogrody działkowe:

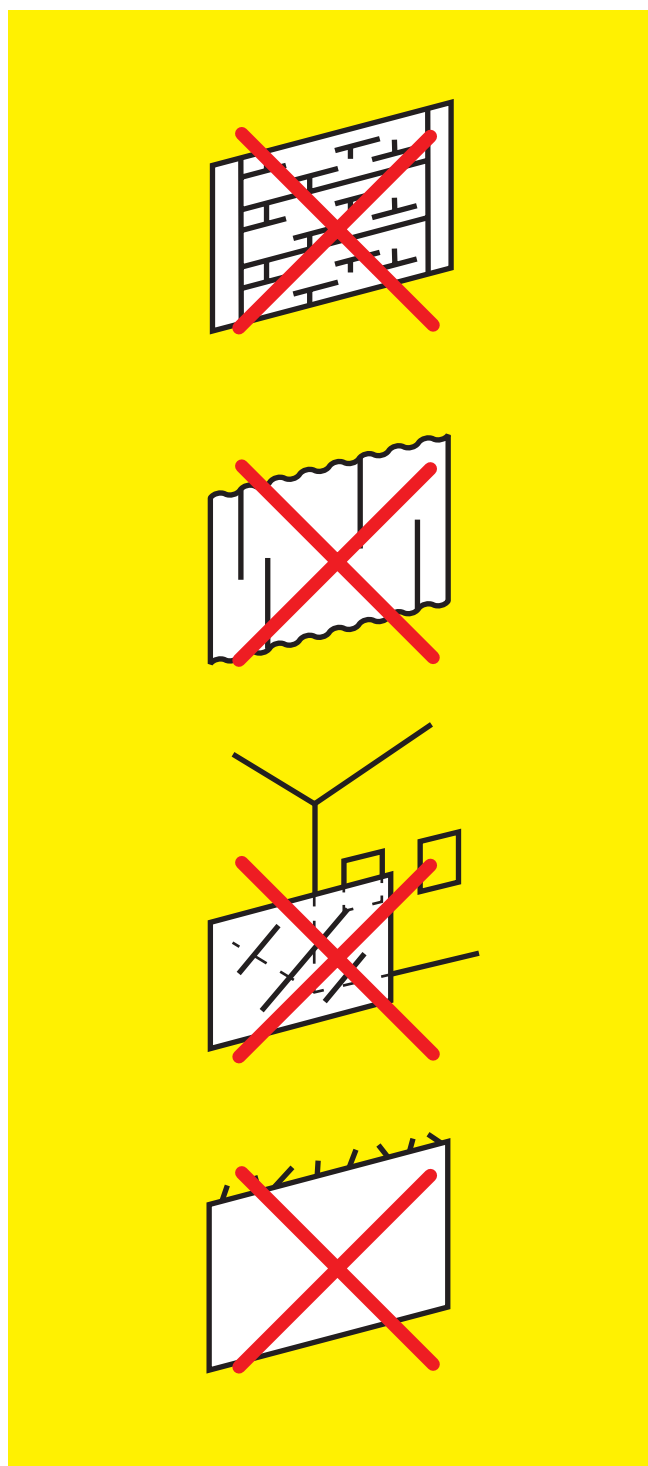
maksymalna wysokość ogrodzenia wynosi 1,5 m, a jego przezierność nie może być mniejsza niż 70%.

JAKICH OGRODZEŃ NIE BĘDZIE MOŻNA WZNOSIĆ?

Zapisy projektu uchwały ograniczają paletę materiałów konstrukcyjnych, z których wykonywane będą ogrodzenia przyległe do przestrzeni publicznych. Oznacza to, że ogrodzenia między poszczególnymi posesjami nie będą objęte zapisami uchwały.

Idea stojąca za tymi obostrzeniami jest prosta – jeśli chcemy grodzić, powinniśmy to robić z szacunkiem dla jakości otaczającej nas przestrzeni.

