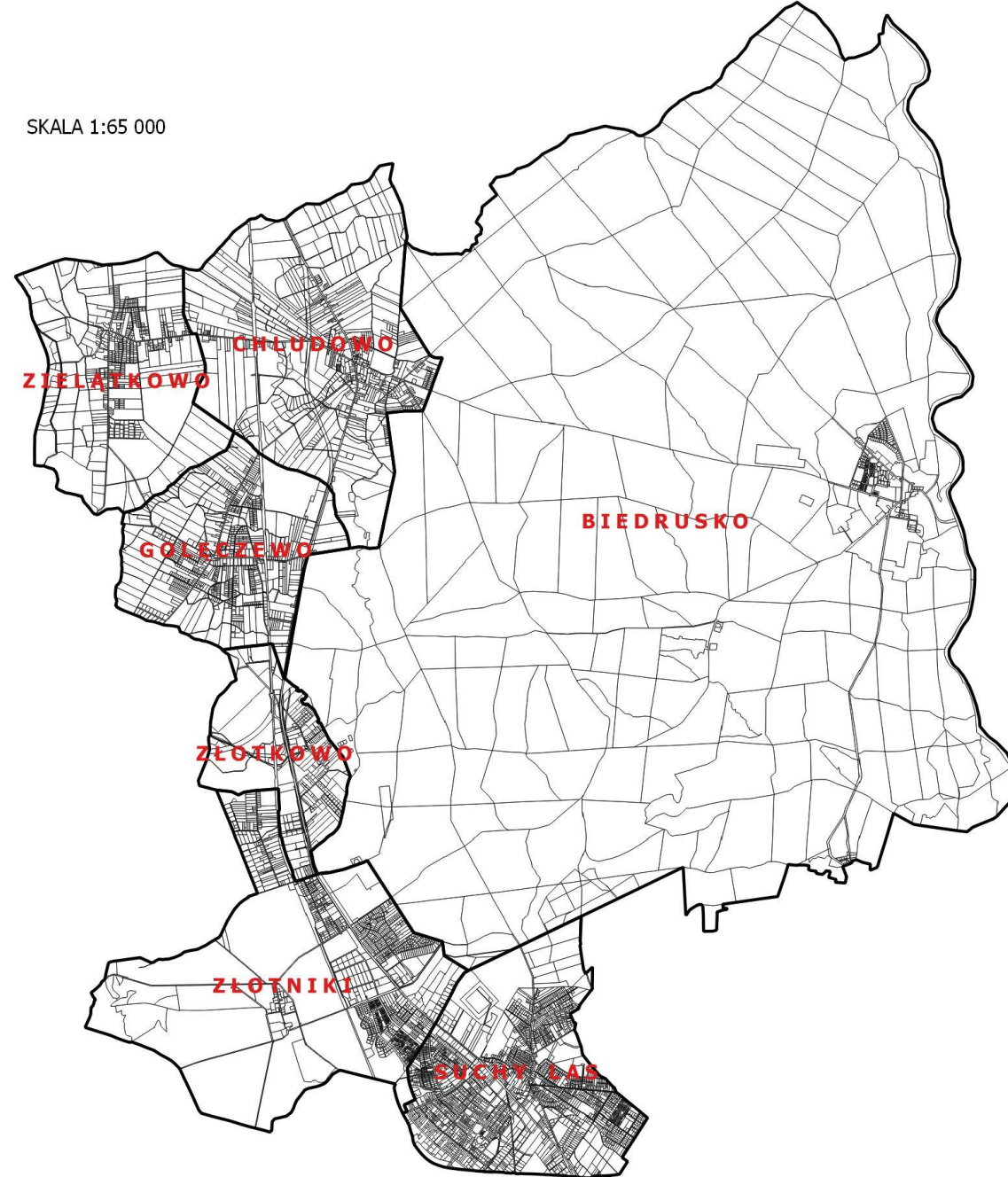


Kodeks reklamowy gminy Suchy Las



SKALA 1:65 000



Biedrusko



Chludowo



Goleńczewo



Zielątkowo



Złotkowo



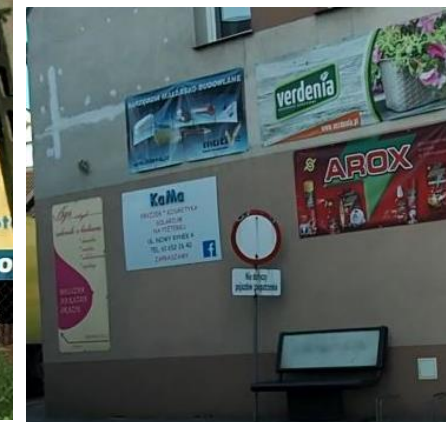
Złotniki



Suchy Las



Suchy Las



Ul. Obornicka

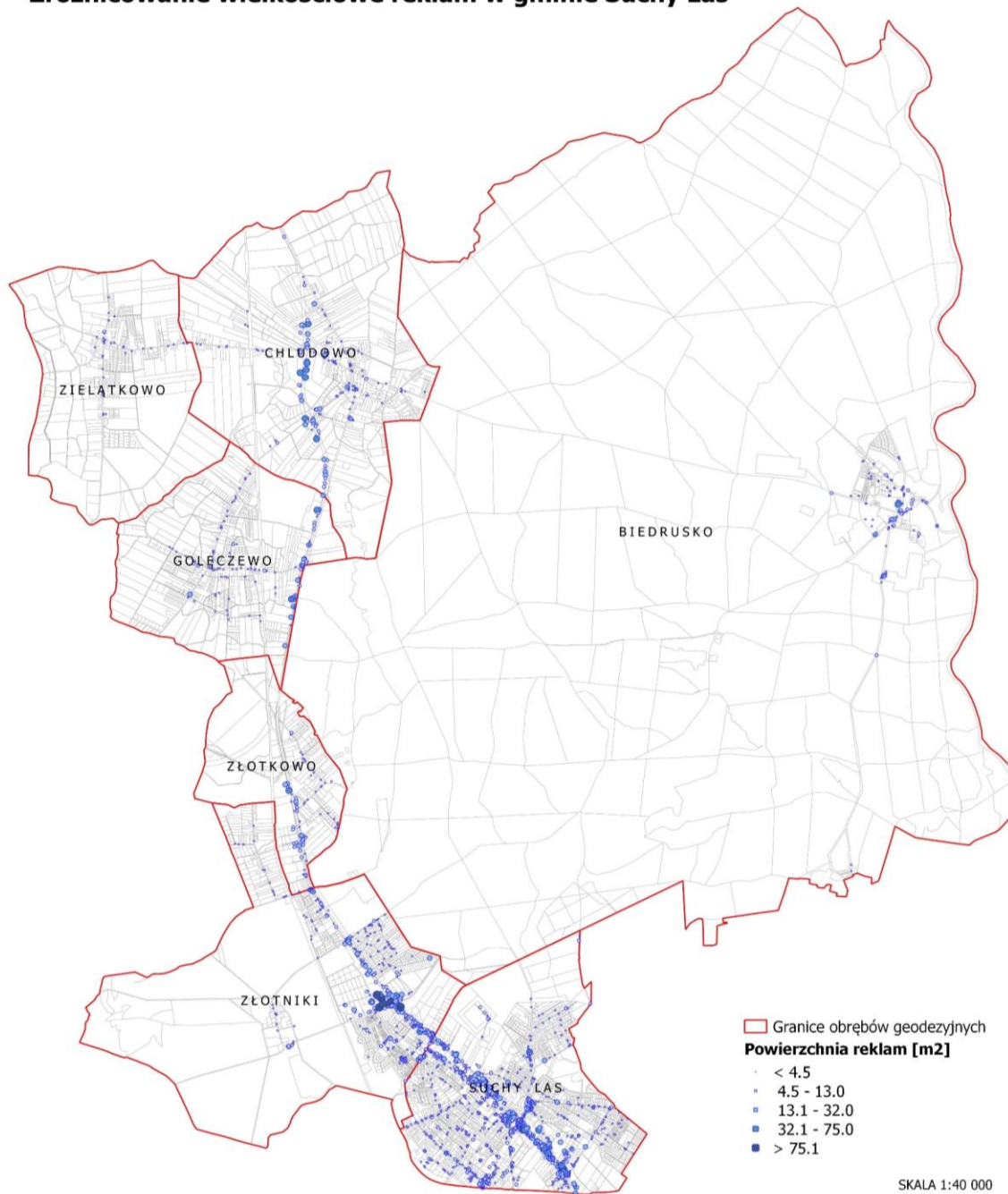


Ul. Obornicka

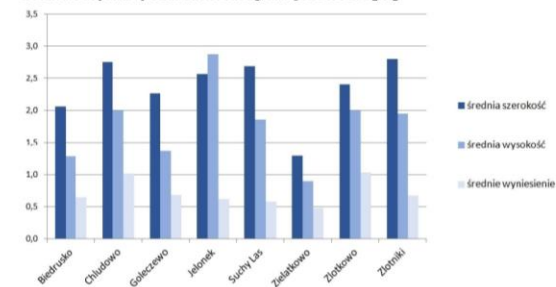


Inwentaryzacja nośników reklamowych w gminie

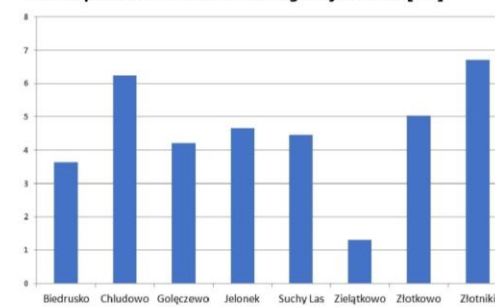
Zróżnicowanie wielkościowe reklam w gminie Suchy Las



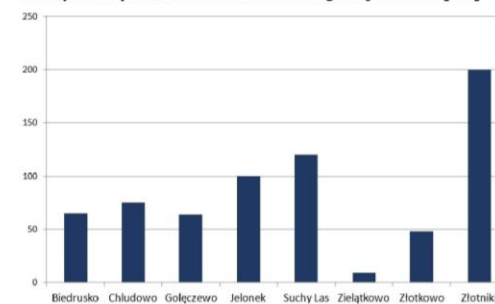
Średnie wymiary reklam według miejscowości [m]



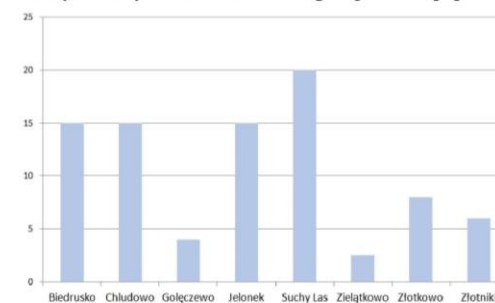
Średnia powierzchnia reklam według miejscowości [m²]



