

Zarządzenie Nr ..... 515/2023

Prezydenta Miasta Bydgoszczy  
z dnia ..... 1 września ..... 2023 r.

**w sprawie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane – w miejskiej przestrzeni publicznej, na gruntach, obiektach budowlanych i urządzeniach użyteczności publicznej, stanowiących wyłączną własność Miasta Bydgoszcz lub będących w zarządzie Prezydenta Miasta Bydgoszczy.**

Na podstawie art. 30 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 8 marca 1990 o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2023 r. poz. 40, 572), w związku z ustawą z dnia 21 marca 2004 r. o drogach publicznych (Dz. U. z 2023 r. poz. 645, 760, 1193), ustawą z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (Dz. U. z 2023 r. poz. 682, 553, 967), ustawą z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2022 r. poz. 840) oraz ustawą z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2023 r. poz. 977)

**zarządza się, co następuje:**

**§ 1.** Z wyjątkiem przypadków uregulowanych w odrębnych przepisach prawa, zarządzenie reguluje zasady umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, na gruntach, obiektach budowlanych i urządzeniach użyteczności publicznej stanowiących wyłączną własność Miasta Bydgoszcz lub będących w zarządzie Prezydenta Miasta Bydgoszczy.

**§ 2.** Użyte w zarządzeniu określenia oznaczają:

- 1) Zarządca miejski – Prezydent Miasta, którego zadania wykonują odpowiednio właściwe jednostki Urzędu Miasta Bydgoszczy oraz miejskie jednostki organizacyjne, w tym posiadające osobowość prawną, takie jak: Zarząd Dróg Miejskich i Komunikacji Publicznej w Bydgoszczy, Wydział Mienia i Geodezji, Wydział Zieleni i Gospodarki Komunalnej, Administracja Domów Miejskich Sp. z o.o., Miejskie Zakłady Komunikacyjne Sp. z o.o., Leśny Park Kultury i Wypoczynku „Myślęcinek” Sp. z o.o., dyrektorzy szkół i innych placówek edukacyjnych, a także inne miejskie jednostki organizacyjne, które dysponują nieruchomościami, urządzeniami lub pojazdami w imieniu Miasta Bydgoszczy;
- 2) Urządzenia użyteczności publicznej – urządzenia niebędące gruntami i obiektami budowlanymi, w tym pojazdy w rozumieniu art. 2.pkt 31 ustawy z dnia 20 czerwca 1997r. Prawo o ruchu drogowym;
- 3) Pojęcia i określenia użyte w zarządzeniu, a niezdefiniowane powyżej (m.in. „reklama”, „tablica reklamowa”, „urządzenie reklamowe”, „szyld”), należy rozumieć zgodnie z przepisami odrębnymi.

**§ 3. 1.** Wszelkie działania związane z umieszczaniem tablic i urządzeń reklamowych na gruntach, obiektach oraz urządzeniach użyteczności publicznej winny uzyskać opinię Plastyka Miasta, a w przypadkach wynikających z przepisów prawa także uzgodnienie Miejskiego Konserwatora Zabytków.

2. Plastyk Miasta przy wydawaniu opinii dotyczących umieszczania elementów reklamowych w miejskiej przestrzeni publicznej, na gruntach i obiektach budowlanych i urządzeniach użyteczności publicznej, kieruje się dbałością o estetyczny wygląd i wizerunek Miasta Bydgoszczy, z uwzględnieniem zasady nadrzędności ładu przestrzennego, zasad kompozycji i proporcji nad interesem reklamodawców.

3. Zarząd Dróg Miejskich i Komunikacji Publicznej w Bydgoszczy wydaje opinię dotyczącą umieszczenia elementów reklamowych w miejskiej przestrzeni publicznej pod względem zachowania bezpieczeństwa ruchu drogowego, która jest wiążąca dla zarządcy miejskiego lub inwestora.

4. Zarząd Dróg Miejskich i Komunikacji Publicznej w Bydgoszczy wydaje opinię pod względem bezpieczeństwa ruchu drogowego, zgodnie z przepisami Kodeksu Postępowania Administracyjnego. Opinię wydaje się w formie pisemnej.

