

WYNIKI ANKIET DOTYCZĄCE REKLAM I OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY W PRZESTRZENI MIEJSKIEJ ORAZ WARSZTATÓW KREATYWNYCH

Sondaż przeprowadzono w ramach *Realizacji Uchwały Nr XXXVIII/5/2018 Rady Miasta Włocławek z dnia 6 lutego 2018r. w sprawie wyznaczenia kierunków działań w zakresie ochrony krajobrazu miejskiego*

I. CEL I CHARAKTERYSTYKA BADAŃ SONDAŻOWYCH

Cel badania sondażowego

1. Rozpoczęcie szerokiej debaty publicznej na temat estetyki.
2. Wskazanie najbardziej niepożądanych rozwiązań reklamowych funkcjonujących na terenie miasta.
3. Wskazanie rozwiązań najbardziej akceptowanych.
4. Porównanie wyników badań różnych grup interesariuszy.
5. Stworzenie analitycznej bazy do wyznaczania kierunków działań z zakresu ochrony krajobrazu miejskiego.

Metody badania sondażowego

Rozpowszechnianie informacji inicjujących rozpoczęcie konsultacji społecznych, odbywało się poprzez:

- stronę internetową miasta – aktualności – www.wloclawek.pl
- lokalną prasę
- lokalne media
- portal społecznościowy FB – facebook.com/umwloclawek

Informacje ukazywały się w wyżej wymienionych kanałach cyklicznie, w okresie począwszy od podjęcia uchwały do września 2018r.

Charakterystyka badania sondażowego

• **ANKIETY**

Sondaż skierowany został do trzech grup respondentów:

- grupa I – lokalni przedsiębiorcy,
- grupa II – członkowie Miejskiej Komisji Urbanistyczno-Architektonicznej oraz Radni Rady Miasta Włocławka,
- grupa III – mieszkańcy.

Ankiety skierowane do dwóch pierwszych grup były opracowane w formie papierowej. W badaniu uczestniczyli przedsiębiorcy (grupa I) działający w lokalach użytkowych zlokalizowanych wzdłuż głównych ulic miasta tj. ul. Ostrowskiej, 3 Maja, Al. Jana Pawła II, Promiennej, Grodzkiej oraz na Placu Wolności. Rozdano 203 ankiety, wypełniono i zwrócono ankietodawcy 59 ankiet. Część osób odmówiła udziału w badaniu sondażowym. Ponadto, wpłynęło 14 ankiet wypełnionych przez zainteresowanych

przedsiębiorców, w związku z komunikatami ukazującymi się w mediach. W sumie, w grupie przedsiębiorców, wypełniono 73 ankiety.

Wśród Radnych (grupa II) ankiety wypełniły 2 osoby. Wśród członków Miejskiej Komisji Urbanistyczno-Architektonicznej (grupa II) ankiety wypełniły 5 osoby.

Ankiety w formie opracowanej dla mieszkańców (grupa III) przeprowadzano w sposób bezpośredni, między innymi na ulicach miasta oraz online (<http://ankieta-estetyka.wloclawek.eu/>). W ten sposób uzyskano 341 wyników.

Łącznie, w ramach trzech grup respondentów, wypełnionych zostało 421 ankiet.

Ilość wypełnionych ankiet przez respondentów Grupy I, II i III:

- Ankiety wypełnione przez lokalnych przedsiębiorców – 73 (17% respondentów)
- Ankiety wypełnione przez członków MKUA i radnych RM – 7 (2% respondentów)
- Ankiety wypełnione przez mieszkańców (złożone w UM oraz online) – 81 (17% respondentów)

Łącznie wypełnionych ankiet: 421.

• WARSZTATY KREATYWNE

Warsztaty kreatywne skierowane były do przedstawicieli 28 lokalnych firm projektujących oraz wykonujących szyldy i reklamy zewnętrzne. Spotkanie prowadzone było przez pracowników Wydział Urbanistyki i Architektury w miesiącu wrześniu 2018r. W warsztatach brali udział przedstawiciele dwóch firm. Wynikiem warsztatów było wypracowanie wskazań do ustaleń zasad umieszczania reklam i szyldów na budynkach naszego miasta.

II. SZCZEGÓŁOWA ANALIZA BADANIA SONDAŻOWEGO

Ankieta skierowana do Grupy I i II respondentów:

Grupa I – przeprowadzony sondaż obejmował ankiety rozprawdzone wśród przedsiębiorców mających swoje siedziby, lokale handlowe, gastronomiczne i inne zlokalizowane wzdłuż ulic wybranych jako reprezentatywne poszczególnych części miasta:

- ul. Ostrowska (Wschód Mieszkaniowy): rozdano 16 ankiet → wypełnionych zostało 7,
- ul. 3 Maja (Śródmieście): rozdano 60 ankiet → wypełnionych zostało 11,
- Plac Wolności (Śródmieście): rozdano 19 ankiet → wypełnione zostały 4,
- Al. Jana Pawła II (Michelin): rozdano 50 ankiet → wypełnionych zostało 20,
- ul. Promienna (Zazamcze): rozdano 48 ankiet → wypełnionych zostało 14,
- ul. Grodzka (Zawiśle): rozdano 10 ankiet → wypełnione zostały 3.

Wypełnionych zostało 59 ankiet.

Ponadto, wpłynęło 14 ankiet wypełnionych przez przedsiębiorców, po komunikatach w lokalnych mediach oraz przy okazji wizyt w Wydziale Urbanistyki i Architektury.

Łącznie przez respondentów Grupy I wypełnionych zostało 73 ankiet.

Grupa II – przeprowadzony sondaż obejmował ankiety rozprawdzone wśród radnych Rady Miasta Włocławek oraz członków Miejskiej Komisji Urbanistyczno-Architektonicznej. Rada Miasta jest organem uchwałodawczym, a więc mającym wpływ na kształtowanie prawa miejscowego jakim w przyszłości będzie uchwała reklamowa. Miejska Komisja Urbanistyczno-Architektoniczna jest organem doradczym Prezydenta Miasta Włocławek, wskazanym do opiniowania projektu uchwały prawa miejscowego, jakim może uchwała ustalająca zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń

reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

Radni Rady Miasta – wypełnione zostały 2 ankiety.

Członkowie Miejskiej Komisji Urbanistyczno-Architektonicznej – wypełnionych zostało 5 ankiet.

W sumie w Grupie II respondentów uzyskano 7 wypełnionych ankiet.

Pytania sondażowe wprowadzające, skierowane do Przedsiębiorców:

Czy jest Pani/Pan przedsiębiorcą

reklamującym się, planującym umieszczenie reklam	54
wykonywującym reklamy, szyldy	5

Forma i ilość urządzeń reklamowych, które są aktualnie w Pani/Pana posiadaniu

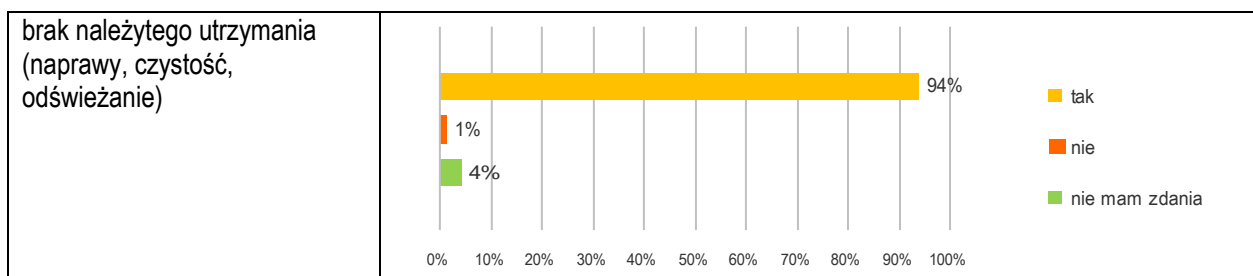
	<i>ilość</i>
reklama na elewacji	39
szyld na elewacji	77
reklama wielkoformatowa na elewacji	11
reklama wielkoformatowa na urządzeniu wolnostojącym	5
pylon	3
potykacz	15
naklejka na szybie witryny	81
wyświetlacz LED (światło stałe lub pulsujące)	54
inne niż wymienione	4

Które z wymienionych w pkt. 2 form reklamowych są zdaniem Pani/Pana najbardziej efektywne przy prowadzeniu działalności gospodarczej

	<i>głosy</i>
inne: lokalne radio i TV, Facebook, ulotki, Internet, semafor reklamowy wyświetlacz LED	20
szyld na elewacji	25
reklama wielkoformatowa na elewacji	7
pylon	8
reklama wielkoformatowa na urządzeniu wolnostojącym	7
naklejka na szybie witryny	17
reklama na elewacji	24
potykacz	12

Pytania dotyczące opinii i preferencji w zakresie szyldów i reklam – skierowane do Grupy I i II respondentów