Jako niewłaściwe materiały projekt uchwały wskazuje:



**prefabrykowane
płyty betonowe**

blachę fałdową

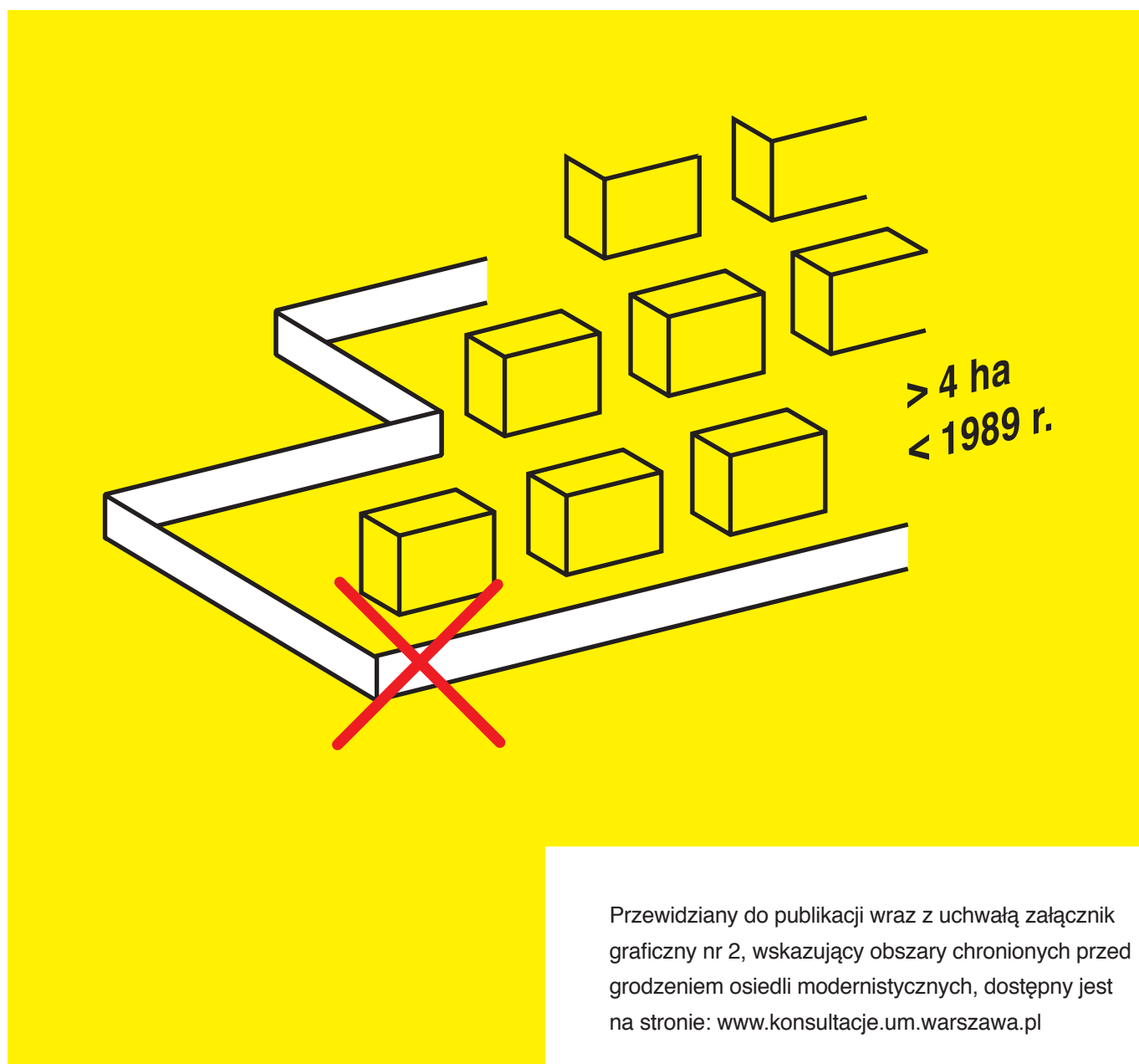
poliwęglan

**ostre elementy
szklane**

KIEDY NIE BĘDZIE MOŻNA WZNOŚĆ OGRODZEŃ?

Jedną z istotnych przesłanek opracowania regulacji dotyczących ogrodzeń był krytyczny stosunek wielu mieszkańców Warszawy do zjawiska wygradzania z przestrzeni miasta dużych obszarów przeznaczonych pod zabudowę wielorodzinną. Projekt uchwały wyklucza więc z jednej strony grodzenie osiedli, których oryginalny projekt nie przewidywał tego typu instalacji – przede wszystkim otwartych zespołów modernistycznych, powstałych przed 1989 rokiem.