5. Warunki umieszczenia reklamy określa inwestorowi zarządca miejski w formie umowy cywilno-prawnej zawieranej pomiędzy inwestorem a zarządcą miejskim lub w formie decyzji administracyjnej.

6. Zarządca miejski lub inwestor występuje do Plastyka Miasta z wnioskiem o wydanie opinii na temat planowanej reklamy, załączając do wniosku dokumentację zawierającą projekt w kolorze wraz z wizualizacją lub zdjęciem przestrzeni, z zaznaczeniem, w którym miejscu ma zostać zainstalowana reklama. Dodatkowo można załączyć mapę do celów informacyjnych lub projekt zagospodarowania terenu.

7. Plastyk Miasta w terminie do 30 dni od daty otrzymania pełnej dokumentacji wyraża pisemną opinię, w której stwierdza zgodność projektowanej reklamy z zasadami ich umieszczenia, wskazuje na konieczne zmiany projektu, wyznacza ograniczenia lub wytyczne, jakie powinny być spełnione, bądź też wyraża opinię negatywną.

8. Opinia Plastyka Miasta wiąże zarządcę miejskiego lub inwestora.

**§ 4. 1.** Plastyk Miasta prowadzi rejestr wydanych opinii i jest uprawniony do:

- 1) kontroli przestrzegania przyjętych ustaleń przez inwestorów oraz zarządców miejskich, dokonywania oględzin na miejscu i powiadamiania właściwych podmiotów o stwierdzonych nieprawidłowościach,
- 2) występowania do właściwych organów z wnioskami o nakazanie podjęcia działań w sprawie stwierdzonych nieprawidłowości.

2. Zarządca miejski zobowiązany jest do:

- 1) kontroli zarządzanego przez siebie terenu w celu uniemożliwienia podmiotom zewnętrznym bezumownego korzystania z terenów miejskich,
- 2) kontroli budynków, by nie dopuścić do samowolnego umieszczania elementów reklamowych, banerów, plakatów, naklejek, informacji o kupnie czy sprzedaży, itp.,
- 3) W przypadku stwierdzenia nieprawidłowości, zarządca jest zobowiązany do bezzwłocznego uporządkowania terenu lub budynku.

**§ 5. 1.** Zapisy zarządzenia nie wyłączają obowiązków i ograniczeń ustalonych w przepisach powszechnie obowiązującego prawa, w szczególności w ustawie o drogach publicznych oraz w ustawie prawo budowlane.

2. Jeżeli zainstalowanie reklamy wymaga uzyskania pozwolenia na budowę lub zgłoszenia wykonywania robót, zarządca miejski lub inwestor zobowiązany jest do przeprowadzenia odpowiedniej procedury administracyjnej w wydziale właściwym do spraw administracji budowlanej.

**§ 6. 1.** Zasady ogólne dotyczące szyldów oraz tablic informacyjnych i pamiątkowych:

- 1) Szyldy i tablice umieszcza się:
  - a) na estetycznie przygotowanej elewacji (nie dopuszcza się zmiany koloru fragmentu elewacji, skutkującej brakiem spójności z wystrojem architektonicznym budynku),