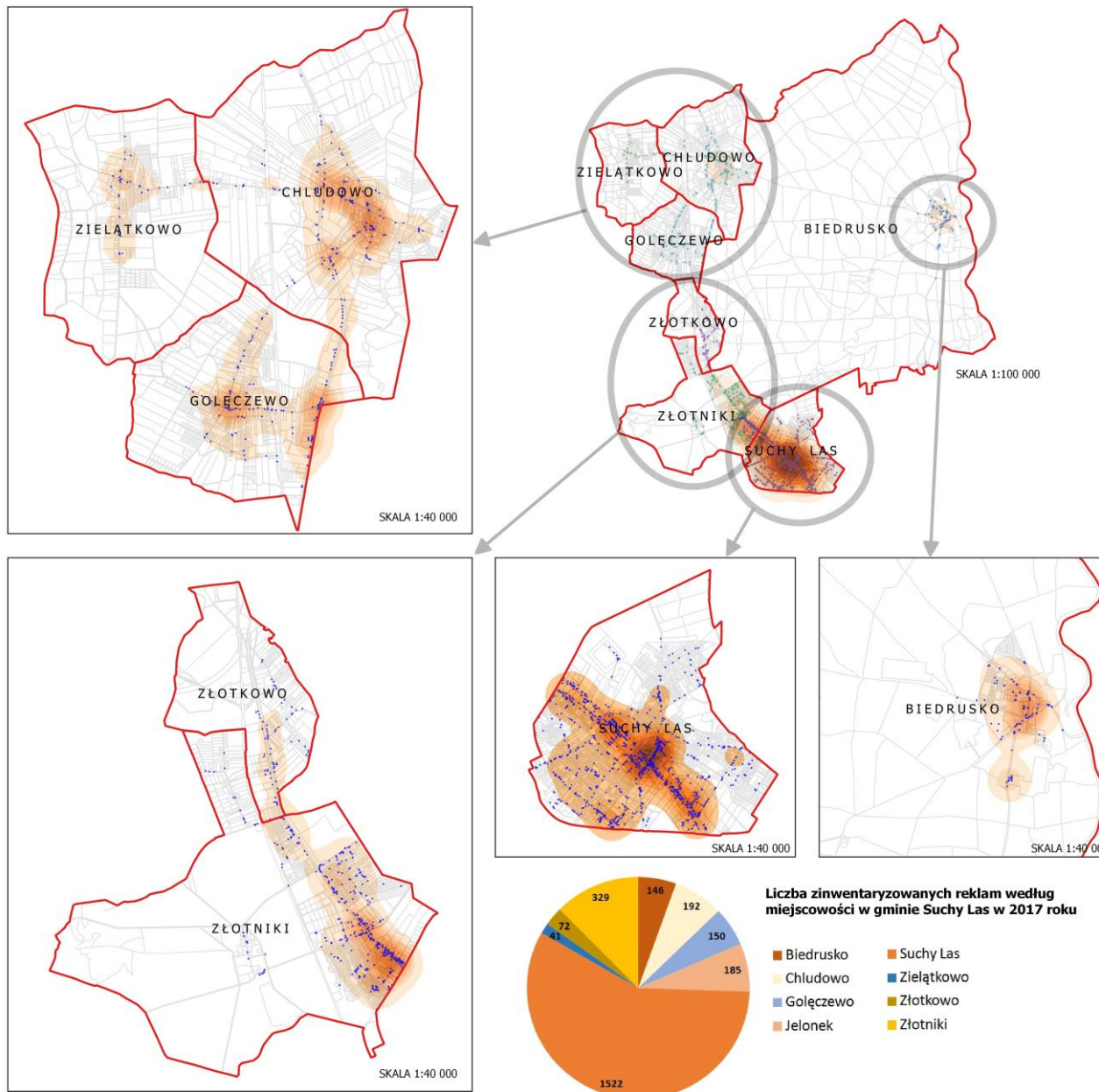
Maksymalna powierzchnia reklam według miejscowości [m²]



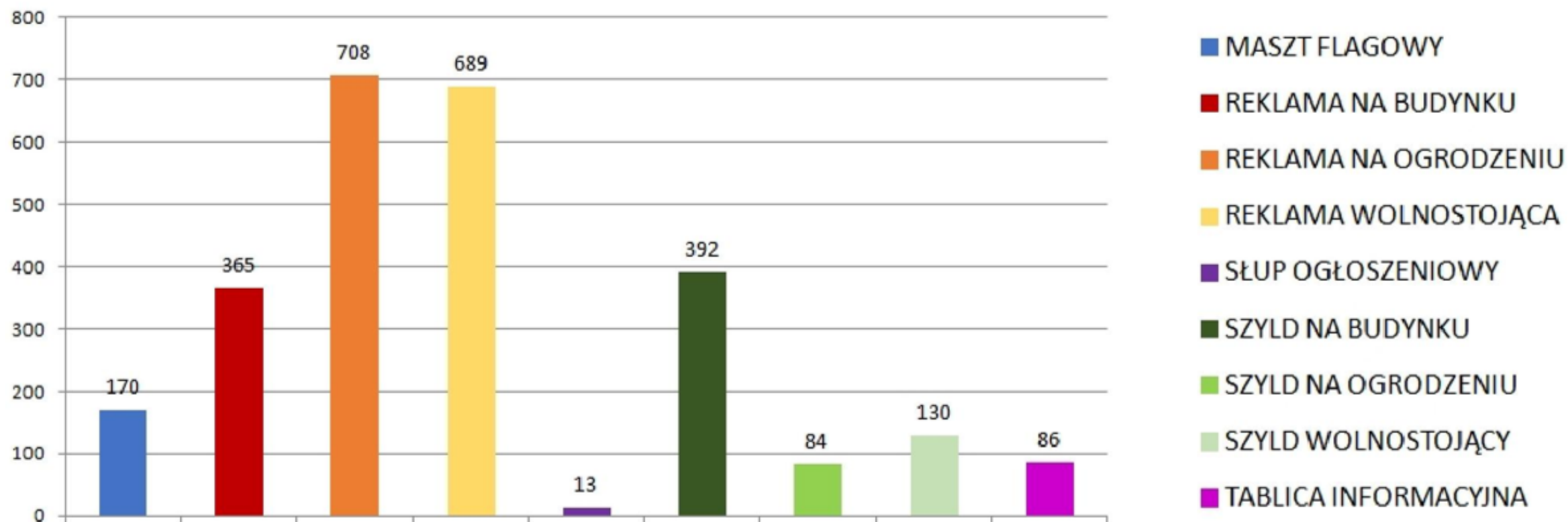
Maksymalne wyniesienie reklam według miejscowości [m]



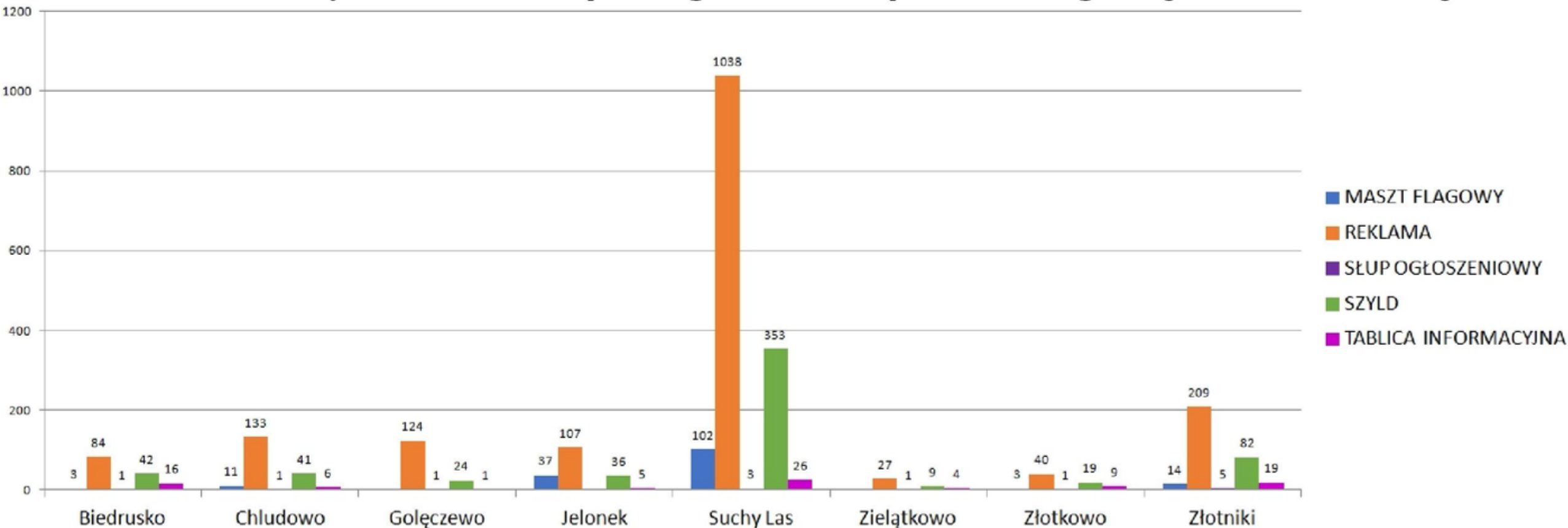
Mapy skupień reklam w gminie Suchy Las oraz w obrębie jej poszczególnych miejscowości



Liczba reklam i urządzeń reklamowych w gminie Suchy Las według rodzaju



Liczba reklam i urządzeń reklamowych w gminie Suchy Las według miejscowości i rodzaju



Podsumowanie



- **największa kumulacja reklam występuje w Suchym Lesie i Złotnikach oraz wzdłuż ulicy Obornickiej; mniejsze zintensyfikowanie reklamami zauważa się w Złotkowie, Gołęczewie, Chłudowie, Zielątkowie oraz Biedrusku;**
- **ulica Obornicka – stanowiąca kręgosłup gminy – posiada najwięcej reklam o dużej powierzchni ekspozycyjnej, również w formie banerów na ogrodzeniach;**
- **brak odpowiedniej stylistyki, form, typów zastosowanych reklam – ogólnie panująca dowolność;**
- **kilka reklam obok siebie nakładająca się na siebie zaburzając percepcję i odbiór;**
- **brak ład przestrzennego zauważalny na całym odcinku ulicy Obornickiej ;**
- **przestrzeń drogi – nie stanowi atrakcyjnej przestrzeni publicznej dla użytkowników;**
- **brak usystematyzowania – zasad lokalizacyjnych - względem wielkości i odległości w zastosowanych nośnikach reklamowych;**
- **brak strefowania ulicy w stosunku do wyznaczenia odcinków fragmentów drogi, na których możliwe byłoby lokowanie reklam;**
- **brak zaakcentowania - ekspozycji miejsc ważnych w gminie jak i na ulicy Obornickiej;**
- **wyznaczone tereny inwestycyjne w studium wzdłuż ulicy Obornickiej o funkcji produkcyjno – usługowej wymagają ograniczeń i uporządkowania w lokowaniu reklam;**