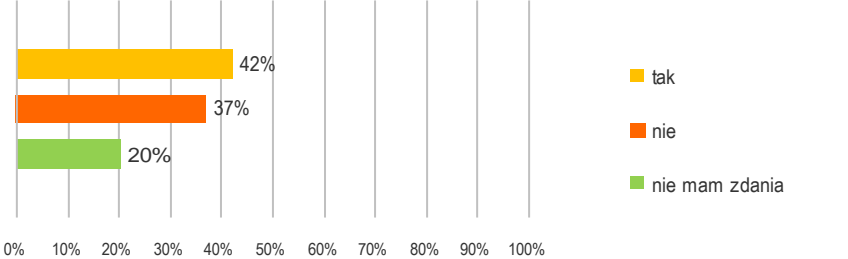
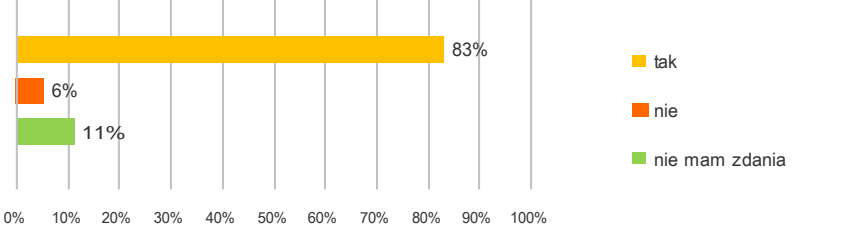
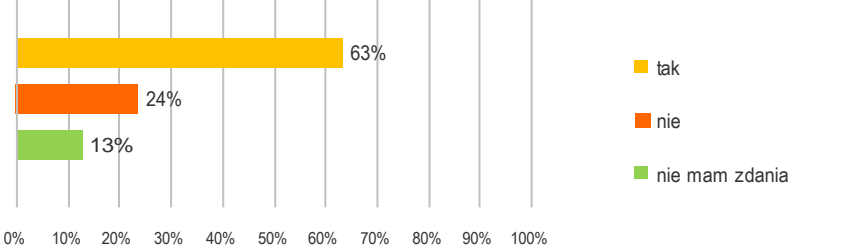
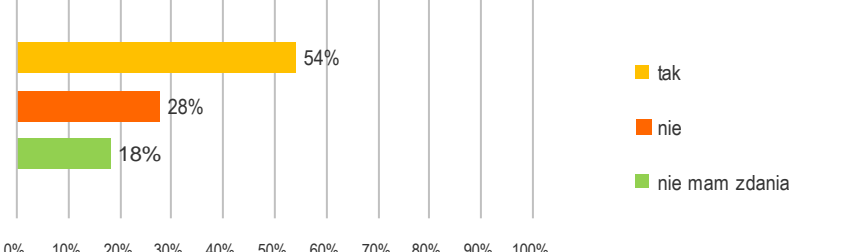
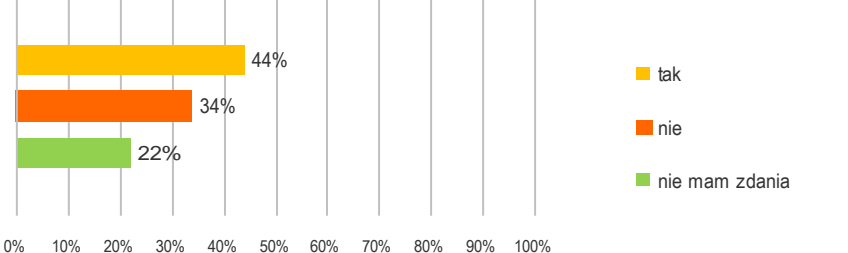
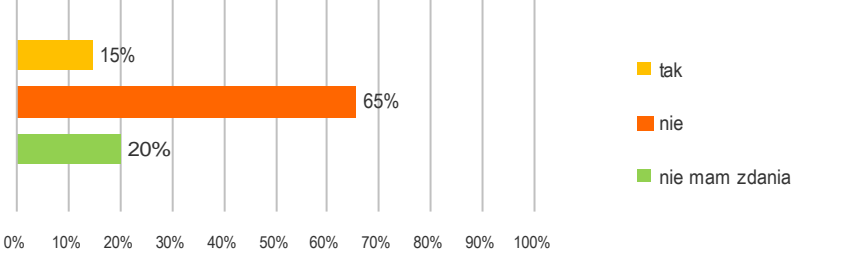
Które reklamy i ich rozmieszczenie zdaniem Pani/Pana najbardziej negatywnie wpływają na krajobraz miejski oraz na odbiór przez klientów

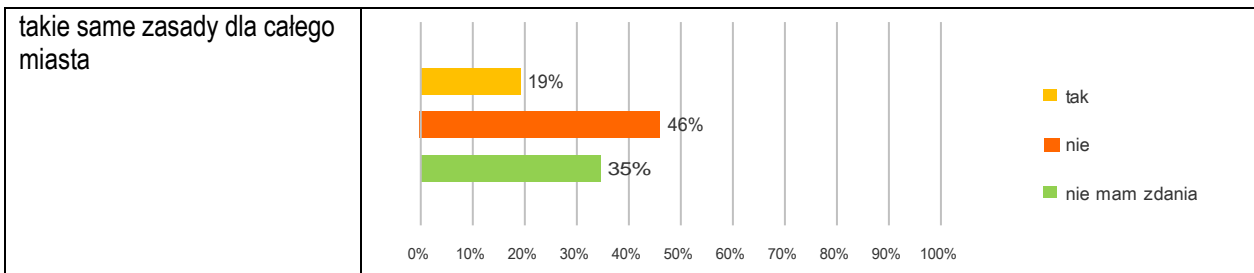


duża różnorodność form i wielkości reklam na elewacji	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>74%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	74%	nie	12%	nie mam zdania	15%
Odpowiedź	Procent								
tak	74%								
nie	12%								
nie mam zdania	15%								
uciążliwe oświetlenie (lub podświetlenie) reklam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>73%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	73%	nie	13%	nie mam zdania	14%
Odpowiedź	Procent								
tak	73%								
nie	13%								
nie mam zdania	14%								
dużo potykaczy na ulicy	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>68%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	68%	nie	21%	nie mam zdania	11%
Odpowiedź	Procent								
tak	68%								
nie	21%								
nie mam zdania	11%								
naklejki zasłaniające całe witryny	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>18%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	50%	nie	32%	nie mam zdania	18%
Odpowiedź	Procent								
tak	50%								
nie	32%								
nie mam zdania	18%								
jaskrawe kolory reklam	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>19%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	48%	nie	32%	nie mam zdania	19%
Odpowiedź	Procent								
tak	48%								
nie	32%								
nie mam zdania	19%								

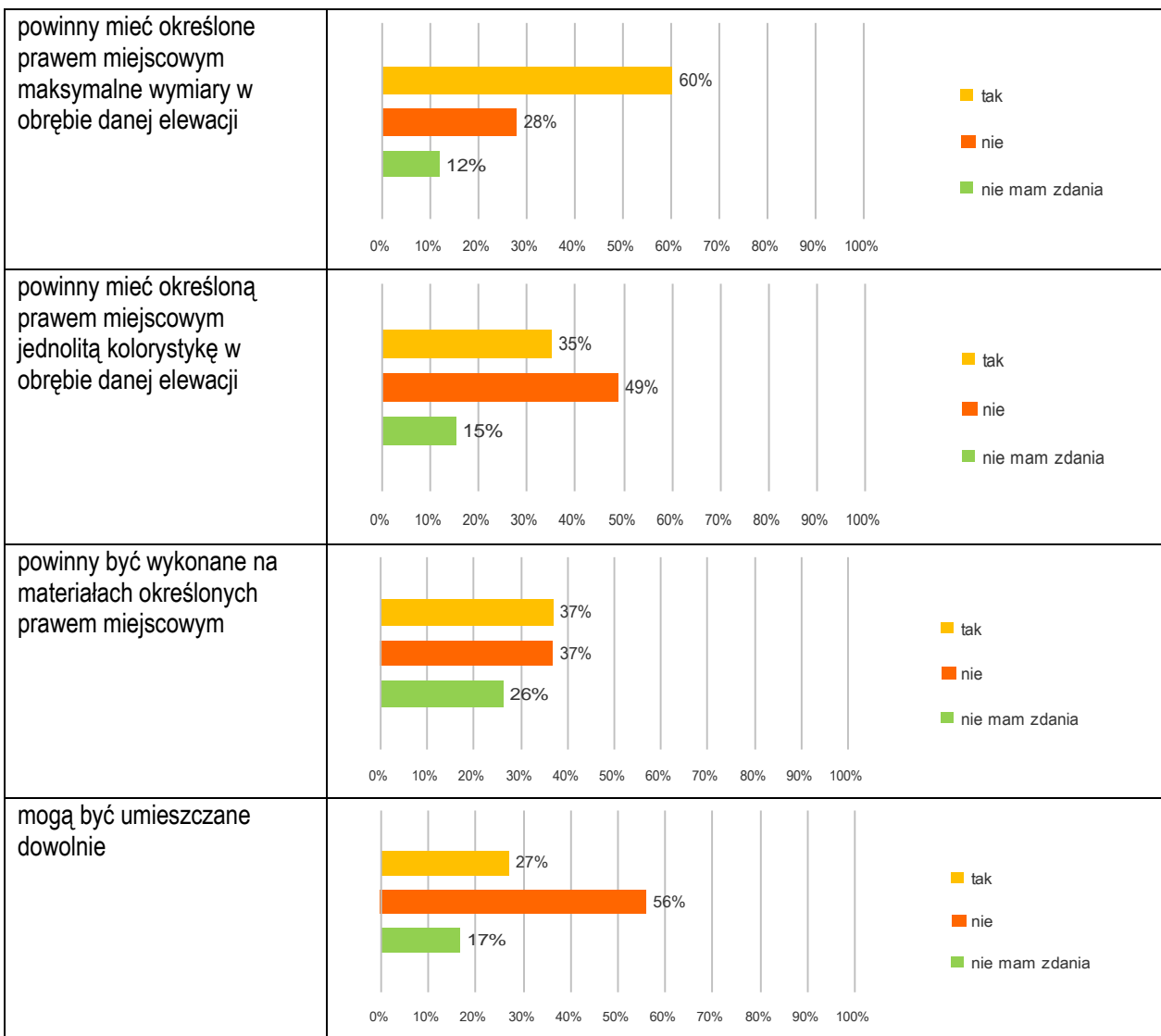
Czy i gdzie zdaniem Pani/Pana należy wprowadzić ograniczenia prawem miejscowym dotyczące reklam

w obszarze (stare miasto) i na obiektach objętych ochroną konserwatorską	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>82%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	82%	nie	9%	nie mam zdania	9%
Odpowiedź	Procent								
tak	82%								
nie	9%								
nie mam zdania	9%								