Z drugiej strony trudna do przewidzenia lokalizacja i kształt przyszłych osiedli mieszkaniowych sprawia, że sposób ich grodzenia można uregulować jedynie w sposób ogólny – poprzez zakaz wyłączenia z przestrzeni miejskiej zbyt rozległych terenów (o rozpiętości przestrzennej przekraczającej 400 m lub o łącznej powierzchni większej niż 4 ha) oraz zakaz przegradzania istniejących bądź przewidzianych w planach miejscowych ciągów pieszych.



OPŁATA REKLAMOWA

Uchwała krajobrazowa wprowadzi na obszarze miasta czytelne zasady sytuowania nośników reklamowych, za które w przyszłości – na mocy odrębnej uchwały – Rada m.st. Warszawy będzie miała prawo wprowadzić opłatę. Z należności tych całkowicie zwolnieni będą właściciele szyldów, dopóki zachowają one zgodność z regulacjami zawartymi w uchwale. Niezależnie od ewentualnej opłaty reklamowej, wszelkie niezgodne z uchwałą krajobrazową nośniki reklamowe podlegać będą opłacie karnej, stanowiącej czterdziestokrotność maksymalnej stawki reklamowej.

Obiekty małej architektury oraz ogrodzenia nie zostaną objęte żadnymi opłatami.

Opłata reklamowa składać się musi z części zmiennej oraz stałej. Część zmienna będzie wyliczana w zależności od powierzchni ekspozycyjnej nośnika reklamowego, przy czym nie będzie ona wyższa niż 0,20 zł za metr kwadratowy dziennie, zaś

część stała nie będzie mogła przekroczyć 2,47 zł* dziennie za nośnik. Im większy będzie dany nośnik reklamowy, tym większą rolę w jego ogólnym koszcie będzie odgrywać opłata zmienna.

Sposób obliczenia przykładowej kwoty opłaty dziennej:

zgodny z prawem nośnik reklamowy o powierzchni

$$1 \text{ m}^2 = 0,20 \text{ zł} \cdot 1 \text{ m}^2 + 2,47 \text{ zł} = 2,67 \text{ zł}$$

zgodny z prawem nośnik reklamowy o powierzchni

$$100 \text{ m}^2 = 0,20 \text{ zł} \cdot 100 \text{ m}^2 + 2,47 \text{ zł} = 22,47 \text{ zł}$$

niezgodny z prawem nośnik reklamowy o powierzchni

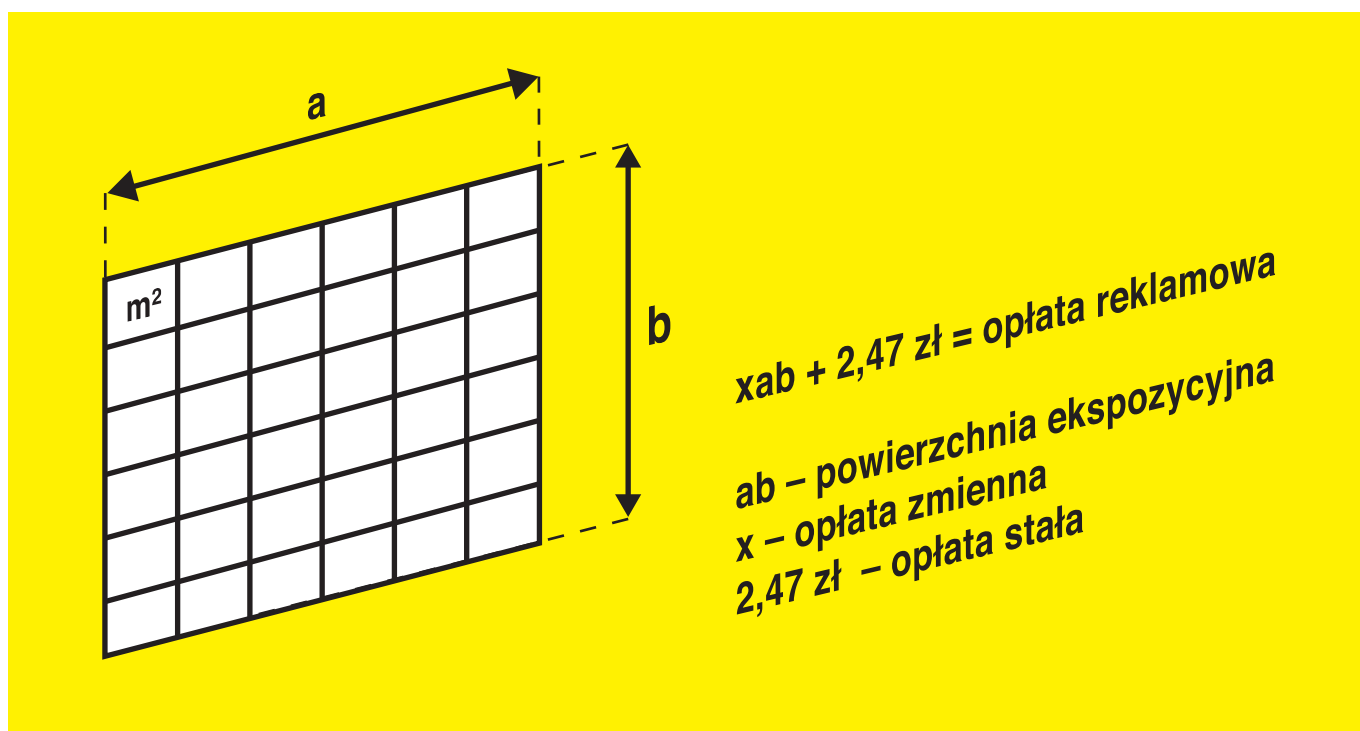
$$1 \text{ m}^2 = 40 \cdot (0,20 \text{ zł} \cdot 1 \text{ m}^2 + 2,47 \text{ zł}) = 106,80 \text{ zł}$$