Podsumowanie

- Suchy Las w układzie przestrzennym drogi – ulicy Obornickiej – nośniki reklamowe niezakłócające przestrzeni publicznych oraz otwartych terenów zielonych;
- brak wyeksponowania znaków – systemu identyfikacji gminnej w przestrzeni na obszarze całej gminy;
- propozycja zróżnicowania względem charakteru jednostek z dodaniem znaków wspólnych łączących jednostki osadnicze z gminą np.: obiekty małej architektury, szyldy, słupy ogłoszeniowe itd.;
- obszary objęte ochroną na podstawie przepisów o ochronie przyrody – zakaz lokalizacji urządzeń reklamowych w tych obszarach za wyjątkiem informacji turystycznej – tablic informacyjnych;
- banery na elewacjach przekraczające 10 % powierzchni elewacji budynków usługowych i mieszkalnych – propozycja podziału na funkcje i możliwość zastosowania poszczególnych typów reklam;
- formaty tablic i urządzeń reklamowych – powierzchnie ekspozycyjne – podział na 3 wielkości powierzchniowe (małe, średnie i duże);
- odległości między wolnostojącymi nośnikami reklamowymi – bufor lokalizacji wzdłuż ulicy Obornickiej;

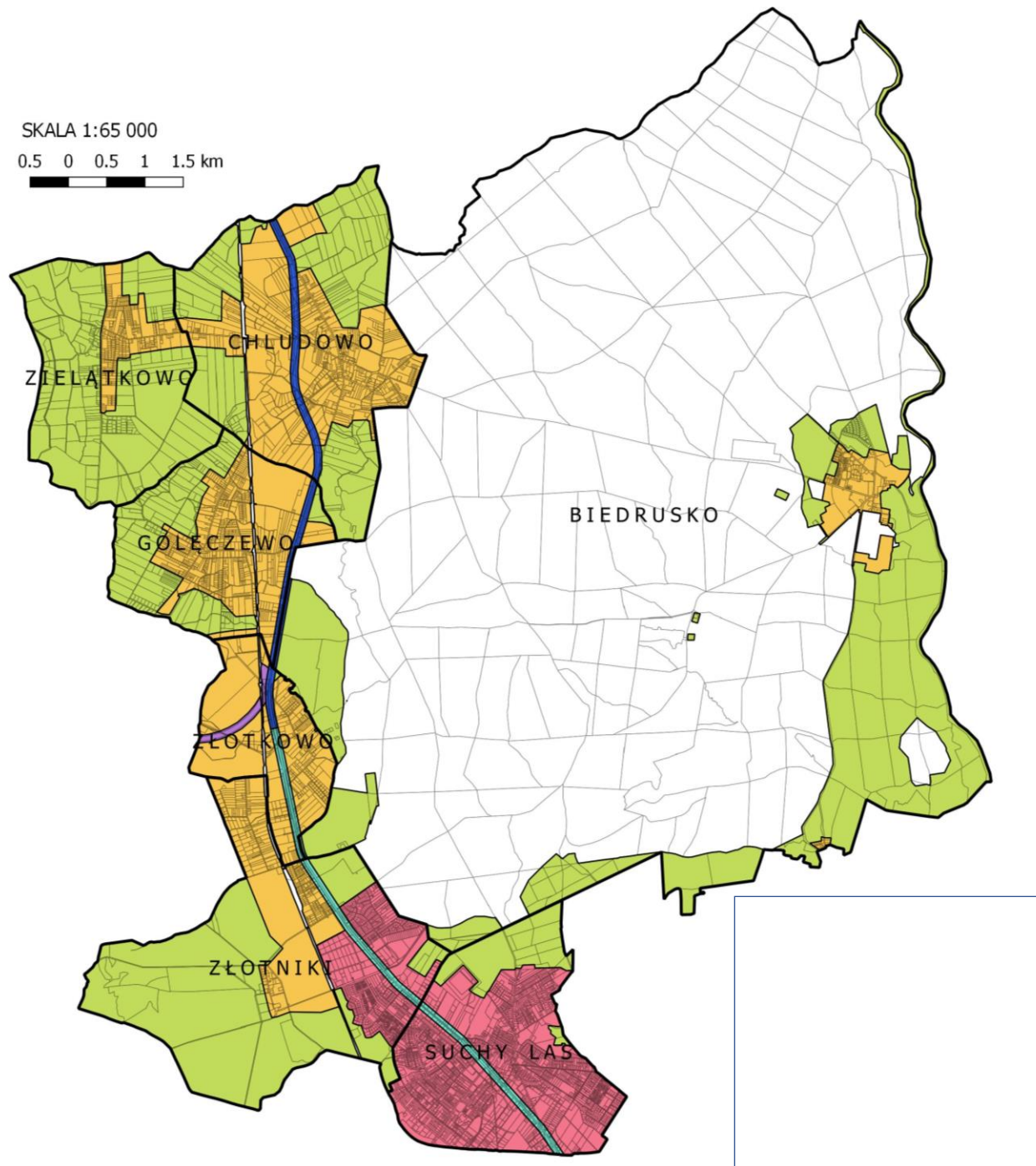
Podział na strefy

OZNACZENIA

 Granice obszarów geodezyjnych
 Granice działek geodezyjnych
(źródło - Geoportal)

 Strefa A1
 Strefa A2
 Strefa A3
 Strefa B
 Strefa C
 Strefa D
 Tereny zamknięte

SKALA 1:65 000
0.5 0 0.5 1 1.5 km



Podział na strefy

Strefa A1

Obejmuje drogę wraz z pasami o szerokości 50 m położonymi po obu stronach od osi drogi Obornickiej, która jest głównym połączeniem dla mieszkańców gminy z Poznaniem.

Strefa A2

Obejmuje drogę wraz z pasami o szerokości 50 m położonymi po obu stronach od osi drogi krajowej nr 11, która łączy się z drogą S11 i jest główną trasą prowadzącą na północ od Poznania, do Koszalina.

Strefa A3

Obejmuje pasy o szerokości 50 m położone po obu stronach od osi drogi ekspresowej S11.

Strefa B

Obejmuje tereny przeznaczone w Studium pod zabudowę w miejscowościach Suchy Las, Jelonek i części wsi Złotniki. Struktura zabudowy na obszarze tych miejscowości łączy się i jest do siebie zbliżona. Ponadto przeprowadzona inwentaryzacja reklam wykazała zbliżony charakter i podobne zagęszczenie występujących reklam na tym obszarze.

Strefa C

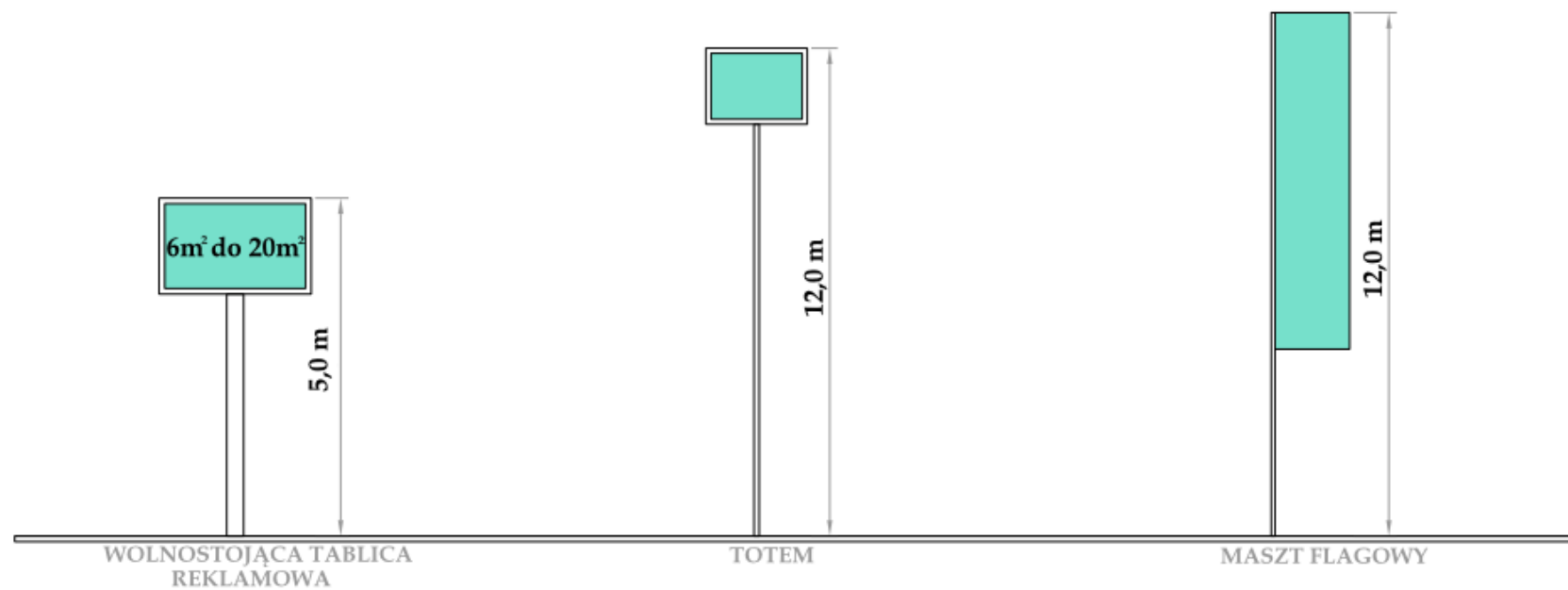
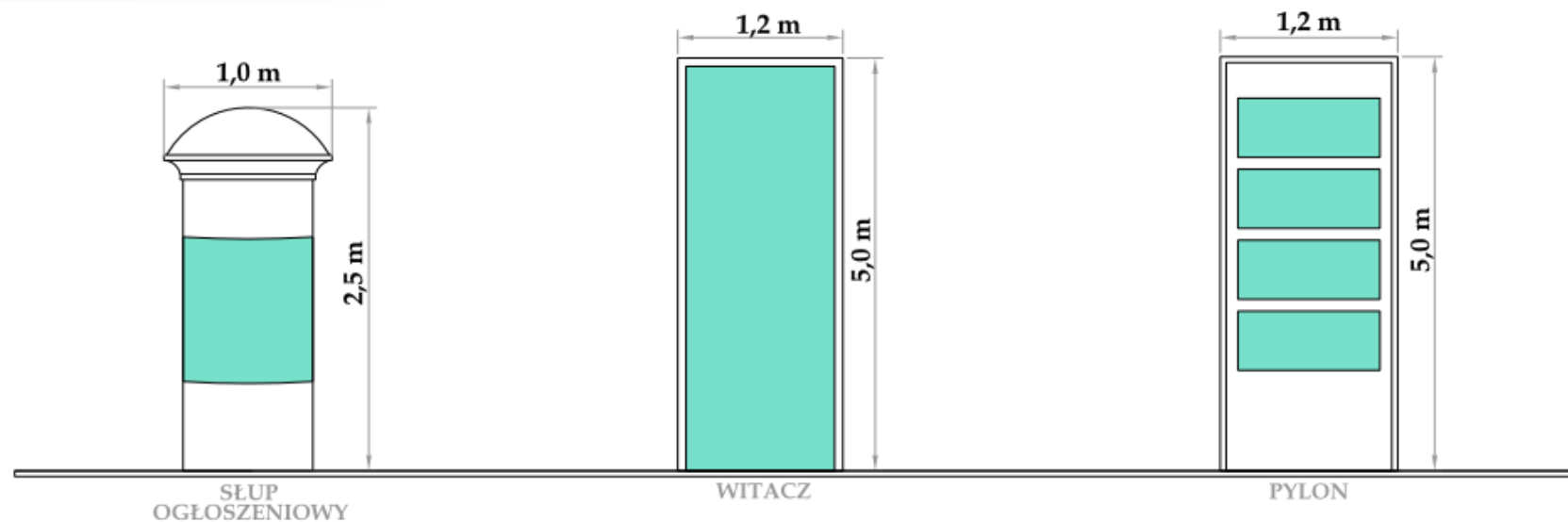
Obejmuje tereny przeznaczone w Studium pod zabudowę w miejscowościach Złotniki (poza terenem włączonym do strefy B), Złotkowo, Gołęczewo, Zielątkowo, Chłudowo i Biedrusko z wyłączeniem terenów należących do obszarów chronionego krajobrazu i obszarów Natura 2000.