- b) maksymalnie do wysokości pierwszej kondygnacji, jeśli to możliwe w pasie fryzu pomiędzy witryną a gzymsiem nadparterowym; dopuszcza się umieszczenie szyldu powyżej pierwszej kondygnacji w sytuacji, gdy lokale znajdują się powyżej parteru a zamontowanie szyldu w kondygnacji parteru nie jest możliwe; dopuszcza się umieszczanie szyldów na dachach budynków i na attyce, w formie neonu lub liter przestrzennych, pod warunkiem dostosowania ich stylistyki i wielkości do architektury budynku,
  - c) z poszanowaniem podziałów architektonicznych budynku (by nie przesłaniać detali architektonicznych, obramień okiennych i drzwiowych), w przypadku elewacji z boniowaniem należy dostosować wysokość szyldu/tablicy do wyznaczonych przez boniowanie podziałów,
  - d) w obrębie jednego budynku według jednolitych zasad (podobna forma, wielkość, wysokość, długość wysięgnika) oraz na jednakowej wysokości,
  - e) w formie systemu modułowych tablic informacyjno-reklamowych montowanych przy drzwiach wejściowych – w miejscu gdzie prowadzona jest działalność przez wiele podmiotów; tablice umieszczone jedna pod drugą w równych odstępach winny mieć ujednoczony format; dopuszcza się rozmieszczenie tablic najwyżej w dwóch pionowych pasach w obrębie głównego wejścia do budynku; na budynkach wpisanych do rejestru zabytków województwa kujawsko-pomorskiego, do gminnej ewidencji zabytków oraz objętych inną formą ochrony na podstawie przepisów odrębnych, należy stosować tablice na dystansach, tak, aby nie przylegały bezpośrednio do elewacji, lub wolnostojący system ujednoczonych tablic umieszczony przy budynku ze znakami firmowymi wszystkich firm prowadzących działalność,
  - f) w przypadku szyldu w formie semafora prostopadłego do elewacji – na wysokości dostosowanej do górnej krawędzi wnęk okiennych lub drzwiowych, w odległości nie mniejszej niż 3,0 m od kolejnego i na wysięgniku o wysunięciu nieprzekraczającym 1,0 m od lica ściany; na budynkach historycznych wymagany jest semafor w formie stylizowanej na kutym wysięgniku.
- 2) Witryna lokalu powinna nawiązywać do charakteru prowadzonej działalności i wpisywać się w sposób harmonijny w architekturę budynku;
  - 3) Ustala się wymóg sporządzania projektu oznakowania reklamowego, jako integralnej części projektu budowlanego w zakresie kolorystyki, dla obiektu, w którym prowadzona jest działalność usługowa czy handlowa;
  - 4) Preferuje się szyld w formie malowanej lub w formie liter przestrzennych umieszczonych bezpośrednio na elewacji, bez podkonstrukcji;
  - 5) Forma i wielkość liter przestrzennych winna tworzyć harmonijną całość z elewacją budynku i kontekstem architektonicznym, z zachowaniem właściwych proporcji;
  - 6) W górnej części witryny okiennej dopuszcza się reklamy w formie liter przestrzennych na transparentnym stelażu lub w formie wyklejanej;
  - 7) Nie dopuszcza się szyldów w formie elektronicznych wyświetlaczy, paneli ze zmienną treścią reklamową itp.;
  - 8) Szyld może składać się najwyżej z dwóch elementów reklamowych (nie licząc informacji o godzinach otwarcia), możliwość umieszczenia dodatkowego modułu będzie analizowana indywidualnie w zależności od uwarunkowań danej lokalizacji.
2. Zasady kompozycji i grafiki szyldu:
- 1) Szyld poza nazwą może zawierać firmowe logo oraz element graficzny nawiązujący do charakteru prowadzonej działalności; nie dopuszcza się umieszczania listy świadczonych usług;
  - 2) Dopuszcza się zastosowanie maksymalnie dwóch krojów pisma (mogą być zróżnicowane pod względem wielkości, stopnia nachylenia lub grubości);
  - 3) Treści graficzne powinny być ułożone w określonym porządku (np. wyrównanie do osi, krawędzi dolnej, mieścić się w szerokości logo itp.), z zachowaniem światła między napisem a krawędzią szyldu oraz między literami;

- 4) Elementy świetlne bądź podświetlane stanowiące integralną część oznakowania reklamowego winny harmonizować z elewacją budynku i jego otoczeniem.