niezgodny z prawem nośnik reklamowy o powierzchni

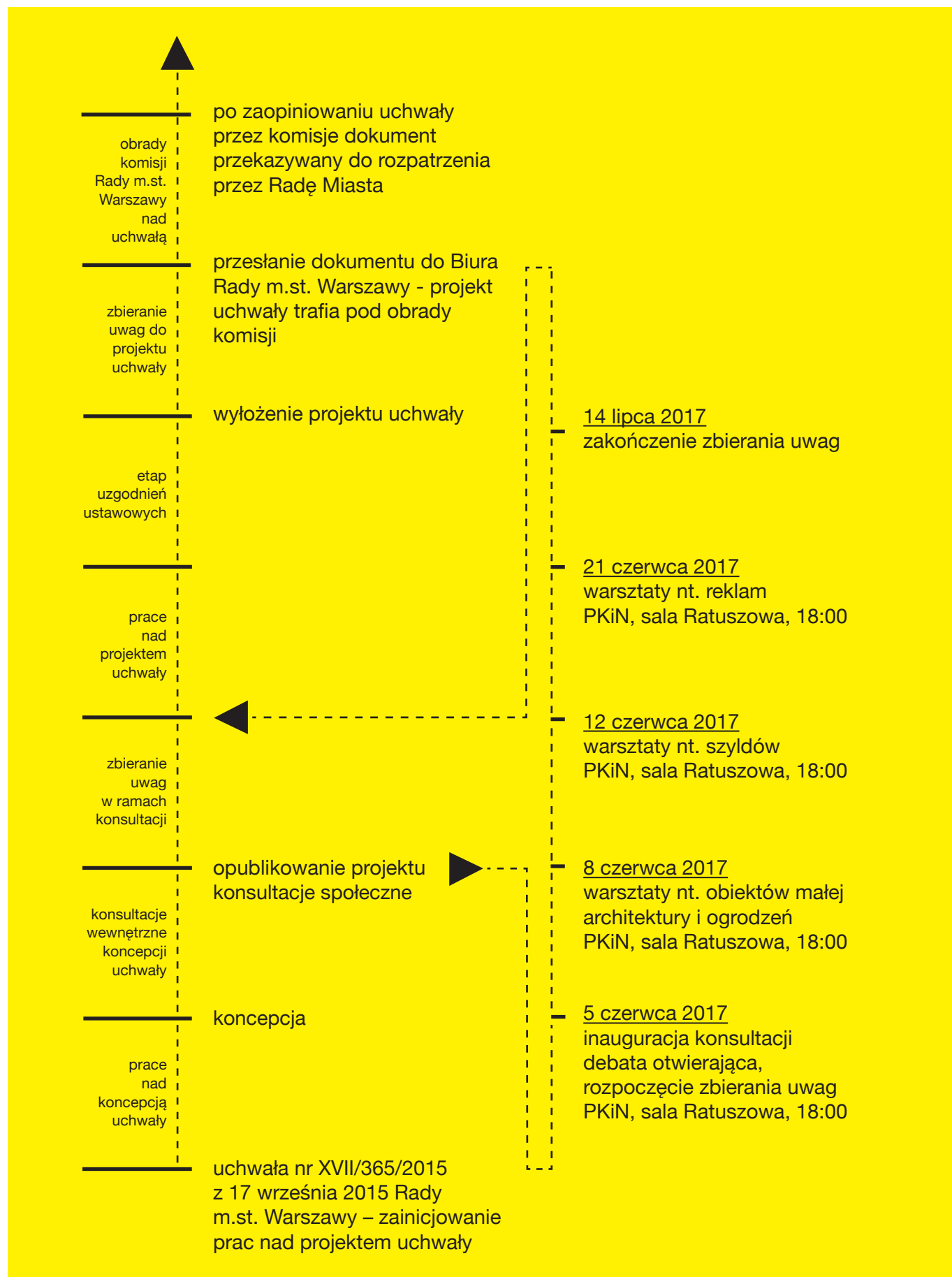
$$100 \text{ m}^2 = 40 \cdot (0,20 \text{ zł} \cdot 100 \text{ m}^2 + 2,47 \text{ zł}) = 898,80 \text{ zł}$$