Strefa D

Obejmuje tereny objęte formami ochrony przyrody (za wyjątkiem obszarów zabudowy w miejscowości Biedrusko leżących na terenie korytarza ekologicznego), tereny zielone, tereny otwarte i pojedyncze zabudowania położone poza łączącymi się terenami zabudowy wyznaczonymi dla poszczególnych miejscowości w Studium.

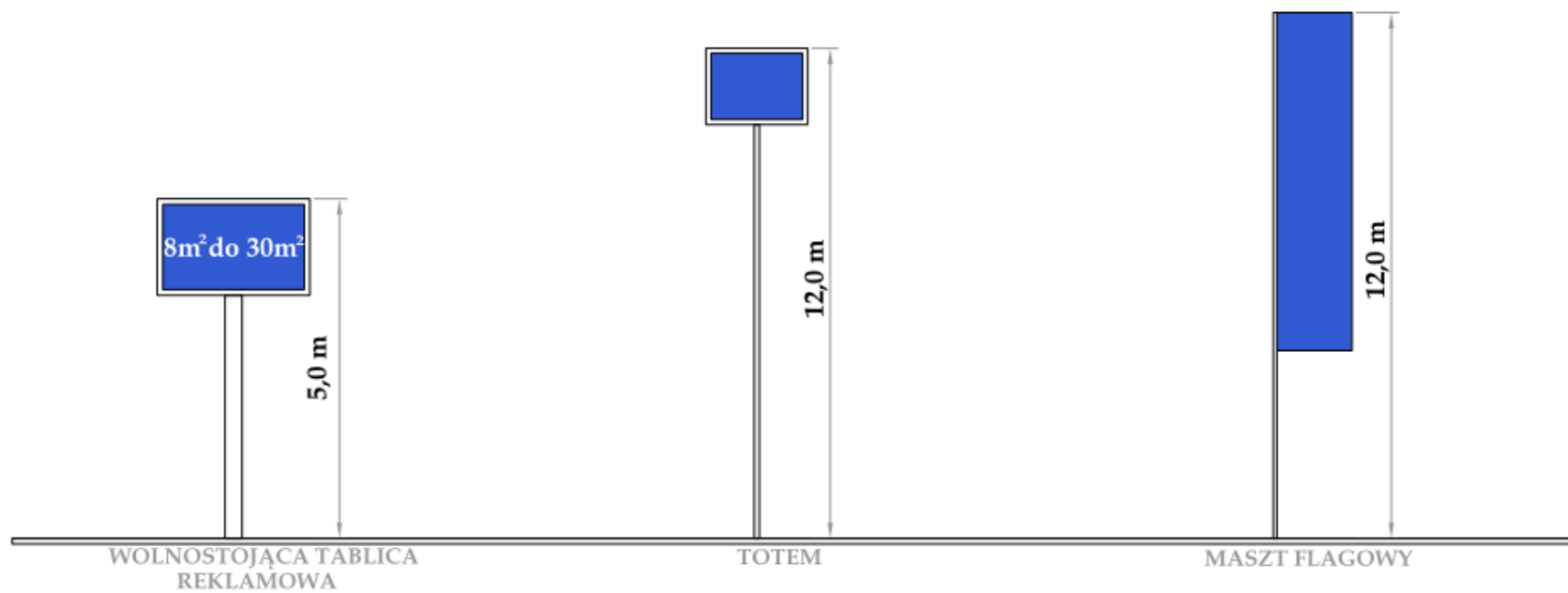
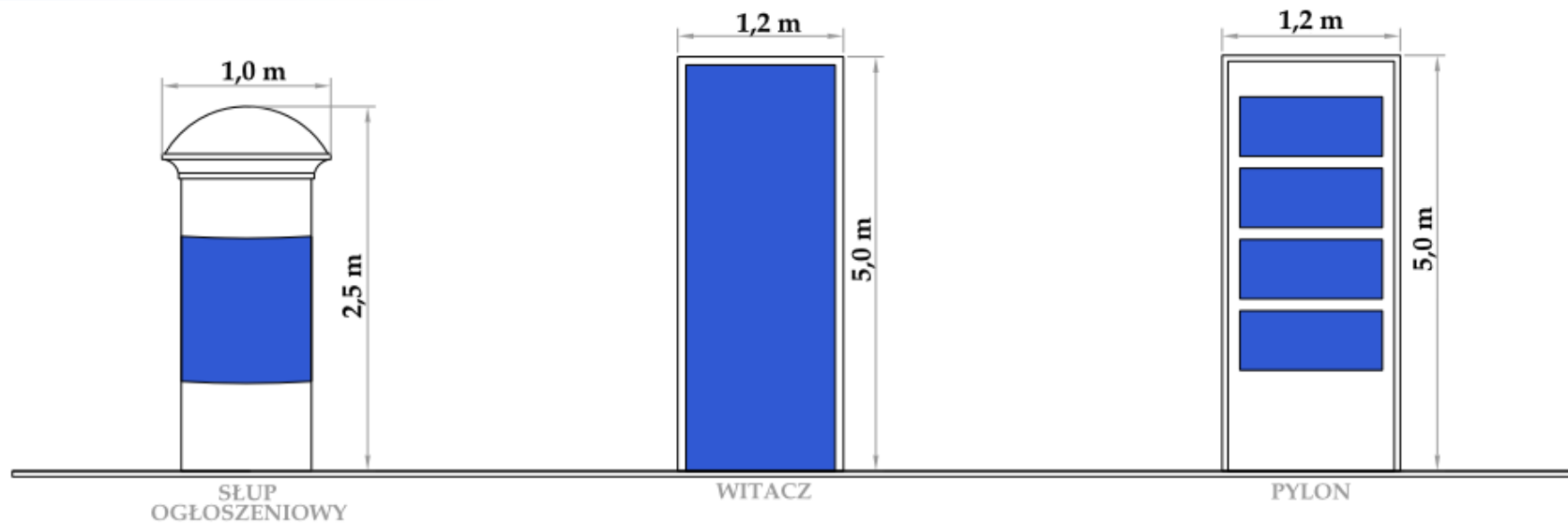
Proponowane regulacje
w poszczególnych
strefach