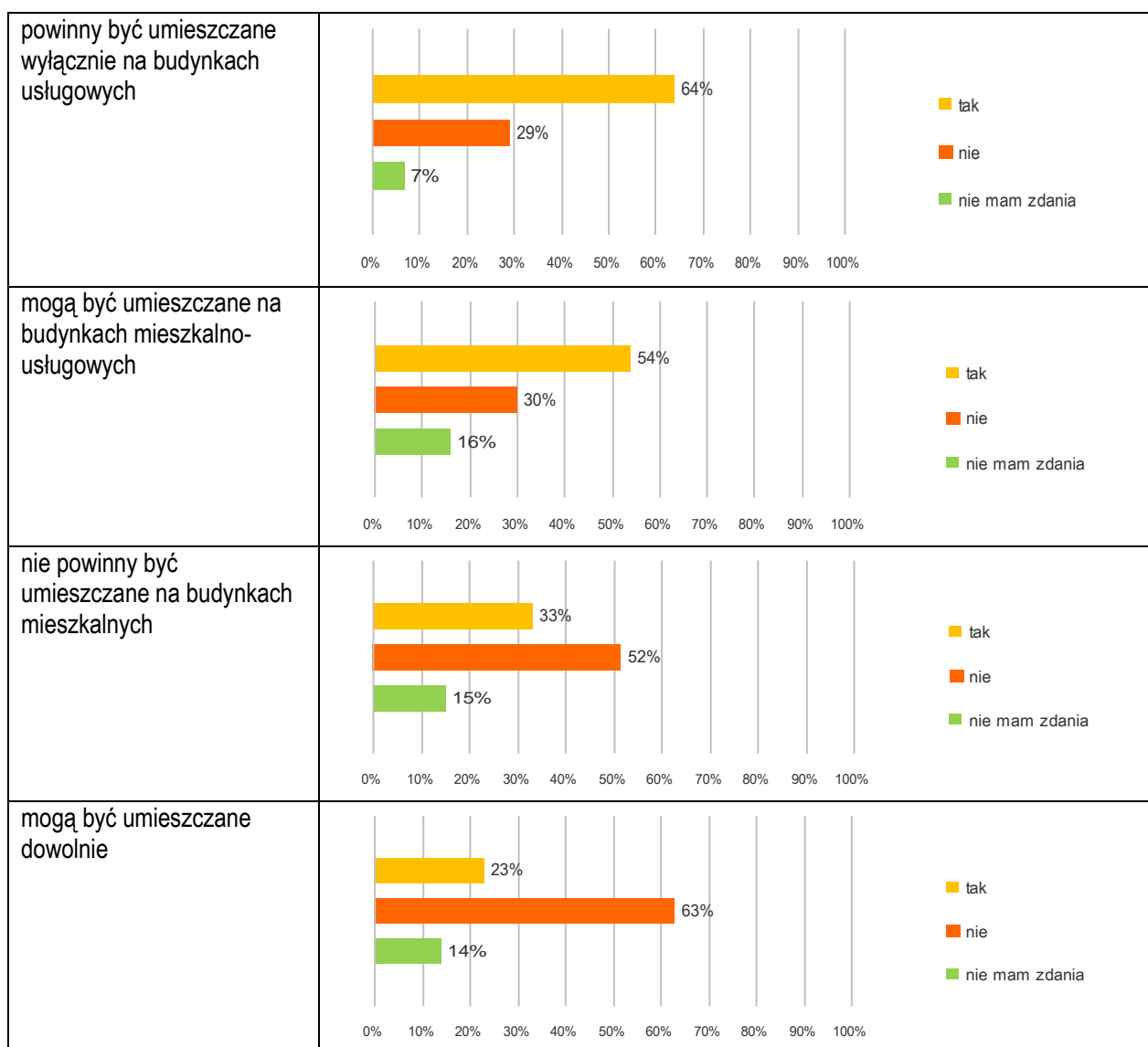
w obszarze śródmiejskim	 <p>Legend: tak (yellow), nie (orange), nie mam zdania (green)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	42%	nie	37%	nie mam zdania	20%
Odpowiedź	Procent								
tak	42%								
nie	37%								
nie mam zdania	20%								
na terenach parków, skwerów, placów publicznych	 <p>Legend: tak (yellow), nie (orange), nie mam zdania (green)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>83%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	83%	nie	6%	nie mam zdania	11%
Odpowiedź	Procent								
tak	83%								
nie	6%								
nie mam zdania	11%								
w pasach drogowych	 <p>Legend: tak (yellow), nie (orange), nie mam zdania (green)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>13%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	63%	nie	24%	nie mam zdania	13%
Odpowiedź	Procent								
tak	63%								
nie	24%								
nie mam zdania	13%								
na obiektach użyteczności publicznej	 <p>Legend: tak (yellow), nie (orange), nie mam zdania (green)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>28%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>18%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	54%	nie	28%	nie mam zdania	18%
Odpowiedź	Procent								
tak	54%								
nie	28%								
nie mam zdania	18%								
w obszarze skoncentrowanej zabudowy mieszkaniowej (osiedla mieszkaniowe)	 <p>Legend: tak (yellow), nie (orange), nie mam zdania (green)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>22%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	44%	nie	34%	nie mam zdania	22%
Odpowiedź	Procent								
tak	44%								
nie	34%								
nie mam zdania	22%								
w obszarze przemysłowym	 <p>Legend: tak (yellow), nie (orange), nie mam zdania (green)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>65%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	15%	nie	65%	nie mam zdania	20%
Odpowiedź	Procent								
tak	15%								
nie	65%								
nie mam zdania	20%								



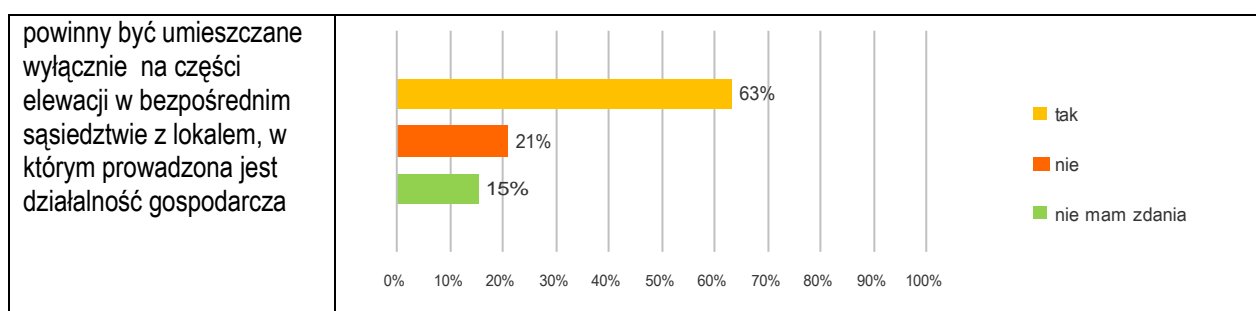
Szyldy:



Reklamy na budynku:

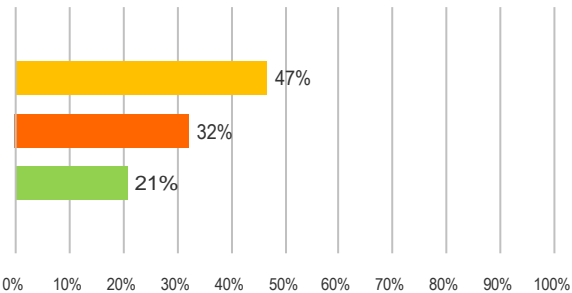
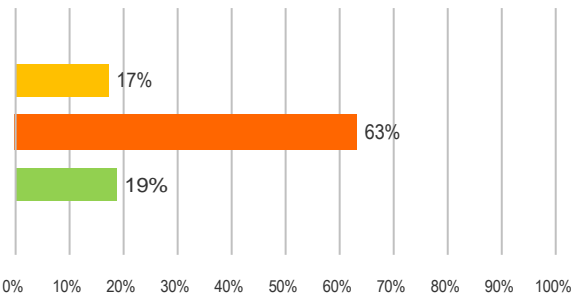
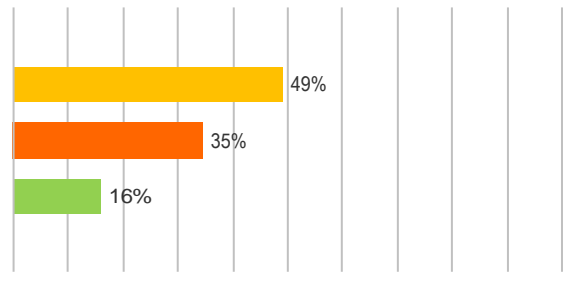
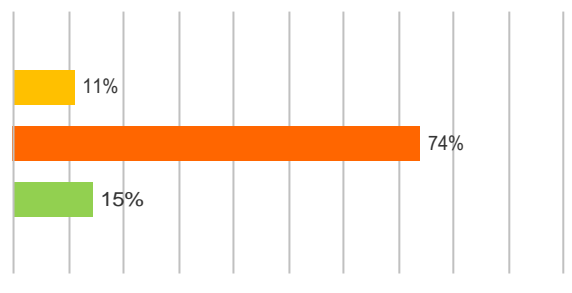
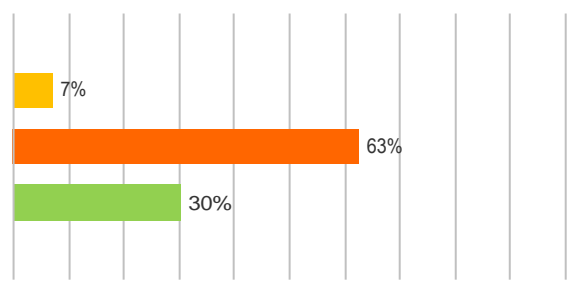


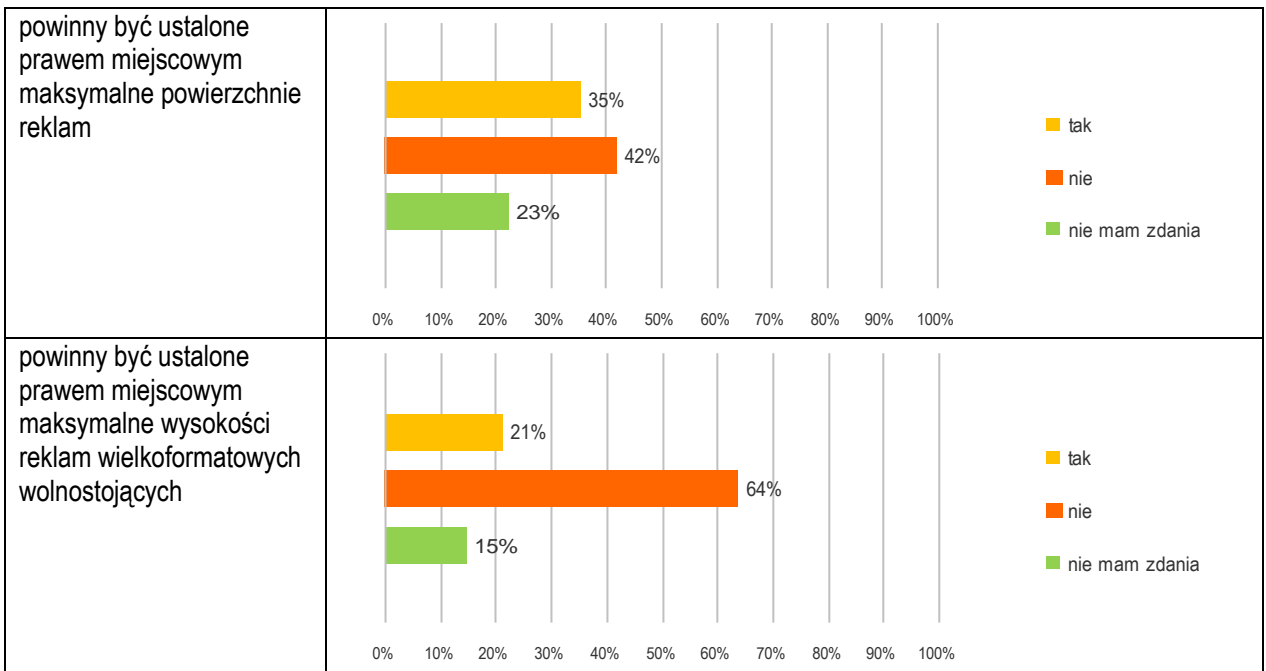
Reklamy na budynku:



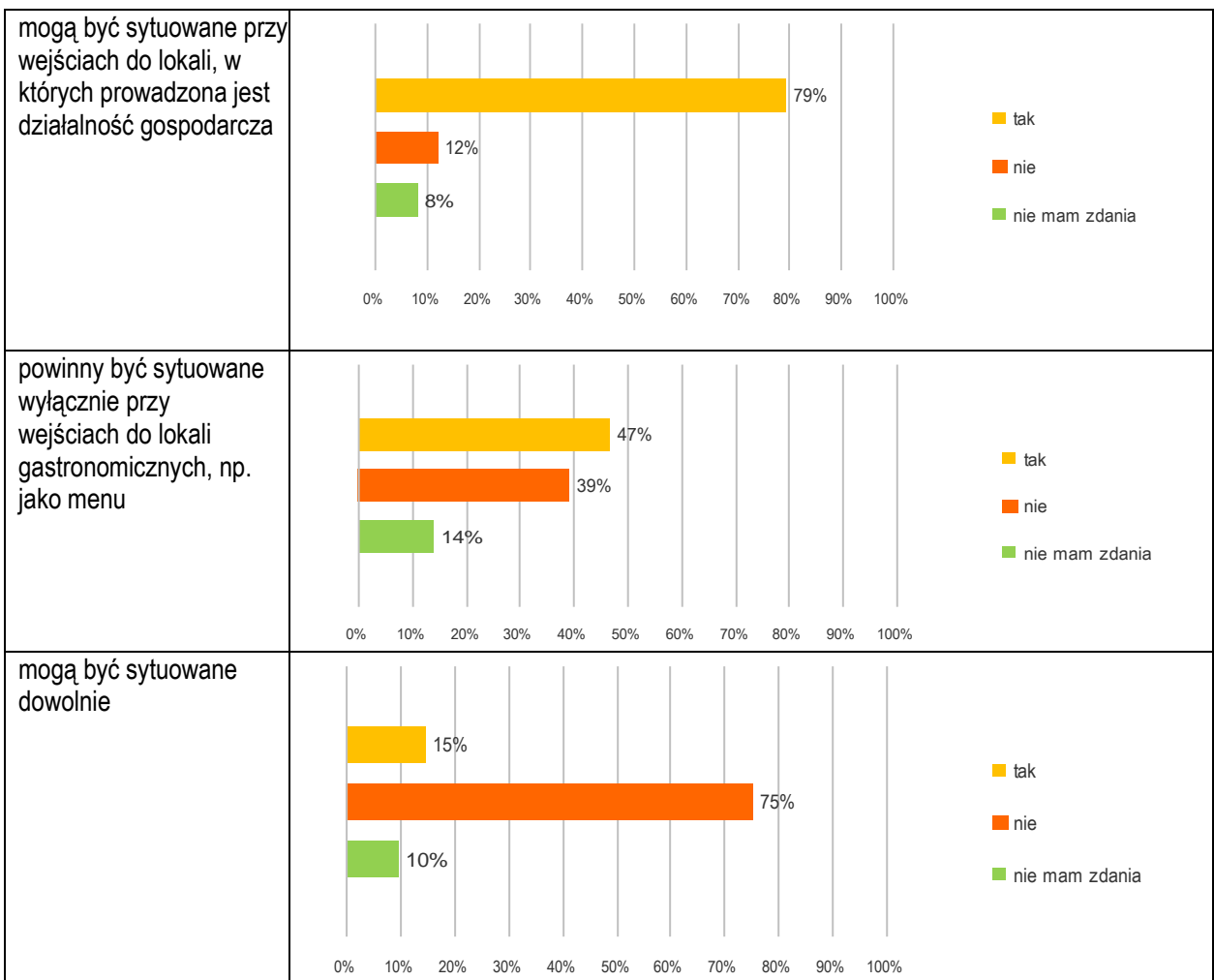
<p>mogą obejmować całe powierzchnie elewacji bocznej bez otworów okiennych</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>25%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	35%	nie	40%	nie mam zdania	25%
Odpowiedź	Procent								
tak	35%								
nie	40%								
nie mam zdania	25%								
<p>powinny mieć określone prawem miejscowym maksymalne powierzchnie – dotyczy elewacji bocznej bez otworów okiennych</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>52%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>26%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	52%	nie	23%	nie mam zdania	26%
Odpowiedź	Procent								
tak	52%								
nie	23%								
nie mam zdania	26%								
<p>w zabudowie zwartej powinny być sytuowane wyłącznie reklamy bez podświetlenia</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>25%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	51%	nie	25%	nie mam zdania	25%
Odpowiedź	Procent								
tak	51%								
nie	25%								
nie mam zdania	25%								
<p>mogą być naklejane na szybach witryn i obejmować całą ich powierzchnię</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>19%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	50%	nie	31%	nie mam zdania	19%
Odpowiedź	Procent								
tak	50%								
nie	31%								
nie mam zdania	19%								
<p>powinny mieć określoną prawem miejscowym maksymalną powierzchnię na szybach witryn</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>23%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	35%	nie	42%	nie mam zdania	23%
Odpowiedź	Procent								
tak	35%								
nie	42%								
nie mam zdania	23%								
<p>mogą być sytuowane dowolnie</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>64%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	21%	nie	64%	nie mam zdania	15%
Odpowiedź	Procent								
tak	21%								
nie	64%								
nie mam zdania	15%								