**§ 7. Działania reklamowe i zasady zagospodarowania przestrzeni na obszarze Leśnego Parku Kultury i Wypoczynku „Myślęcinek”:**

1. Wymagana lokalizacja funkcji usługowych, np. stoisk handlowych, zaaranżowanych w sposób jednorodny stylistycznie, dostosowany do charakteru miejsca oraz potrzeb i oczekiwań mieszkańców. Wskazane jest zaprojektowanie dla całego obszaru parku wymaganych rozwiązań stylistycznych i materiałowych dla obiektów o funkcji usługowo-handlowych (parasole, meble, wygradzenia) wraz z ujednoliconym, dedykowanym systemem oznakowania reklamowego.
2. Wymagany jest wysoki standard architektoniczny i estetyczny obiektów kubaturowych oraz wszystkich elementów zagospodarowania terenu, w tym małej architektury i zieleni projektowanej, jako integralnych elementów zagospodarowania.
3. Wymagane jest tworzenie atrakcyjnego i reprezentacyjnego wizerunku przestrzeni ogólnodostępnych oraz otoczenia obiektów kubaturowych, poprzez aranżację nawierzchni, wprowadzenie obiektów małej architektury, form plastycznych (np. rzeźb, posągów, instalacji artystycznych), urządzeń wodnych (np. fontann i wodotrysków), zieleni itp., przy zachowaniu wysokiego poziomu kompozycyjno-estetycznego miejsca.
4. Obowiązuje realizacja obiektów o formie zharmonizowanej z krajobrazem, o lekkiej i transparentnej konstrukcji, z wykorzystaniem najwyższej jakości materiałów wykończeniowych.
5. Dopuszcza się lokalizację obiektów architektury ogrodowej typu altany, oranżerie, pawilony wystawowe itp. pod warunkiem ich realizacji na podstawie kompleksowego projektu zagospodarowania obejmującego dany obszar parku.
6. Dopuszcza się wzbogacenie istniejącego zagospodarowania o elementy małej architektury, a także terenowe urządzenia sportowo-rekreacyjne, np. place gier i zabaw dla dzieci, place wypoczynkowe itp.
7. Dopuszcza się lokalizację sezonowych ogródków gastronomicznych o wysokim standardzie estetycznym, o stylistyce dostosowanej do charakteru miejsca i kontekstu przestrzennego, po uzgodnieniu z Plastykiem Miasta.
8. Obowiązuje zakaz nośników reklamowych w formie siatek wielkoformatowych i banerów (w formie płacht, plandek i innych miękkich materiałów), z wyjątkiem czasowo instalowanych ogłoszeń promujących wydarzenia kulturalno-rozrywkowe i sportowe odbywające się bezpośrednio na danym terenie, sytuowanych w miejscach wyznaczonych, na estetycznych nośnikach.
9. Dla wszystkich elementów reklamowych występujących na terenie Parku wymagane są rozwiązania systemowe, porządkujące reklamy, w formie modułowej, po uzgodnieniu z Plastykiem Miasta.
10. Wyklucza się sytuowanie reklam wielkoformatowych oraz reklam w formie naściennych i wolnostojących billboardów, w tym reklam umieszczonych na betonowych bloczkach.

**§ 8. 1. Obowiązuje ogólny zakaz lokalizacji tablic, nośników reklamowych, banerów i urządzeń reklamowych:**

- 1) nieestetycznych, np. zabrudzonych, zniszczonych, odkształconych, nieczytelnych,
- 2) zmieniających lub zakrywających elementy wystroju architektonicznego, np. kolumny, pilastry, łuki bram, obramienia portali i okien, stolarkę okienną, balustrady, gzymsy i zwieńczenia, płyciny i kompozycje sztukatorskie, połacie dachowe itp.,
- 3) dysharmonizujących z formą i architekturą budynku i otoczenia,
- 4) zakrywających powierzchnię szyb w sposób eliminujący otwór okienny z kompozycji budynku,
- 5) zasłaniających osie widokowe w kierunku krajobrazów otwartych i wartościowych architektonicznie zespołów zabudowy,
- 6) zasłaniających obiekt zabytkowy lub o znacznych walorach architektonicznych,
- 7) na ogrodzeniach, balkonach, balustradach, bramach, drzewach, w tym: banerów, naklejek, plakatów i ulotek; na ogrodzeniach dopuszcza się umieszczanie systemowych rozwiązań miejskich oraz informacji o kupnie, sprzedaży lub wynajmie lokalu/nieruchomości w formie

tablicy reklamowej w kolorystyce brąz-écru/ grafit-złamana biel, dostosowanej formatem do przęsał/ podziałów konstrukcyjnych ogrodzenia, maksymalnie w szerokości jednego przęsała i nie większej niż 30% powierzchni przęsała,