KATALOG REKLAM STREFA A1



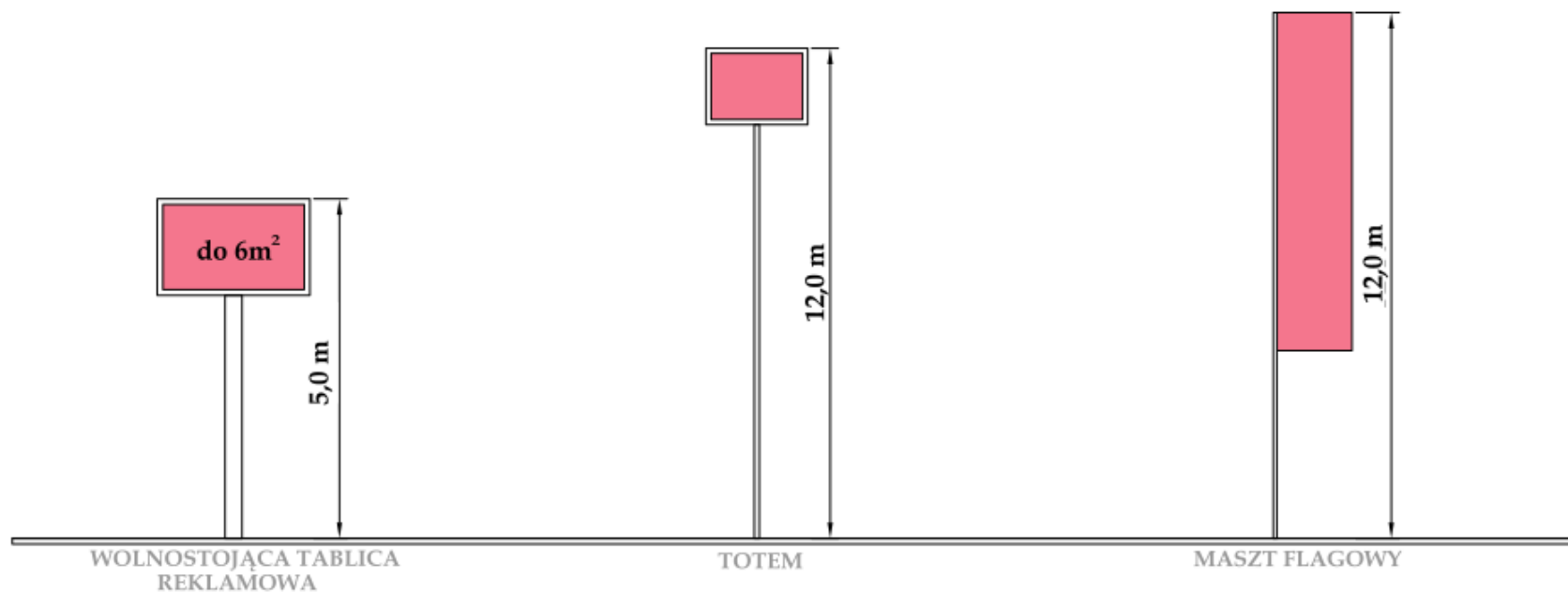
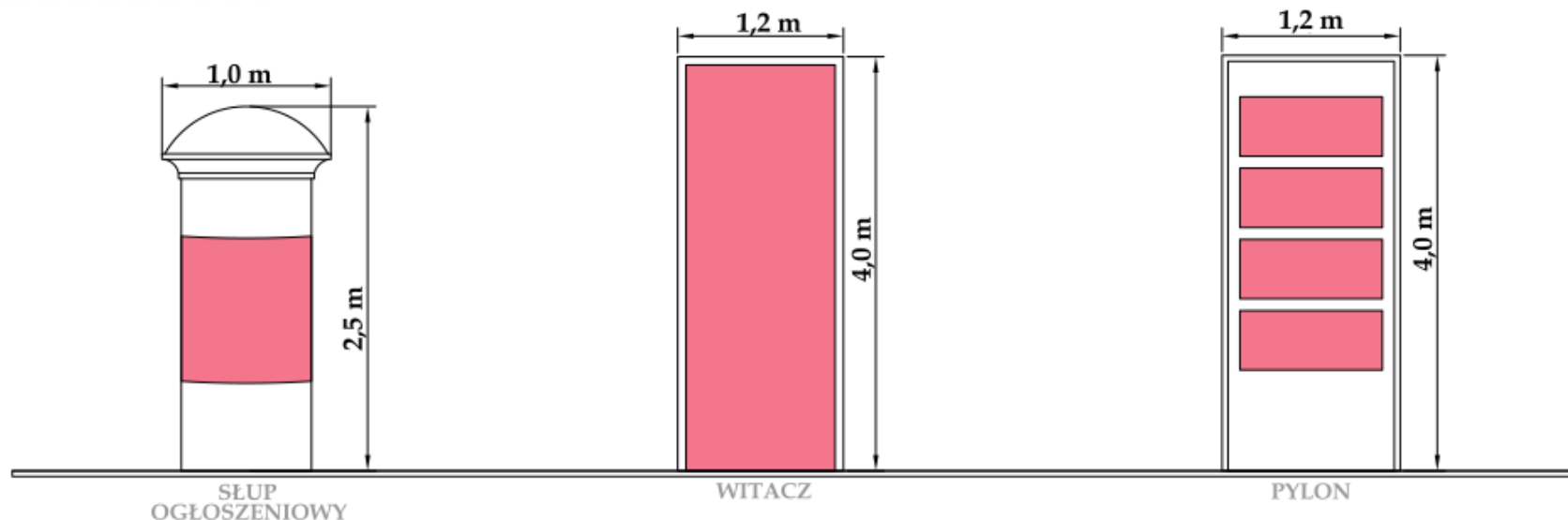
TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE ORAZ SZYLDY

KATALOG REKLAM STREFA A2



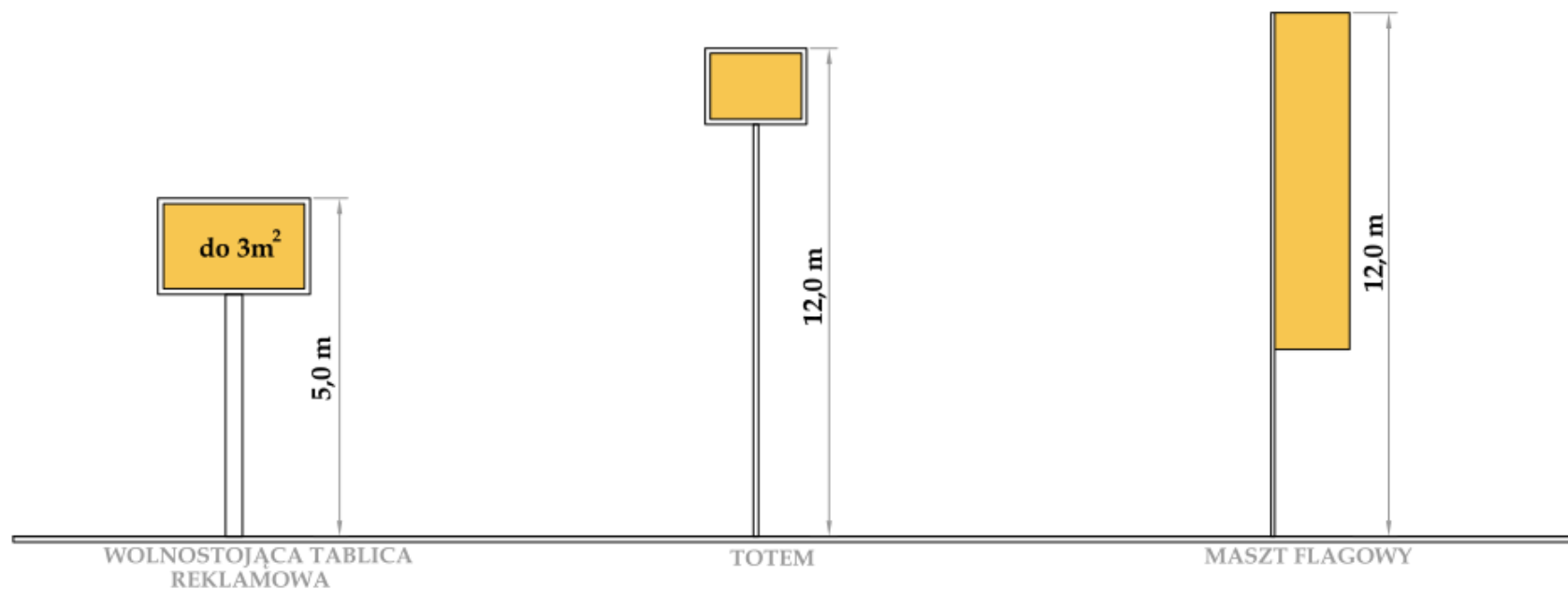
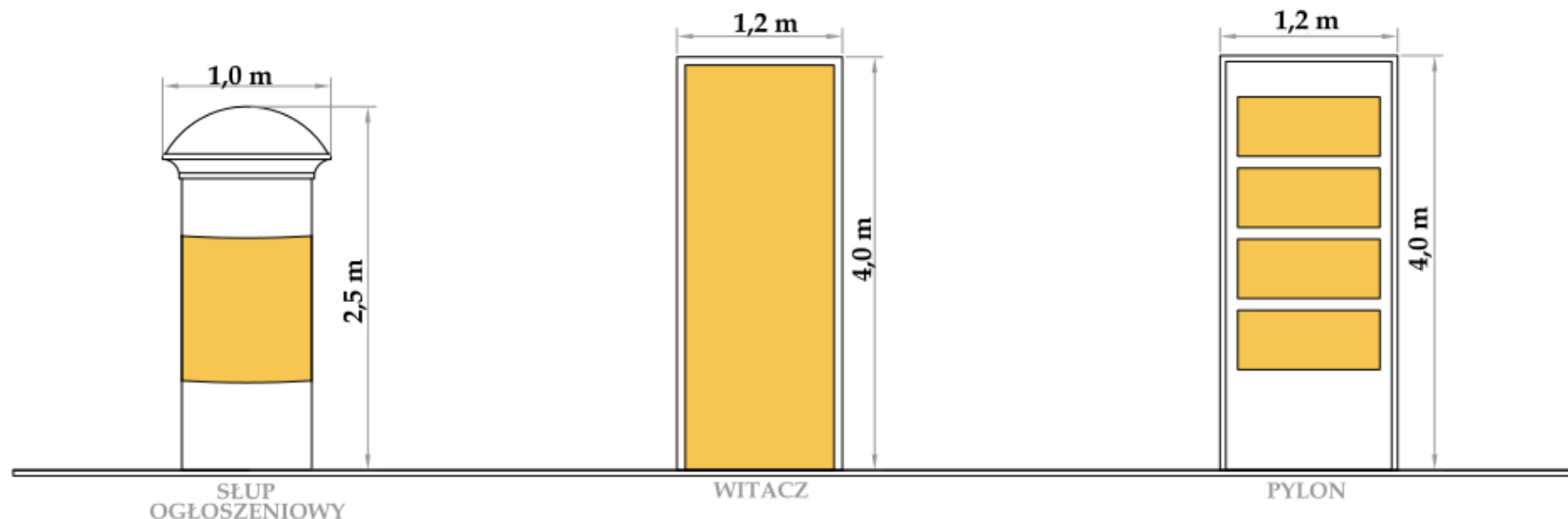
TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE ORAZ SZYLDY