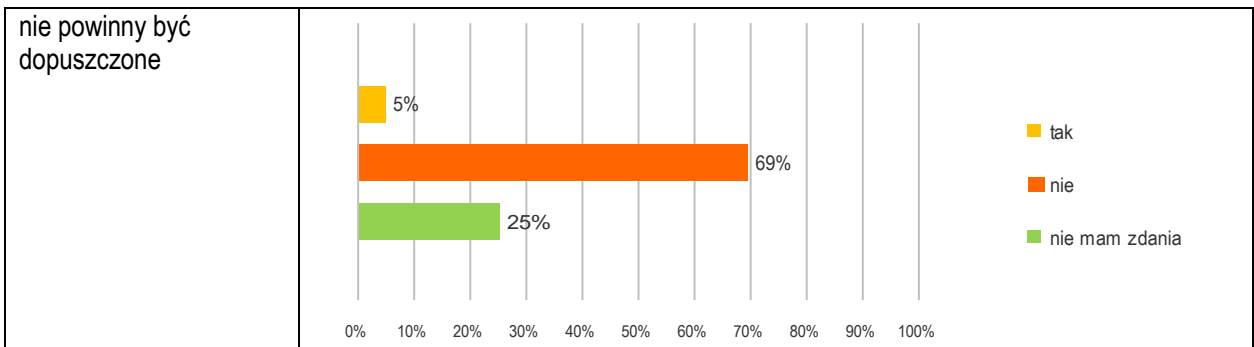
Reklamy wielkoformatowe:

<p>powinny być sytuowane jedynie w miejscach poza obszarem śródmiejskim</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>47%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>32%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>21%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	47%	nie	32%	nie mam zdania	21%
Odpowiedź	Procent								
tak	47%								
nie	32%								
nie mam zdania	21%								
<p>powinny być sytuowane na całym obszarze miasta</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>19%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	17%	nie	63%	nie mam zdania	19%
Odpowiedź	Procent								
tak	17%								
nie	63%								
nie mam zdania	19%								
<p>nie powinny być dopuszczone w pasach drogowych</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>49%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	49%	nie	35%	nie mam zdania	16%
Odpowiedź	Procent								
tak	49%								
nie	35%								
nie mam zdania	16%								
<p>mogą być sytuowane dowolnie</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>74%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	11%	nie	74%	nie mam zdania	15%
Odpowiedź	Procent								
tak	11%								
nie	74%								
nie mam zdania	15%								
<p>nie powinny być dopuszczone</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Odpowiedź</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>tak</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>nie</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>30%</td> </tr> </tbody> </table>	Odpowiedź	Procent	tak	7%	nie	63%	nie mam zdania	30%
Odpowiedź	Procent								
tak	7%								
nie	63%								
nie mam zdania	30%								

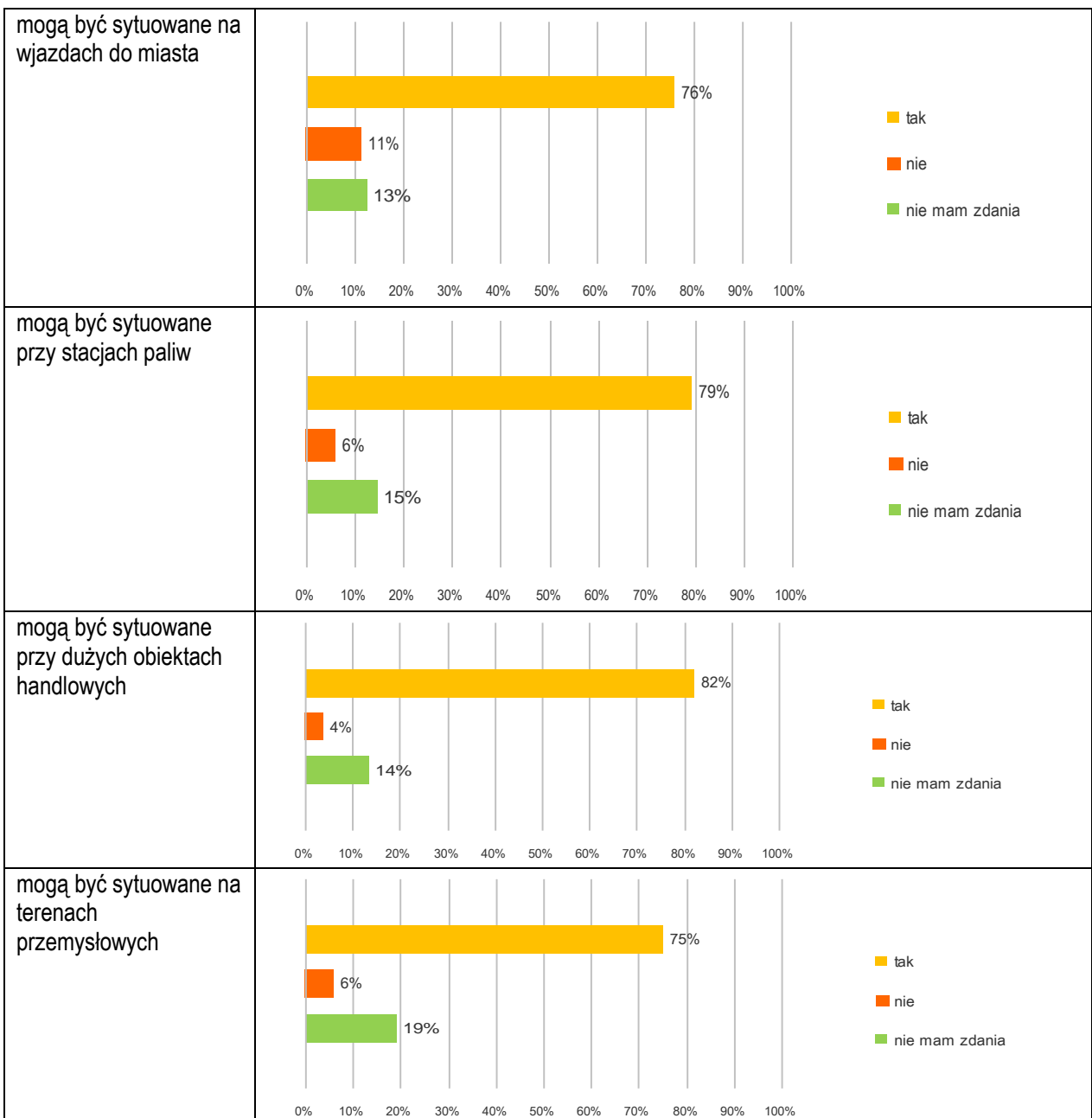


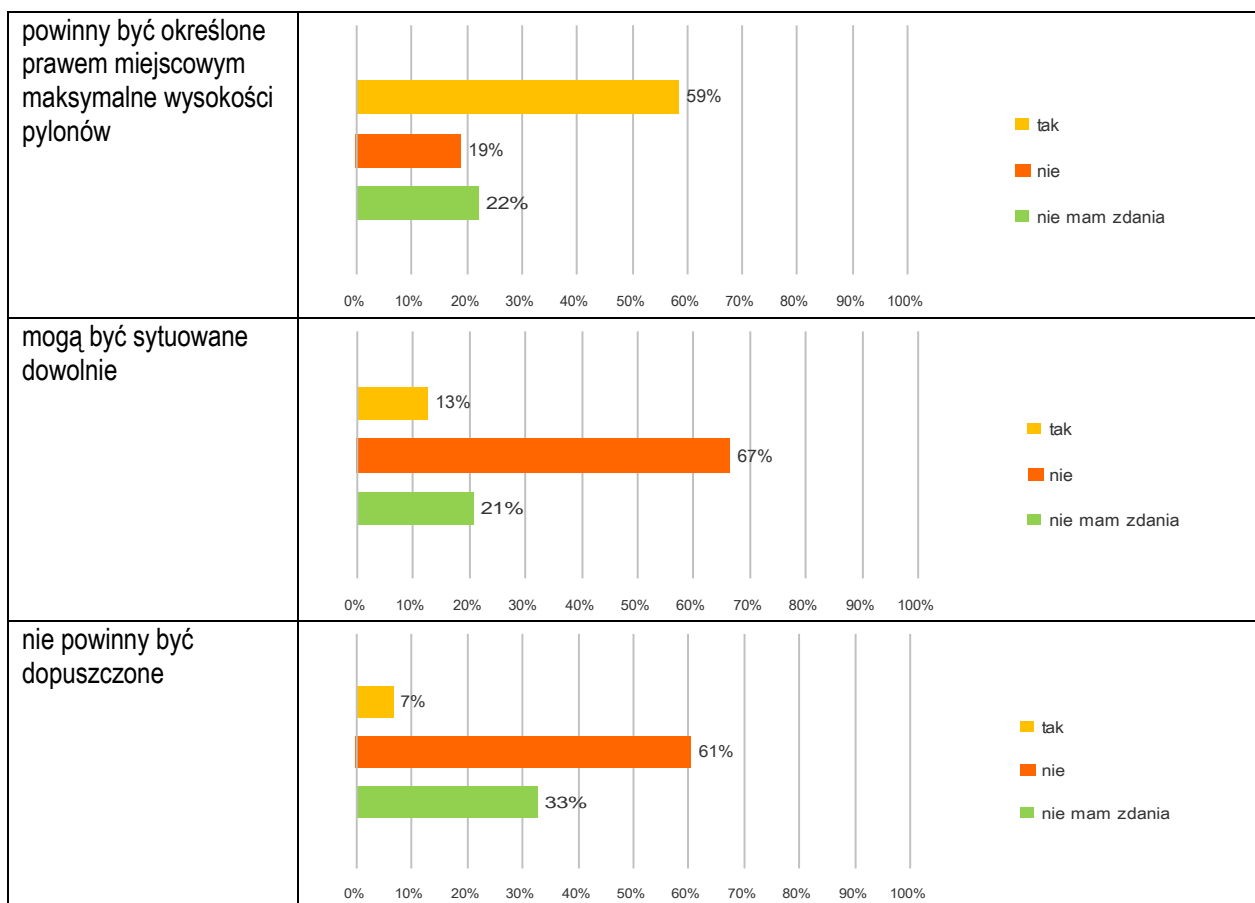
Reklamy w formie potykaçy:



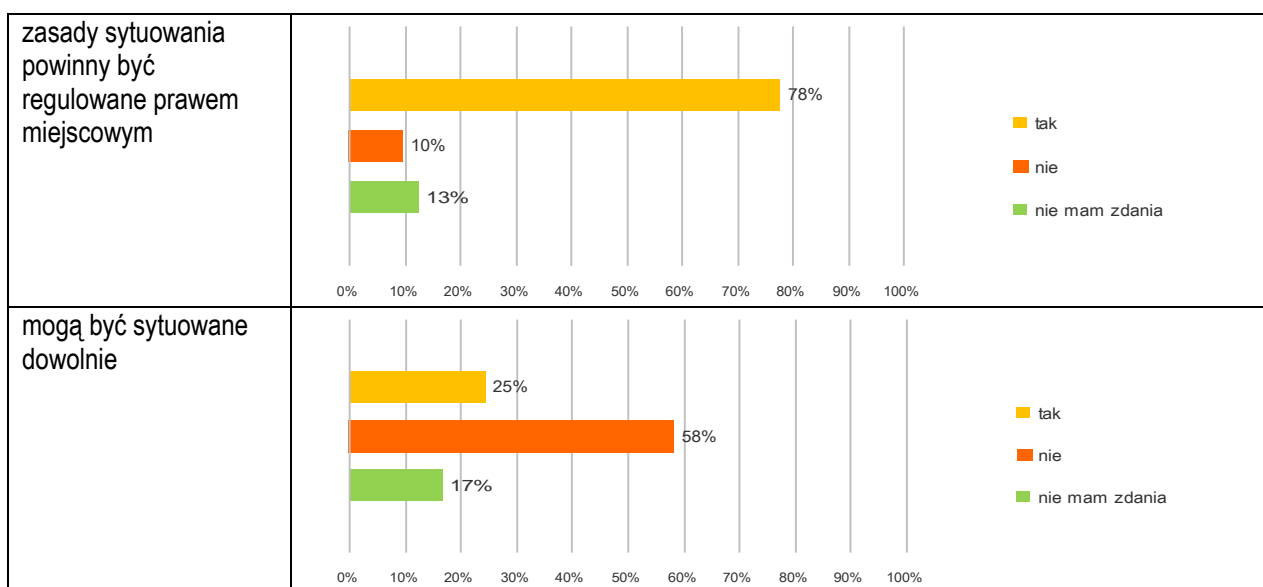


Reklamy w formie pylonu:

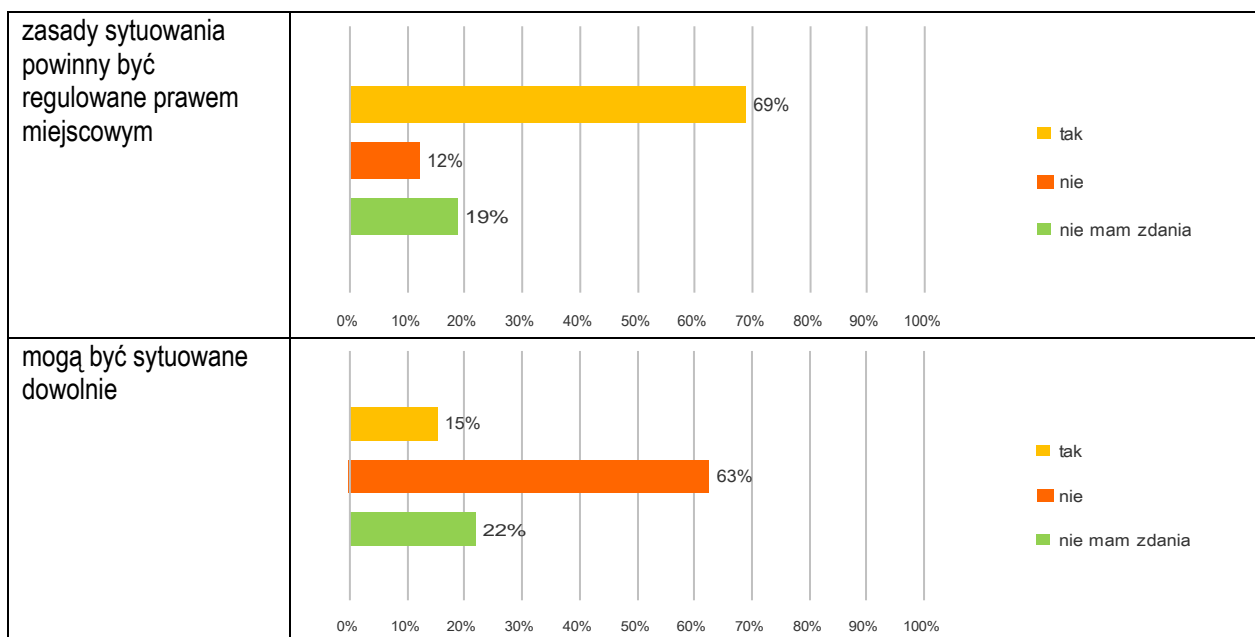




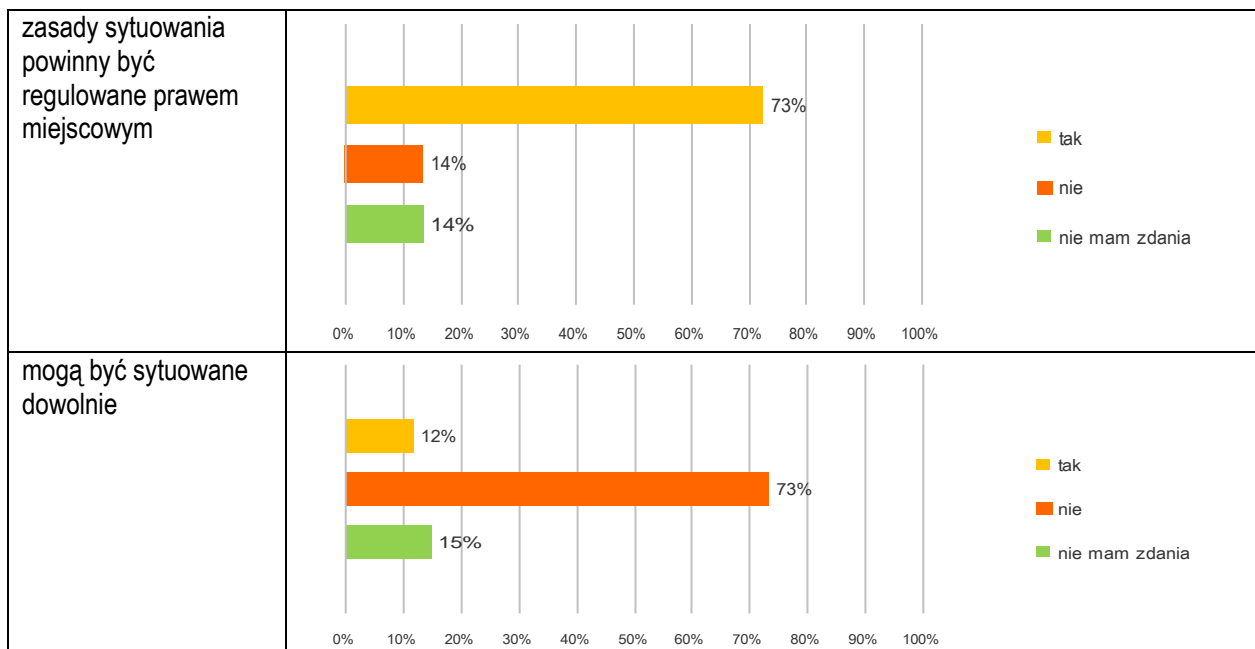
Reklamy dotyczące wydarzeń kulturalnych, sportowych, społecznych zamieszczane w terminie do 30 dni:



Elementy małej architektury:



Ogrodzenia:



Termin dostosowania szyldów i reklam do nowych regulacji prawnych powinien wynosić:

<p>12 miesięcy dla posiadaczy reklam i szyldów</p>	<p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ tak ■ nie ■ nie mam zdania
<p>12 miesięcy dla posiadających wyłącznie reklamy</p>	<p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ tak ■ nie ■ nie mam zdania
<p>2 lata dla posiadających wyłącznie szyldy</p>	<p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ tak ■ nie ■ nie mam zdania
<p>od 12 miesięcy do 3 lat dla posiadaczy reklam i szyldów</p>	<p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ tak ■ nie ■ nie mam zdania
<p>od 12 miesięcy do 3 lat dla posiadaczy reklam i szyldów, ze zróżnicowaniem terminu w zależności od stref miasta określonych prawem miejscowym</p>	<p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ tak ■ nie ■ nie mam zdania

Ankieta skierowana do Grupy III respondentów

Grupa III respondentów obejmowała wszystkich mieszkańców naszego miasta. „Ankieta dotycząca reklam i obiektów małej architektury w przestrzeni miejskiej” w formie online, aktywna była w okresie od dnia 16 lipca 2018r. do dnia 15 września 2018r. na domenie <http://ankieta-estetyka.wloclawek.eu/>.