- 8) umieszczonych w sposób uniemożliwiający prawidłowe korzystanie z budynku i poszczególnych pomieszczeń (np. ograniczających doświetlenie pomieszczeń mieszkalnych, usługowych, biurowych),
- 9) na rusztowaniach, z wyjątkiem siatek wielkoformatowych i banerów sytuowanych wyłącznie w trakcie trwania prac budowlanych, z odwzorowaniem elewacji fasady, o powierzchni ekspozycji reklamy lub logo nie większej niż 10% powierzchni, z zachowaniem okresu ekspozycji nie dłuższym niż 12 miesięcy i nie częściej niż raz na pięć lat,
- 10) w parkach oraz na tle zwartych kompleksów zieleni, z wyjątkiem miejskich tablic informacyjnych i regulaminów oraz elementów identyfikacji wizualnej obiektów; dopuszcza się czasowe instalowanie ogłoszeń promujących wydarzenia kulturalno-rozrywkowe i sportowe odbywające się bezpośrednio na danym terenie,
- 11) na cmentarzach, z wyjątkiem regulaminów i tablic informacyjnych związanych z przeznaczeniem terenu,
- 12) na terenach oświaty i szkolnictwa, z wyjątkiem: szyldów, regulaminów, tablic informacyjnych związanych z prowadzoną w obiekcie działalnością, systemowych rozwiązań, ogłoszeń promujących miejskie inicjatywy i wydarzenia kulturalno-rozrywkowe i sportowe oraz reklamy okolicznościowej sytuowanej na czas organizacji wydarzeń, po uzgodnieniu z Plastykiem Miasta,
- 13) na pustostanach budynków, obiektach do rozbiórki,
- 14) w formie reklamy mobilnej, w szczególności na przyczepach i naczepach samochodowych, wózkach, platformach, lawetach, samochodach - pojazdach zmieniających obrys fabryczny karoserii, w tym porzuconych samochodach,
- 15) w odległości mniejszej niż 50m od pomników i miejsc pamięci oraz pomników przyrody,
- 16) w odległości mniejszej niż 20m od systemowych rozwiązań miejskich (po tej samej stronie drogi),
- 17) w zgrupowaniu większym niż dwa wolnostojące nośniki w promieniu 50m.

2. Obowiązuje zakaz lokalizacji tablic, nośników reklamowych i urządzeń reklamowych ze względu na bezpieczeństwo ruchu drogowego:

- 1) na konstrukcjach mostowych, wiaduktach, kładkach, obiektach inżynierskich oraz ich barierkach i ścianach,
- 2) na barierkach rozdzielających jezdnie, torowiska i przystanki,
- 3) na barierach ochronnych, poręczach,
- 4) na konstrukcjach wsporczych znaków drogowych oraz urządzeniach bezpieczeństwa ruchu drogowego,
- 5) na przedłużeniu osi drogi,
- 6) zasłaniających znaki drogowe, sygnalizatory świetlne, urządzenia bezpieczeństwa ruchu drogowego, elementy systemu ITS i inne elementy towarzyszące infrastrukturze drogowej lub wykonanych w nawiązaniu do formy (kształtu, koloru, symboliki) znaków drogowych,
- 7) na słupach oświetleniowych i energetycznych, z wyjątkiem systemowych rozwiązań miejskich – w uzgodnieniu z ZDMIKP,
- 8) na słupach trakcyjnych oraz sygnalizacji świetlnej,
- 9) na łukach poziomych drogi oraz niebezpiecznych łukach pionowych,
- 10) na wiatach przystankowych, z wyjątkiem citylightów, jeśli stanowią część wyposażenia wiaty, i plakatów miejskich informujących o wydarzeniach i inicjatywach miejskich lub o podmiotach współpracujących z miastem, umieszczonych na bocznej ścianie wiaty,
- 11) w obrębie pola widoczności ograniczających widoczność np. drogi,
- 12) ograniczających widoczność z kamer wizyjnych systemu monitoringu miejskiego,
- 13) na skrzyżowaniach i w obrębie skrzyżowań dróg, w odległości mniejszej niż 60m od skrzyżowań i przejść dla pieszych,