KATALOG REKLAM STREFA B



TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE ORAZ SZYLDY

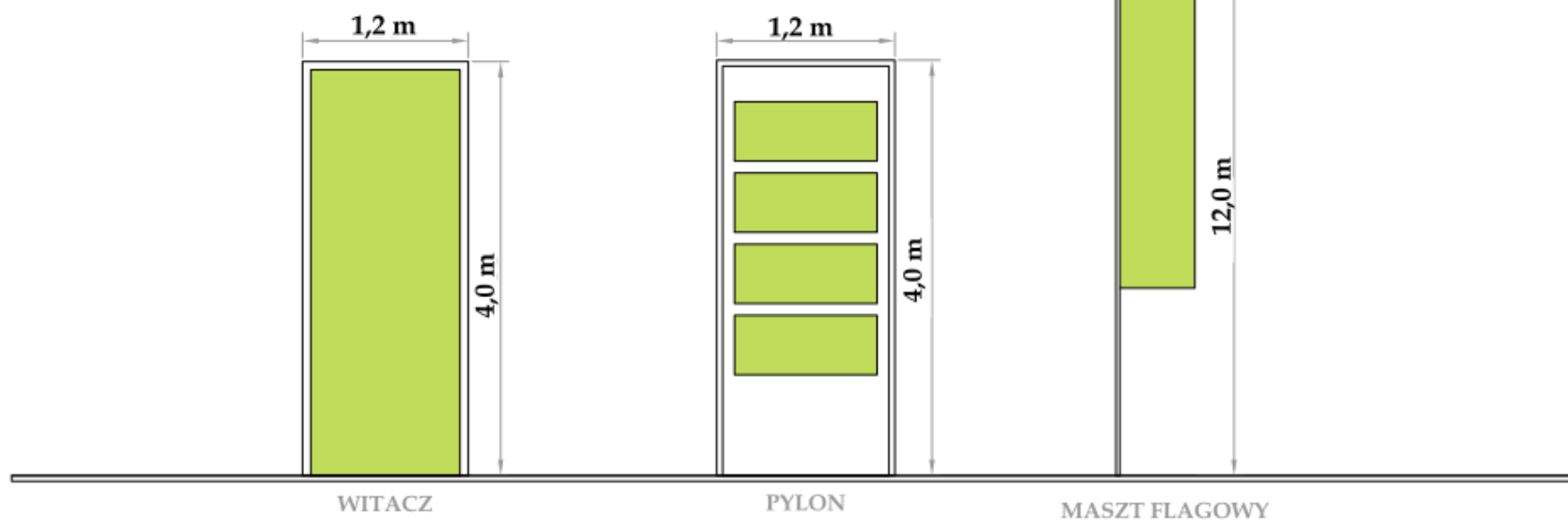
KATALOG REKLAM STREFA C



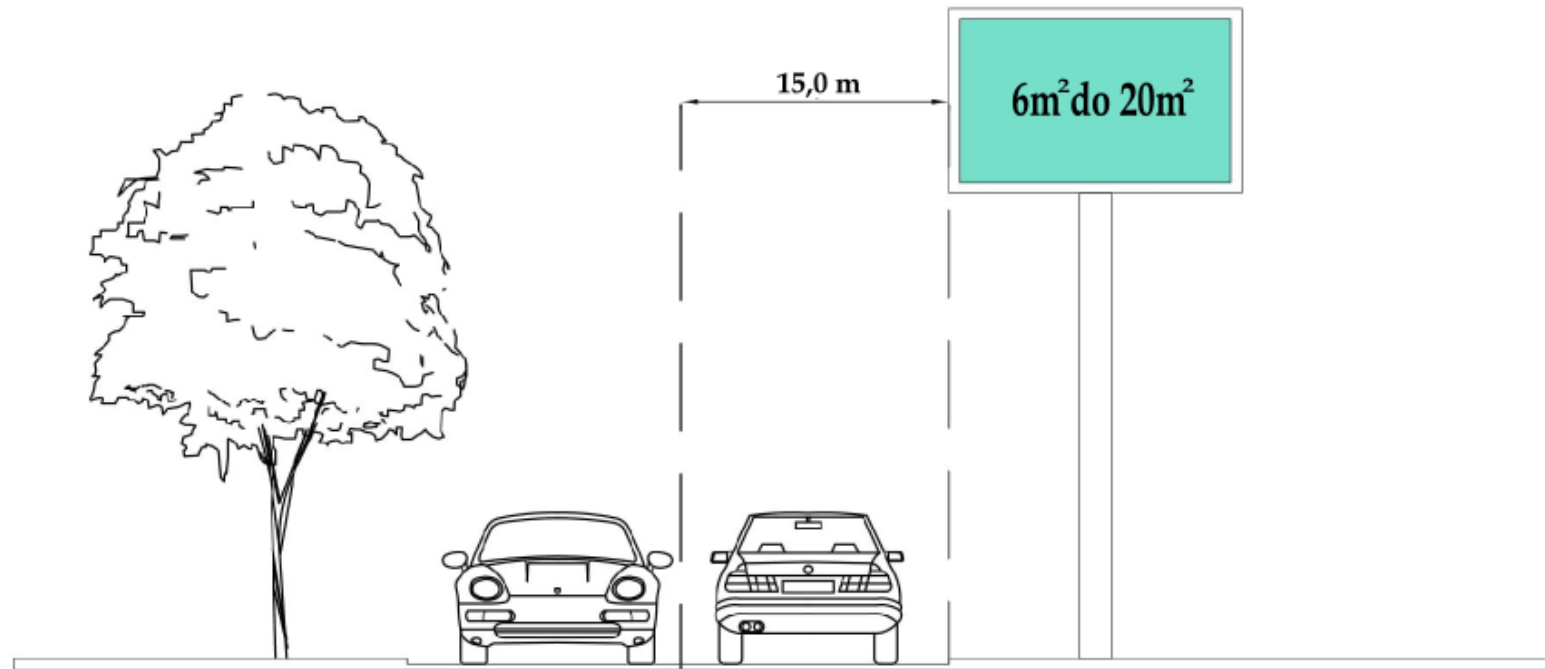
TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE ORAZ SZYLDY