$$X \text{ (zł)} \cdot AB \text{ (m}^2\text{)} + 2,47 \text{ (zł)} = \text{dzienna stawka opłaty (zł)}$$

*Podane stawki są zgodne z Obwieszczeniem Ministra Finansów z 24 września 2016 r.



PROCEDURA PRZYJMOWANIA UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ



PODSUMOWANIE

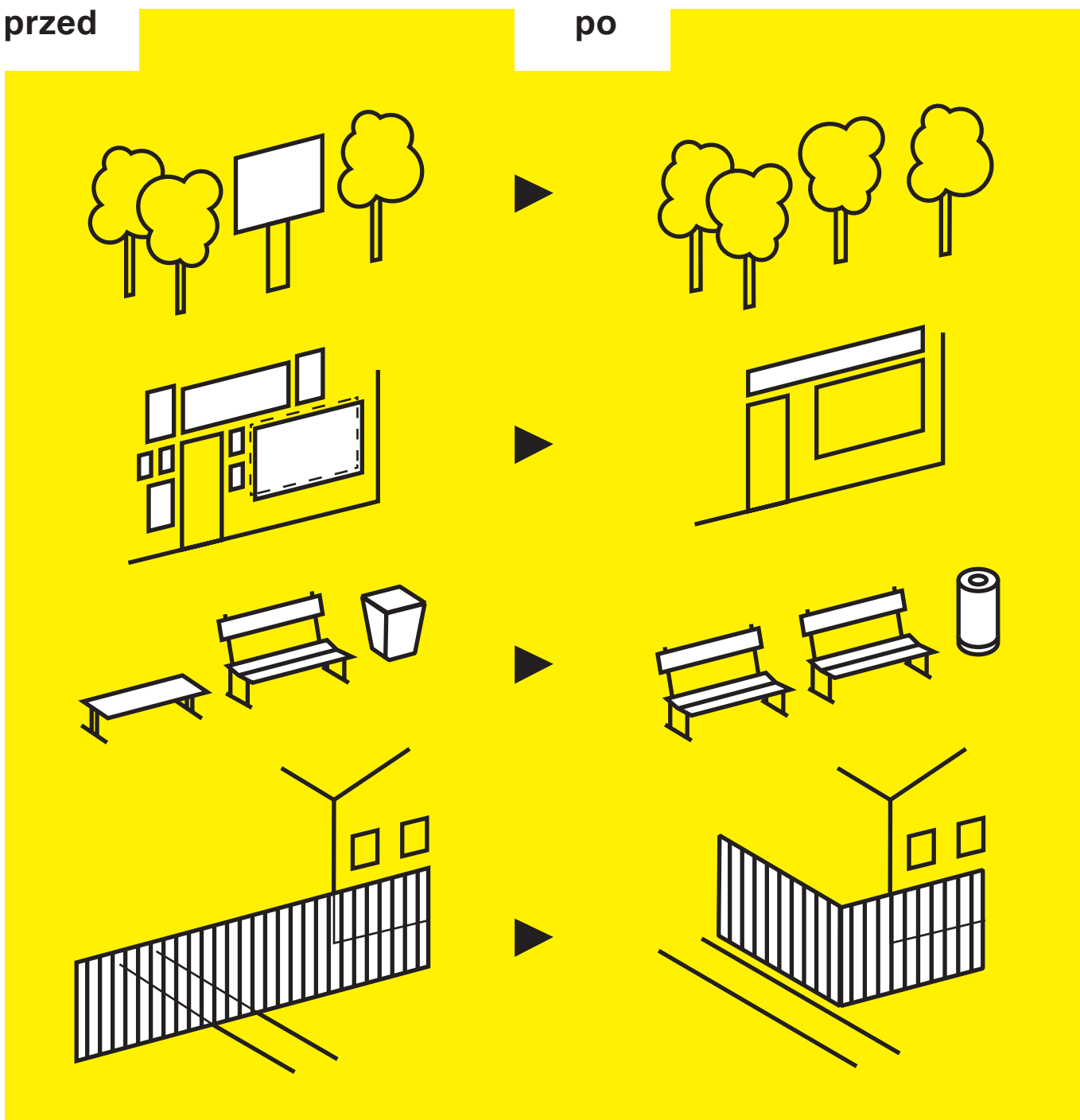
Zgodnie z zapisami ustawy, uchwała winna uregulować nie tylko nowe inwestycje, ale i sposób dalszego funkcjonowania obiektów zrealizowanych przed momentem wejścia jej w życie. Biorąc pod uwagę duże zróżnicowanie zagadnień, jakich dotyczy uchwała, w projekcie dla Warszawy przyjęto za uzasadnione wprowadzenie odrębnych terminów dostosowania się dla poszczególnych grup istniejących już obiektów. W świetle wymogów ładu przestrzennego,