- 14) w pasach rozdzielających jezdnie, z wyjątkiem dróg wylotowych, na których dopuszcza się sytuowanie nośników o jednakowym formacie i konstrukcji, w równych odstępach, tworzących sekwencje,
- 15) bez zachowania skrajni drogi pionowej i poziomej,
- 16) w odległości mniejszej niż 30m od przystanków komunikacji zbiorowej,
- 17) w odległości mniejszej niż 20m od znaków drogowych,
- 18) zakazuje się stosowania oświetlenia pulsacyjnego wszelkich tablic i urządzeń reklamowych, w tym szyldów o zmiennym natężeniu oświetlenia takich jak telebimy i ekspozytory diodowe; zakaz nie dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oświetlanych za pomocą technologii LCD w granicach luminacji do 5000 cd/m<sup>2</sup> w ciągu dnia, natomiast 600 cd/ m<sup>2</sup> dla tablic poniżej 10 m<sup>2</sup> i do 300 cd/ m<sup>2</sup> dla tablic powyżej 10 m<sup>2</sup> w ciągu nocy.

**§ 9. 1. Zasady ogólne dotyczące nośników reklamowych wolnostojących i naściennych niespełniających funkcji szyldu:**

- 1) Odpowiedzialność za treści umieszczane na nośnikach reklamowych ponosi właściciel;
- 2) Na każdym nośniku reklamowym winny być umieszczone czytelne informacje pozwalające na zidentyfikowanie podmiotu odpowiedzialnego za treści reklamowe na nim prezentowane, identyfikator, zawierający informację dotyczącą właściciela nośnika lub jego operatora, o powierzchni nieprzekraczającej 0,03m<sup>2</sup> - na elementach konstrukcyjnych lub w obrębie obudowy; urządzenia reklamowe bez czytelnej identyfikacji będą usuwane przez Miasto na koszt właściciela lub reklamodawcy/ użytkownika;
- 3) Elementy konstrukcyjne tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności takie jak teowniki, ceowniki, płaskowniki, listwy mocujące, powinny zostać odpowiednio zamaskowane, w szczególności poprzez ich schowanie w obudowie lub wkomponowanie w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych oraz nawiązujących do historycznego charakteru otoczenia, w szczególności elementów giętych, kutych, żeliwnych lub nitowanych, takich jak wysięgniki szyldów semaforowych wykonane technikami metaloplastycznymi;
- 4) Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe należy utrzymywać w dobrym stanie wizualnym i technicznym, w szczególności poprzez utrzymanie ich w czystości, kompletności, funkcjonalności technicznej poprzez dokonywanie regularnych przeglądów zgodnie z zaleceniami producenta (gdy przewidziano), przez konserwację i naprawę, a w przypadku przedmiotów trwale związanych z gruntem lub sytuowanych na obiektach budowlanych – poprzez zapewnienie trwałości ich umocowania (standardy jakościowe).