KATALOG REKLAM STREFA D

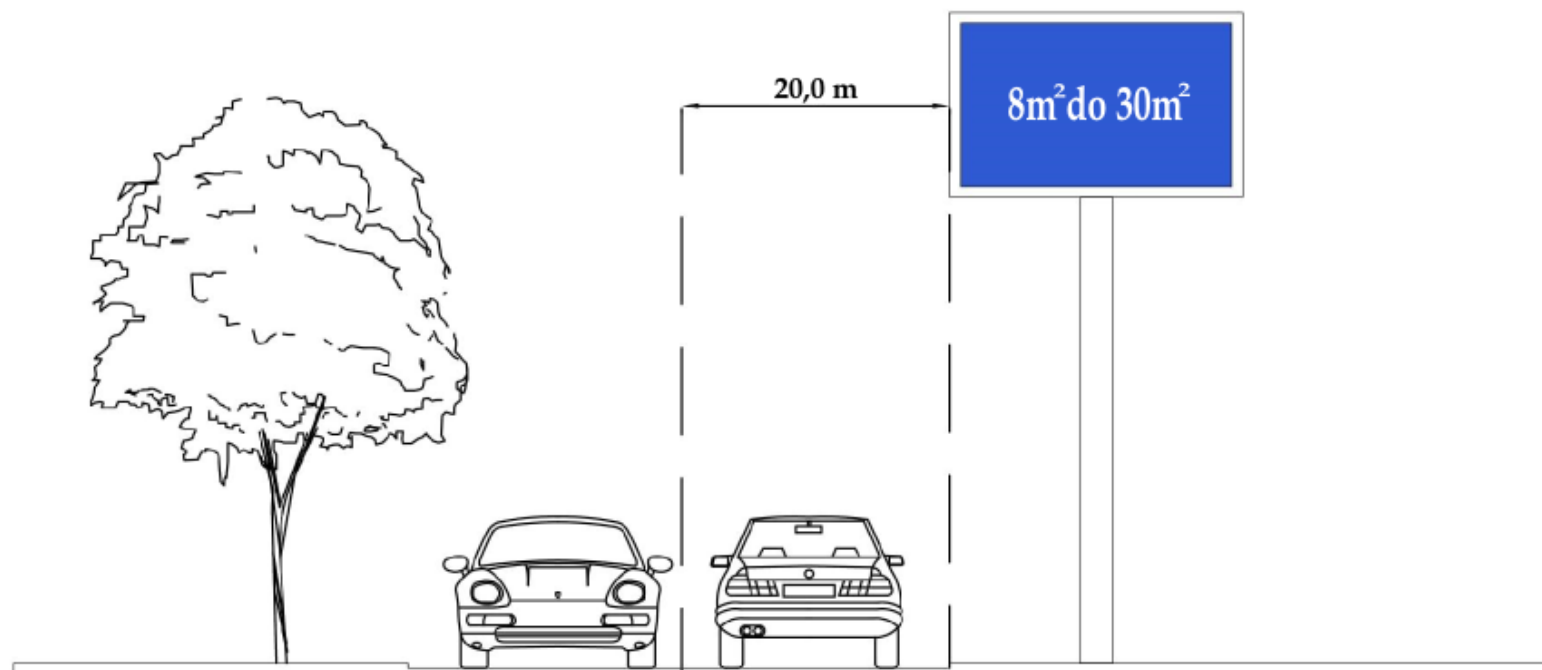
SZYLDY



STREFA A1

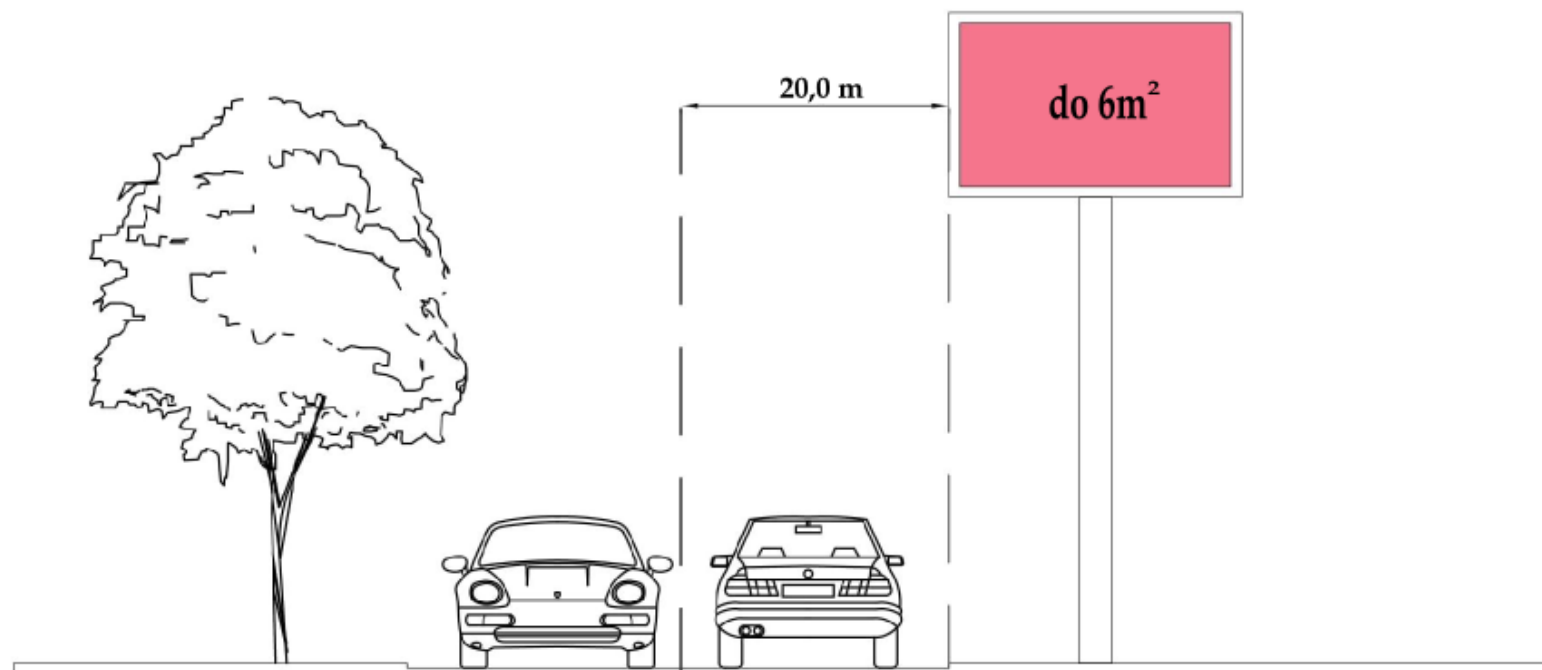


MINIMALNA ODLEGŁOŚĆ TABLICY REKLAMOWEJ OD OSI JEZDNI



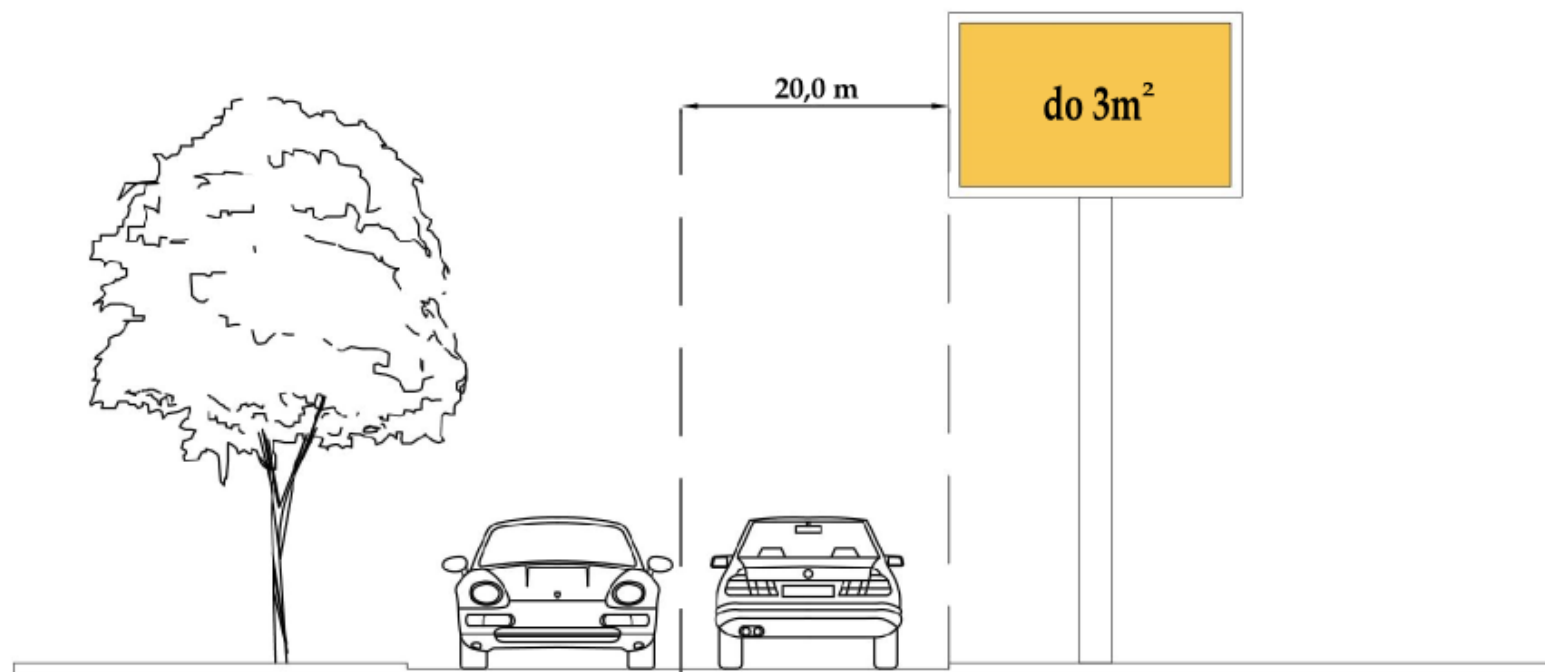
MINIMALNA ODLEGŁOŚĆ TABLICY REKLAMOWEJ OD OSI JEZDNI