Równolegle z „Ankieta ...” online, mieszkańcom Włocławka udostępniona była ankieta w formie papierowej tożsama w treści i w szacie graficznej w Urzędzie Miasta Włocławek w Biurze Obsługi Mieszkańców na stanowisku Wydziału Urbanistyki i Architektury (w godzinach pracy urzędu) oraz w Kawiarence Obywatelskiej „Śródmieście Cafe” zlokalizowanej przy ulicy 3 Maja 9 (w godzinach otwarcia). Zostało złożonych 106 wypełnionych ankiet.

W tym czasie każdy kto nie jest obojętny na wygląd estetyczny naszego miasta mógł określić swoje preferencje i oczekiwania.

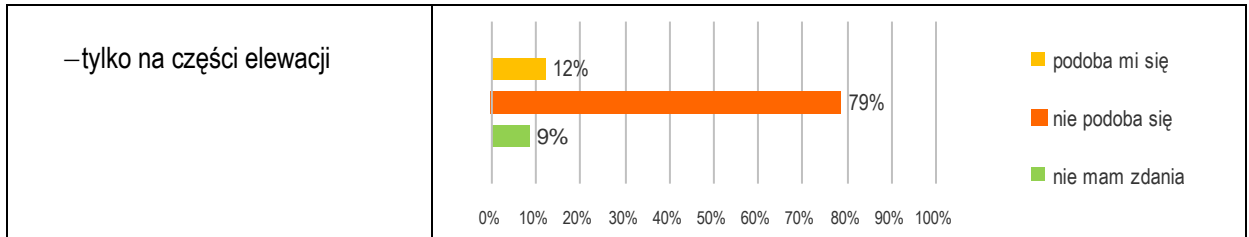
W w/w okresie zainteresowało się i oddało swój głos 341 respondentów.

Poznanie opinii i preferencji estetycznych mieszkańców

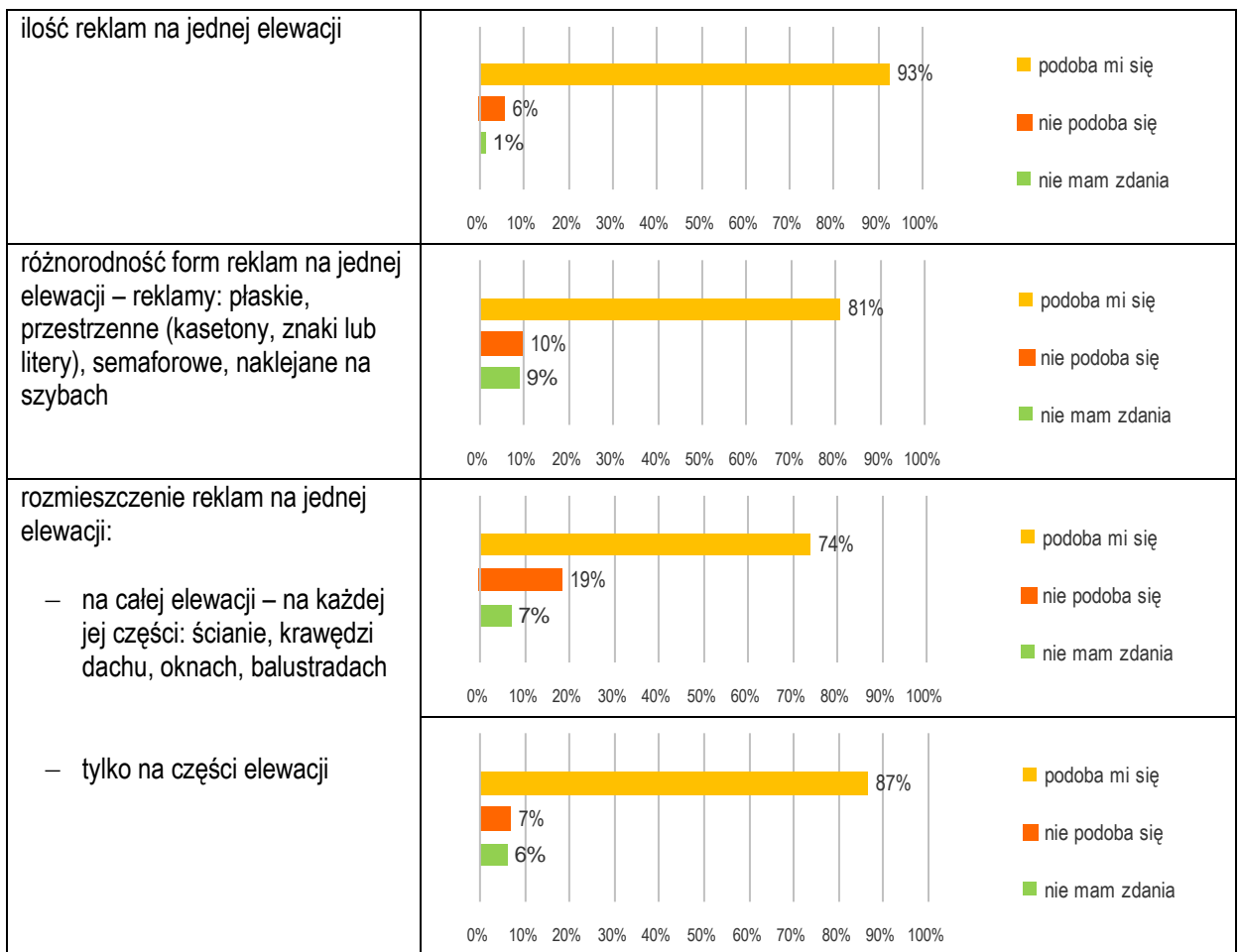
Co Ci się podoba, a co nie podoba na zdjęciu A:



ilość reklam na jednej elewacji	
różnorodność form reklam na jednej elewacji – reklamy: płaskie, przestrzenne (kasetony, znaki lub litery), semaforowe, naklejane na szybach	
rozmiszczenie reklam na jednej elewacji: – na całej elewacji – na każdej jej części: ścianie, krawędzi dachu, oknach, balustradach	

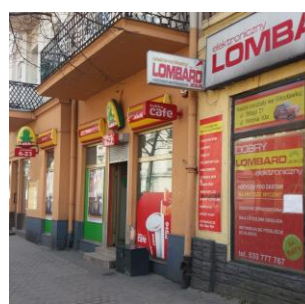


Co Ci się podoba, a co nie podoba na zdjęciu B:



Reklama w formie semaforu (reklama na wysięgniku montowanym prostopadłe do ściany):

Przykłady



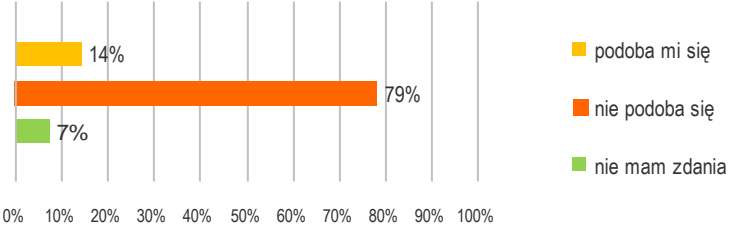
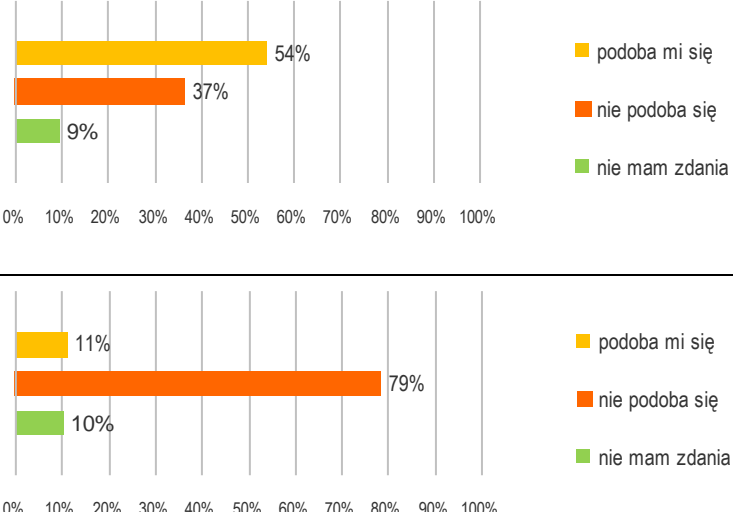
<p>stylizowana w zabytkowej części miasta</p>	<table border="1"> <tr><td>podoba mi się</td><td>84%</td></tr> <tr><td>nie podoba się</td><td>12%</td></tr> <tr><td>nie mam zdania</td><td>4%</td></tr> </table>	podoba mi się	84%	nie podoba się	12%	nie mam zdania	4%
podoba mi się	84%						
nie podoba się	12%						
nie mam zdania	4%						
<p>bez ograniczeń lokalizacji i stylu</p>	<table border="1"> <tr><td>podoba mi się</td><td>7%</td></tr> <tr><td>nie podoba się</td><td>86%</td></tr> <tr><td>nie mam zdania</td><td>7%</td></tr> </table>	podoba mi się	7%	nie podoba się	86%	nie mam zdania	7%
podoba mi się	7%						
nie podoba się	86%						
nie mam zdania	7%						
<p>umieszczana dodatkowo jako uzupełnienie innych reklam</p>	<table border="1"> <tr><td>podoba mi się</td><td>10%</td></tr> <tr><td>nie podoba się</td><td>77%</td></tr> <tr><td>nie mam zdania</td><td>13%</td></tr> </table>	podoba mi się	10%	nie podoba się	77%	nie mam zdania	13%
podoba mi się	10%						
nie podoba się	77%						
nie mam zdania	13%						