**2. Zasady dotyczące nośników reklamowych wolnostojących niespełniających funkcji szyldu:**

- 1) Dopuszcza się lokalizację prezentera na menu przy wejściu do lokalu gastronomicznego albo w obrębie ogródka, wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu;
- 2) Dopuszcza się jeden totem reklamowy lub pylon dla jednego obszaru, działki, prowadzonej działalności, usług, w formie uporządkowanej, systemowej; nie dopuszcza się umieszczania w/w form nie związanych bezpośrednio z prowadzoną działalnością na danym terenie;
- 3) Dopuszcza się maszty reklamowe zakomponowane z zachowaniem osi kompozycyjnych o liczbie dostosowanej proporcjonalnie do powierzchni działki;
- 4) Dopuszcza się najwyżej dwie reklamy kierunkowe w promieniu do 500 m od miejsca prowadzenia działalności lub przed najbliższym obrębem skrzyżowania, o formacie nie większym niż 120cm x 40cm. W przypadku występowania większej liczby reklam kierunkowych różnych podmiotów gospodarczych w danej przestrzeni, należy zastosować spójne rozwiązanie dla wszystkich reklam umieszczając je na jednym nośniku w formie kierunkowego znaku lub estetycznego pylonu (system z możliwością dołączenia dodatkowych tabliczek do słupka);
- 5) Dopuszcza się maksymalnie dwie reklamy wjazdowe przy wjeździe do miejsca prowadzenia działalności o formacie nie większym niż 0,7m<sup>2</sup>;

- 6) Dopuszcza się umieszczanie systemowych tabliczek (tzw. ramek z wymienną grafiką) na słupach oświetleniowych w pasach drogowych, w uzgodnieniu z ZDMiKP;
  - 7) Dopuszcza się umieszczanie okolicznościowych ekspozytorów grafiki, plakatów, zdjęć, w formie kostek, delt reklamowych itp., przeznaczonych do czasowej ekspozycji w związku z planowaną imprezą, wystawą lub wydarzeniem kulturalnym lub edukacyjnym; jednorazowy czas użytkowania nie może przekraczać 4 tygodni; informacje nie mogą stanowić reklamy komercyjnej podmiotów gospodarczych, usług. Odległość między nośnikami umieszczonymi w danej przestrzeni nie może wynosić mniej niż 300m, nie mogą znajdować się w sąsiedztwie słupów ogłoszeniowych – w odległości mniejszej niż 100m od słupa;
  - 8) Dopuszcza się lokalizację słupów ogłoszeniowych oraz nośników reklamowych o charakterze informacyjno-promocyjnym dotyczących działań z zakresu kultury, sportu lub projektów współfinansowanych ze środków zagranicznych, sporządzonych z zgodnie z przepisami odrębnymi;
  - 9) Nośniki wolnostojące winny być wsparte na pojedynczym słupie lub pylonie;
  - 10) Ustala się kolor ciemnej szarości lub antracytu zbliżony do koloru RAL 7021 dla wszystkich elementów konstrukcji nośników reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących;
  - 11) Fundamenty wolnostojących, trwale związanych z gruntem tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych powinny znajdować się poniżej poziomu gruntu. Nie dopuszcza się stawiania konstrukcji reklamowych na betonowych bloczkach i tym podobnych rozwiązaniach.
3. Zasady dotyczące nośników reklamowych naściennych niespełniających funkcji szyldu:
- 1) Dopuszcza się umieszczenie przy wejściu do lokalu gastronomicznego gabloty lub tablicy z ofertą gastronomiczną o powierzchni nie większej niż 0,7m<sup>2</sup>;
  - 2) Dopuszcza się umieszczanie w witrynie/ oknie informacji o kupnie, sprzedaży lub wynajmie lokalu/ nieruchomości, w szerokości otworu okiennego, w kolorystyce brąz-écru / grafit-złamana biel);
  - 3) Dopuszcza się lokalizację maksymalnie dwóch tablic o ujednoliconym formacie na ścianach szczytowych budynków nieobjętych ochroną konserwatorską;
  - 4) Dopuszcza się wielkoformatowe reklamy w formie malowanej (murale) o ograniczonej powierzchni ekspozycji reklamy lub logo, która w strefie ochrony konserwatorskiej i na obiektach objętych ochroną konserwatorską wynosi maksymalnie 5% powierzchni ściany;
  - 5) Dopuszcza się czasowe umieszczanie na ścianach szczytowych budynków nieobjętych ochroną konserwatorską siatek reklamowych i banerów, wpisanych w sposób harmonijny i proporcjonalny w podziały elewacji, optymalnie w układzie pionowym;
  - 6) Dopuszcza się umieszczanie banerów reklamowych i innych nośników reklamowych na tymczasowych ogrodzeniach placu budowy, dostosowanych formatem do przęsła/ podziałów konstrukcyjnych ogrodzenia, z zachowaniem okresu ekspozycji nie dłuższym niż 6 miesięcy;
  - 7) Dopuszcza się umieszczanie grafiki reklamowej na pojazdach komunikacji miejskiej zakomponowanej z uwzględnieniem formy pojazdu i zasad bezpieczeństwa związanych z zapewnieniem odpowiedniej widoczności pasażerom.