STREFA B



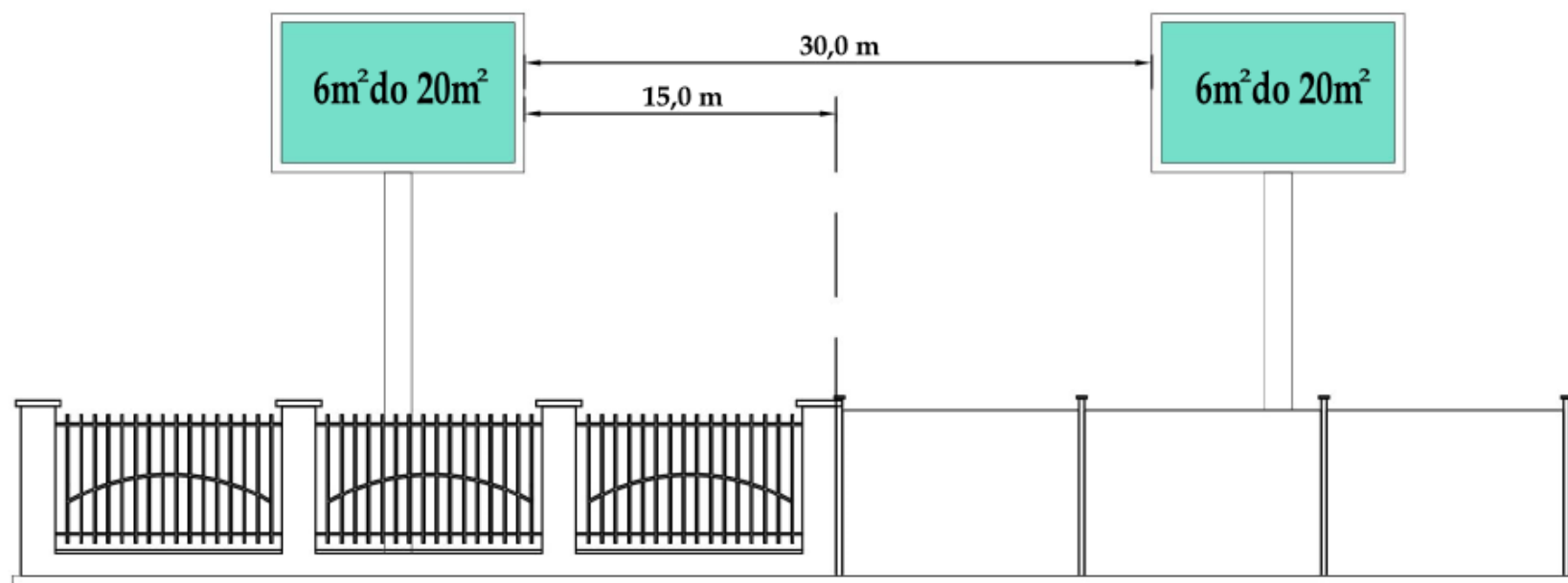
MINIMALNA ODLEGŁOŚĆ TABLICY REKLAMOWEJ OD OSI JEZDNI

STREFA C

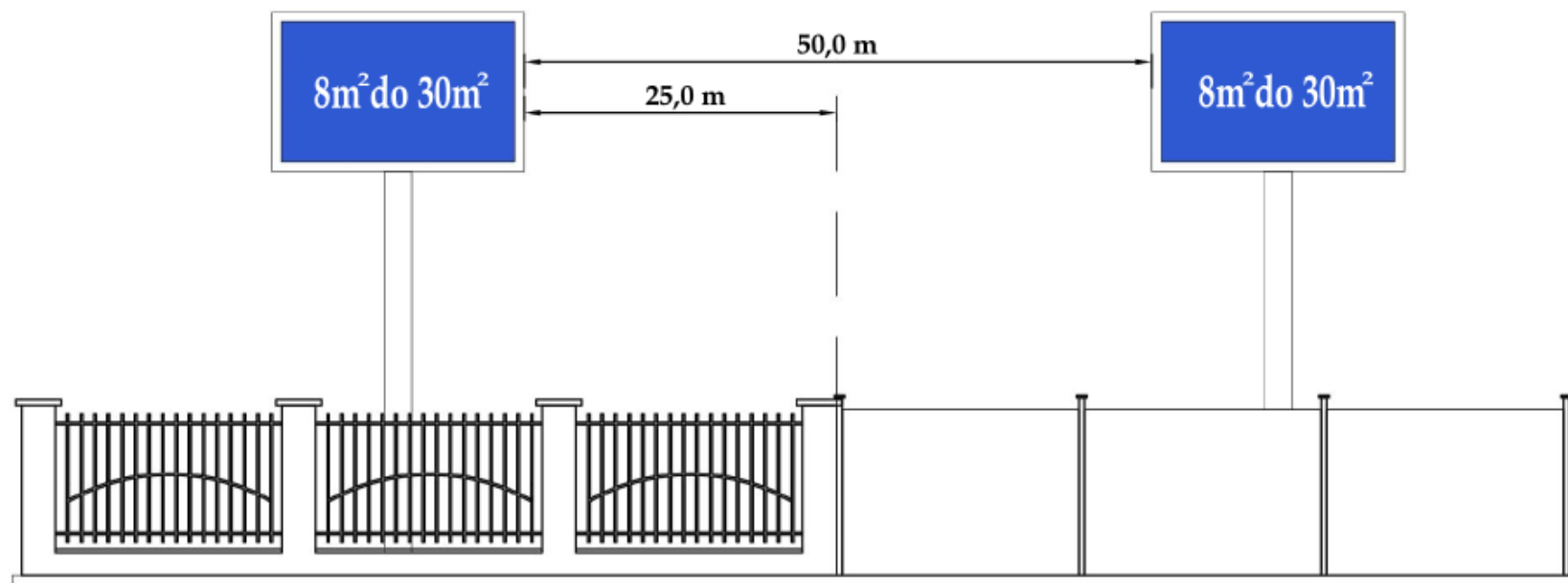


MINIMALNA ODLEGŁOŚĆ TABLICY REKLAMOWEJ OD OSI JEZDNI

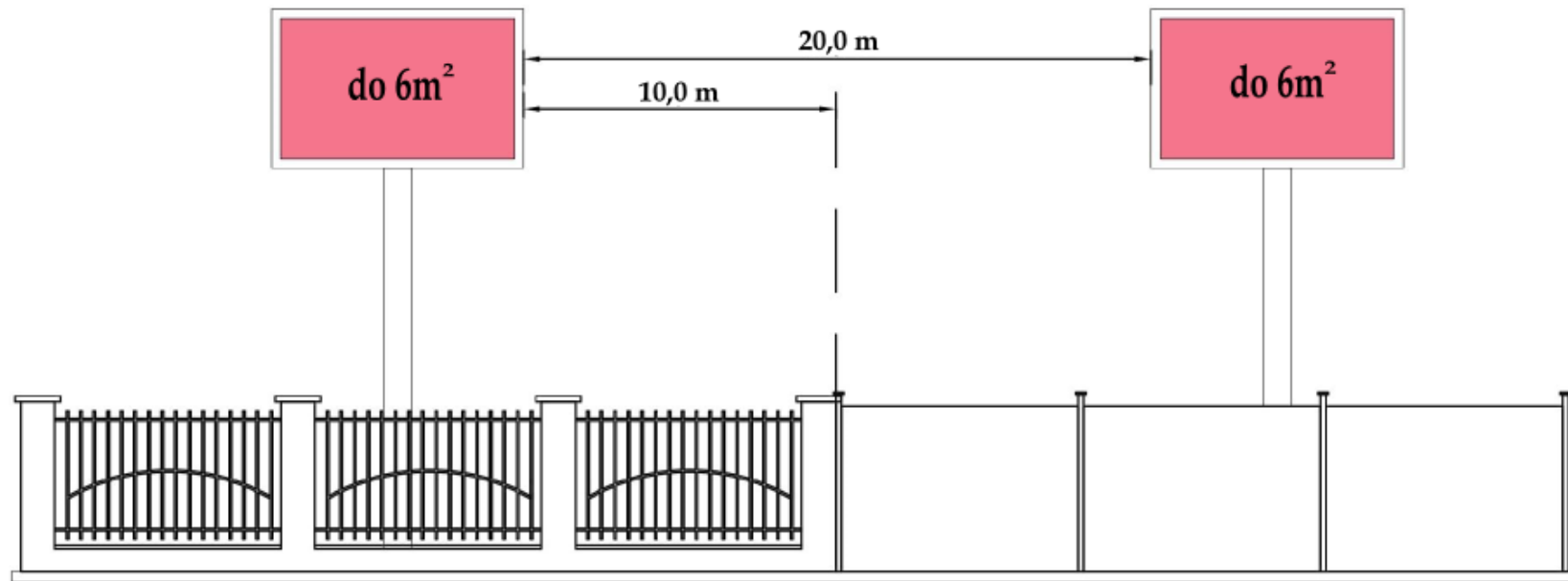
STREFA A1



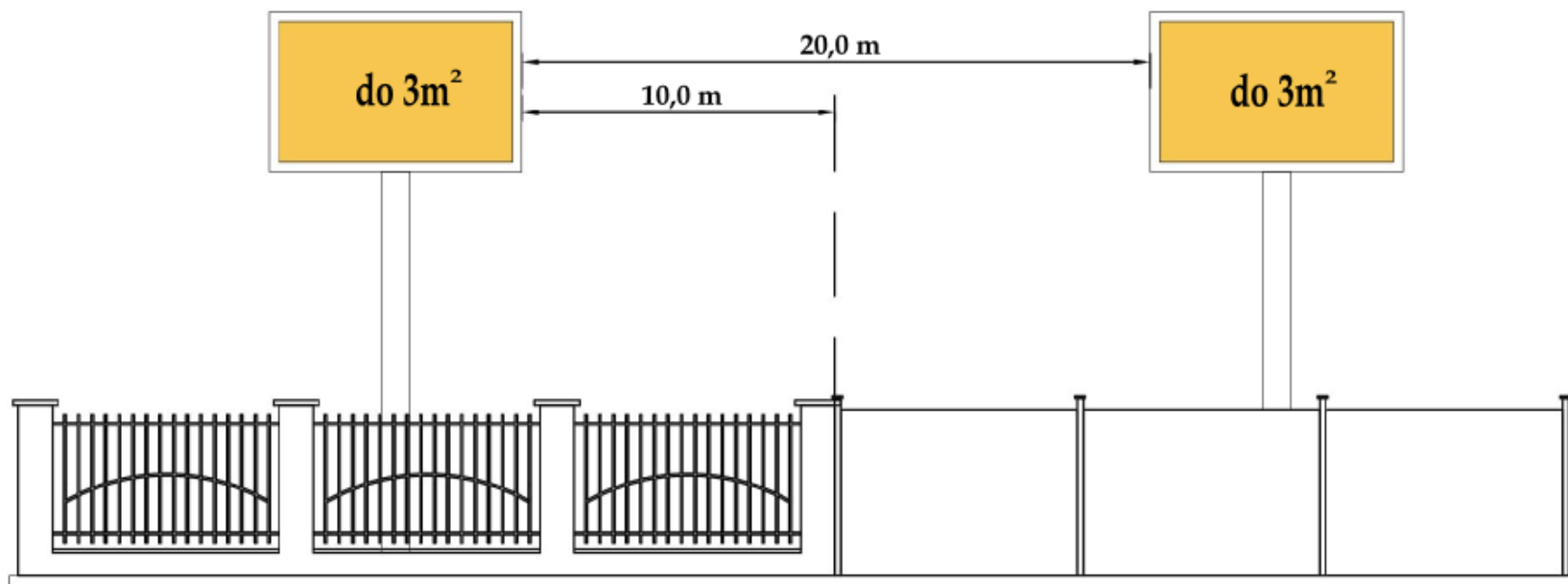
MINIMALNE ODLEGŁOŚCI MIĘDZY WOLNOSTOJĄCYMI TABLICAMI REKLAMOWYMI



MINIMALNE ODLEGŁOŚCI MIĘDZY WOLNOSTOJĄCYMI TABLICAMI REKLAMOWYMI



MINIMALNE ODLEGŁOŚCI MIĘDZY WOLNOSTOJĄCYMI TABLICAMI REKLAMOWYMI



MINIMALNE ODLEGŁOŚCI MIĘDZY WOLNOSTOJĄCYMI TABLICAMI REKLAMOWYMI

STREFA A1

SZYLDY



MAKSYMALNA POWIERZCHNIA SZYLDU NA OGRODZENIU



MAKSYMALNA POWIERZCHNIA SZYLDU NA OGRODZENIU

STREFA B

SZYLDY



MAKSYMALNA POWIERZCHNIA SZYLDU NA OGRODZENIU

STREFA C

SZYLDY



MAKSYMALNA POWIERZCHNIA SZYLDU NA OGRODZENIU

STREFA D

SZYLDY



MAKSYMALNA POWIERZCHNIA SZYLDU NA OGRODZENIU



USTALENIA DLA BUDYNKÓW MIESZKALNYCH

TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BEZ SZYLDÓW:

- w obrębie parteru budynku powierzchnia reklam nie większa niż $6m^2$
- łączna powierzchnia reklam nie większa niż 30% powierzchni elewacji budynku

SZYLDY:

- łączna powierzchnia szyldów nie większa, niż 5% powierzchni elewacji budynku
- lokalizacja wyłącznie w obrębie parteru budynku



USTALENIA DLA BUDYNKÓW MIESZKALNYCH

TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BEZ SZYLDÓW:

- zakaz sytuowania

SZYLDY:

- łączna powierzchnia szyldów nie większa, niż 5% powierzchni elewacji budynku
- lokalizacja wyłącznie w obrębie parteru budynku



USTALENIA DLA BUDYNKÓW NIEMIESZKALNYCH

TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BEZ SZYLDÓW:

- w obrębie parteru budynku powierzchnia reklam nie większa niż 6m^2
- łączna powierzchnia reklam nie większa niż 30% powierzchni elewacji budynku

SZYLDY:

- łączna powierzchnia szyldów nie większa, niż 20% powierzchni elewacji budynku

Powierzchnia tablic i urządzeń reklamowych, w tym szyldów nie większa niż 35% powierzchni elewacji budynku.



USTALENIA DLA BUDYNKÓW NIEMIESZKALNYCH

TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BEZ SZYLDÓW:

- w obrębie parteru budynku powierzchnia reklam nie większa niż 5m^2
- łączna powierzchnia reklam nie większa niż 15% powierzchni elewacji budynku
- łączna powierzchnia reklam na oknach i drzwiach nie większa niż 25%

SZYLDY:

- łączna powierzchnia szyldów nie większa, niż 20% powierzchni elewacji budynku
- na dachach w formie liter, logo, logotypów przestrzennych



USTALENIA DLA BUDYNKÓW NIEMIESZKALNYCH

TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BEZ SZYLDÓW:

- w obrębie parteru budynku powierzchnia reklam nie większa niż 3m^2
- łączna powierzchnia reklam nie większa niż 10% powierzchni elewacji budynku
- łączna powierzchnia reklam na oknach i drzwiach nie większa niż 25%

SZYLDY:

- łączna powierzchnia szyldów nie większa, niż 15% powierzchni elewacji budynku
- na dachach w formie liter, logo, logotypów przestrzennych



USTALENIA DLA BUDYNKÓW NIEMIESZKALNYCH

TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BEZ SZYLDÓW:

- w obrębie parteru budynku powierzchnia reklam nie większa niż $6m^2$
- łączna powierzchnia reklam nie większa niż 30% powierzchni elewacji budynku

SZYLDY:

- łączna powierzchnia szyldów nie większa, niż 20% powierzchni elewacji budynku

Powierzchnia tablic i urządzeń reklamowych, w tym szyldów nie większa niż 35% powierzchni elewacji budynku.



USTALENIA DLA BUDYNKÓW NIEMIESZKALNYCH

TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BEZ SZYLDÓW:

- w obrębie parteru budynku powierzchnia reklam nie większa niż 5m^2
- łączna powierzchnia reklam nie większa niż 15% powierzchni elewacji budynku
- łączna powierzchnia reklam na oknach i drzwiach nie większa niż 25%

SZYLDY:

- łączna powierzchnia szyldów nie większa, niż 20% powierzchni elewacji budynku
- na dachach w formie liter, logo, logotypów przestrzennych



USTALENIA DLA BUDYNKÓW NIEMIESZKALNYCH

TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BEZ SZYLDÓW:

- w obrębie parteru budynku powierzchnia reklam nie większa niż 3m^2
- łączna powierzchnia reklam nie większa niż 10% powierzchni elewacji budynku
- łączna powierzchnia reklam na oknach i drzwiach nie większa niż 25%

SZYLDY:

- łączna powierzchnia szyldów nie większa, niż 15% powierzchni elewacji budynku
- na dachach w formie liter, logo, logotypów przestrzennych



USTALENIA DLA BUDYNKÓW NIEMIESZKALNYCH

TABLICE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BEZ SZYLDÓW:

- zakaz sytuowania

SZYLDY:

- łączna powierzchnia szyldów nie większa, niż 10% powierzchni elewacji budynku
- na dachach w formie liter, logo, logotypów przestrzennych

Dziękuję za uwagę

Filip Koczorowski