oczekiwań społecznych oraz złożoności problemów objętych uchwałą, projekt proponuje następujące okresy dostosowawcze:

- dla nośników reklamowych – 2 lata;
- dla szyldów – 3 lata;
- dla obiektów małej architektury – 5 lat;
- dla ogrodzeń – bez obowiązku dostosowania.

przed

po



NOTATKI

NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE
NIEŁADNIEŁADNIE

NIEŁAD

NIEŁAD

ŁAD

dzięki
warszawskiej
uchwale
krajobrazowej

NIEŁAD

NIEŁADNIEŁADNIE

NIEŁADNIEŁADNIE

NIEŁADNIEŁADNIE

JAKA UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA?

Konsultacje społeczne projektu: 5 czerwca – 14 lipca 2017

Przyjdź na debatę

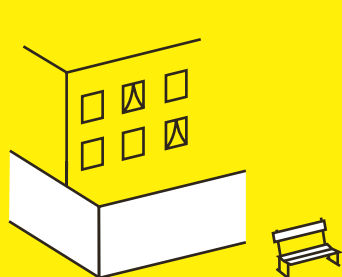
o projekcie uchwały

– 5 czerwca (pon.)

Przyjdź na warsztaty:

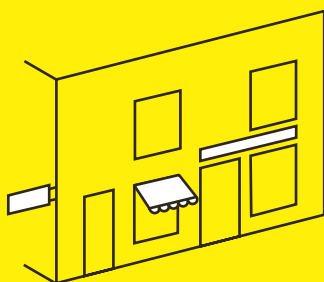
o małej architekturze
i ogrodzeniach

– 8 czerwca (czw.)



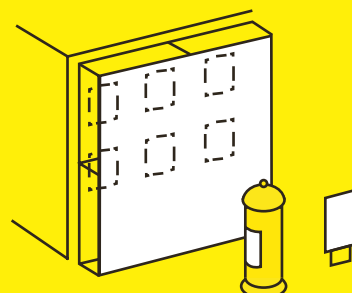
o szyldach

– 12 czerwca (pon.)



o reklamach

– 21 czerwca (śr.)



Debata i warsztaty odbywają się o 18:00 w Pałacu Kultury i Nauki
(wejście od ul. Marszałkowskiej)

Odwiedź punkt konsultacyjny

10 czerwca (sob.) od 12:00 do 15:00

7, 13, 20, 22 czerwca od 15:00 do 19:00

w Biurze Architektury i Planowania Przestrzennego, ul. Marszałkowska 77/79

Poznaj projekt i zgłoś uwagi on-line

www.konsultacje.um.warszawa.pl | krajobrazowa@um.warszawa.pl