**§ 10.** Zarządcy miejscy zobowiązani są do dostosowania się do przepisów niniejszego zarządzenia w terminie 12 miesięcy, poprzez:

- 1) demontaż obiektów, o których mowa w niniejszym zarządzeniu, zlokalizowanych niezgodnie z jej zapisami;
- 2) dokonanie zmiany nośników reklamowych tak, aby spełniały wymogi określone w niniejszym zarządzeniu.

**§ 11.** W wyjątkowych sytuacjach Prezydent Miasta może wydać zgodę na odstępstwo od zapisów Zarządzenia na wniosek Plastyka Miasta.

§ 12. Traci moc Zarządzenie nr 795/05 Prezydenta Miasta z dnia 30 grudnia 2005 r. w sprawie zasad umieszczania reklam w miejskiej przestrzeni publicznej, na gruntach, obiektach budowlanych i urządzeniach użyteczności publicznej stanowiących wyłączną własność Miasta Bydgoszcz lub będących w zarządzie Prezydenta Miasta Bydgoszczy jako zarządcy drogi oraz warunków jakim powinny odpowiadać ogródki letnie.

§ 13. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

PREZYDENT MIASTA  
*Rafał Bruski*  
Rafał Bruski

KIEROWNIK REFERATU

*Monika Kaczmarek*  
Monika Kaczmarek

INSPEKTOR

*Dobrochna Białczyk*  
Dobrochna Białczyk

Jarosław Brzeziński  
*Jarosław Brzeziński*  
Radca Prawny  
Bd-119R

PLASTYK MIASTA  
Główny Specjalista

*Marek Iwiński*  
mgr Marek Iwiński



## Uzasadnienie

Dokument dotyczący zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane powstał w trosce o estetyczny wizerunek Miasta Bydgoszczy, z uwzględnieniem zasady nadrzędności ładu przestrzennego oraz zachowania właściwych zasad kompozycji i proporcji nad interesem reklamodawców oraz w związku z koniecznością zaktualizowania zarządzenia Prezydenta Miasta nr 795/05 z 30 grudnia 2005 r.

Krajobraz miejski jest zjawiskiem wizualnym, które oddaje charakter przestrzeni i określa jej tożsamość. Zagroza mu jednak powszechny chaos wizualny, przekładający się na negatywny wizerunek miasta. Za jedną z jego najistotniejszych przyczyn uznaje się ogromną liczbę reklam umieszczanych dowolnie w przestrzeni publicznej.

Należy zauważyć, że chaos reklamowy powoduje utrudniony odbiór informacji, znieczulenie na przedstawianą treść, zanik znaczących kulturowo wartości, obniżenie szacunku do wartości wspólnej, wizualne zubożenie przestrzeni miasta, wzrost aktów wandalizmu, a w konsekwencji zanik ładu przestrzennego i obniżenie rangi przestrzeni publicznej.

Mimo że informacja wizualna stanowi nieodłączny element współczesnego miasta, istnieje głęboka potrzeba regulacji działań reklamowych. Funkcjonowanie identyfikacji wizualnej powinno właściwie wpisywać się w tkankę miejską i pozytywnie wpływać na wizerunek przestrzeni publicznej, gdyż kształtowanie jej formy jest jednym z głównych zadań współczesnej urbanistyki.

PLASTYK MIASTA  
Główny Specjalista  
  
mgr Marek Iwiński