Reklama w formie potykacza (urządzenie reklamowe wystawiane na zewnątrz lokalu w godzinach jego otwarcia):

Przykłady

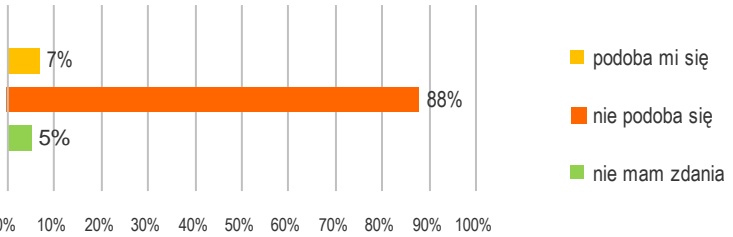
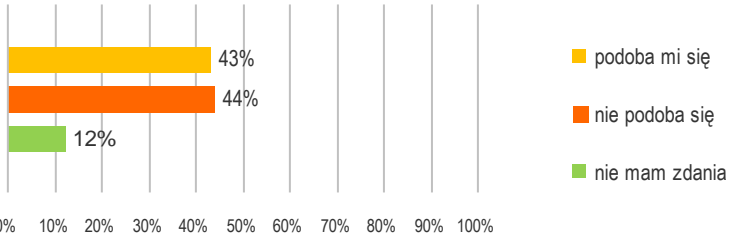


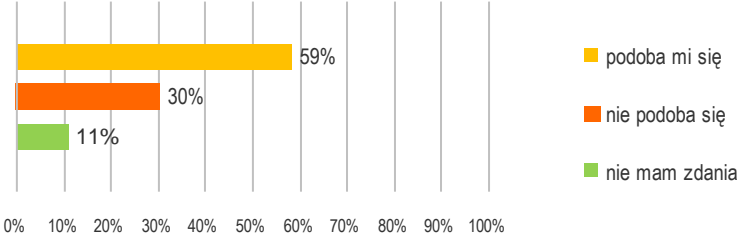
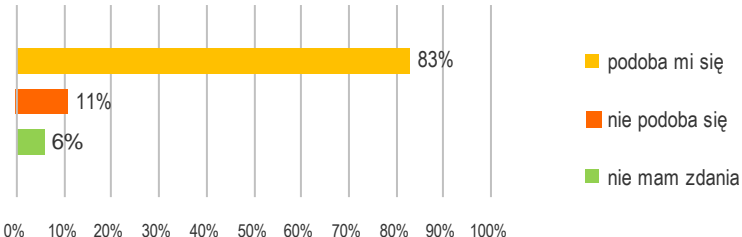
<p>stylizowana w zabytkowej części miasta</p>	<table border="1"> <tr><td>podoba mi się</td><td>76%</td></tr> <tr><td>nie podoba się</td><td>20%</td></tr> <tr><td>nie mam zdania</td><td>4%</td></tr> </table>	podoba mi się	76%	nie podoba się	20%	nie mam zdania	4%
podoba mi się	76%						
nie podoba się	20%						
nie mam zdania	4%						

<p>bez ograniczeń lokalizacji i stylu</p>	 <table border="1"> <tr><td>podoba mi się</td><td>14%</td></tr> <tr><td>nie podoba się</td><td>79%</td></tr> <tr><td>nie mam zdania</td><td>7%</td></tr> </table>	podoba mi się	14%	nie podoba się	79%	nie mam zdania	7%						
podoba mi się	14%												
nie podoba się	79%												
nie mam zdania	7%												
<p>sposób wystawiania potykaczy na ulicy:</p> <ul style="list-style-type: none"> – na rozstawianych urządzeniach reklamowych – przypinane do innych obiektów, np. do latarni ulicznej 	 <table border="1"> <tr><td>podoba mi się</td><td>54%</td></tr> <tr><td>nie podoba się</td><td>37%</td></tr> <tr><td>nie mam zdania</td><td>9%</td></tr> </table> <table border="1"> <tr><td>podoba mi się</td><td>11%</td></tr> <tr><td>nie podoba się</td><td>79%</td></tr> <tr><td>nie mam zdania</td><td>10%</td></tr> </table>	podoba mi się	54%	nie podoba się	37%	nie mam zdania	9%	podoba mi się	11%	nie podoba się	79%	nie mam zdania	10%
podoba mi się	54%												
nie podoba się	37%												
nie mam zdania	9%												
podoba mi się	11%												
nie podoba się	79%												
nie mam zdania	10%												

Reklama w formie naklejki na szybie:
Przykłady



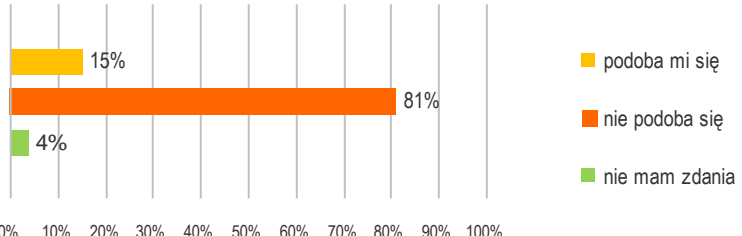
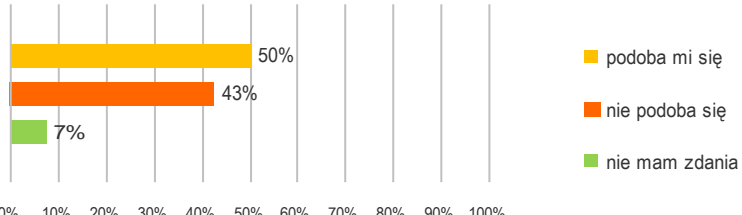
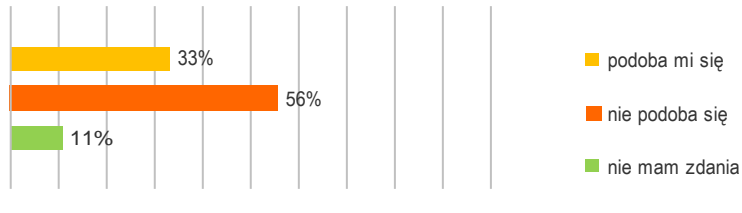
<p>pokrywająca całą szybę i całkowicie zasłaniająca wnętrze lokalu</p>	 <table border="1"> <tr><td>podoba mi się</td><td>7%</td></tr> <tr><td>nie podoba się</td><td>88%</td></tr> <tr><td>nie mam zdania</td><td>5%</td></tr> </table>	podoba mi się	7%	nie podoba się	88%	nie mam zdania	5%
podoba mi się	7%						
nie podoba się	88%						
nie mam zdania	5%						
<p>pokrywająca całą szybę, ale umożliwiającą wgląd do wnętrza lokalu (naklejka transparentna)</p>	 <table border="1"> <tr><td>podoba mi się</td><td>43%</td></tr> <tr><td>nie podoba się</td><td>44%</td></tr> <tr><td>nie mam zdania</td><td>12%</td></tr> </table>	podoba mi się	43%	nie podoba się	44%	nie mam zdania	12%
podoba mi się	43%						
nie podoba się	44%						
nie mam zdania	12%						

naklejana na części szyby	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>podoba mi się</td> <td>59%</td> </tr> <tr> <td>nie podoba się</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Procent	podoba mi się	59%	nie podoba się	30%	nie mam zdania	11%
Kategoria	Procent								
podoba mi się	59%								
nie podoba się	30%								
nie mam zdania	11%								
naklejana na szybę w formie napisu lub znaku firmowego	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>podoba mi się</td> <td>83%</td> </tr> <tr> <td>nie podoba się</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Procent	podoba mi się	83%	nie podoba się	11%	nie mam zdania	6%
Kategoria	Procent								
podoba mi się	83%								
nie podoba się	11%								
nie mam zdania	6%								

Reklama w formie pylonu lub flagi (urządzenie reklamowe z logo firmy, hasłem reklamowym, wyróżniające się znaczną wysokością) oraz w formie ekranu świetlnego (urządzenie reklamowe z ekranem wyświetlającym zmienne obrazy):

Przykłady

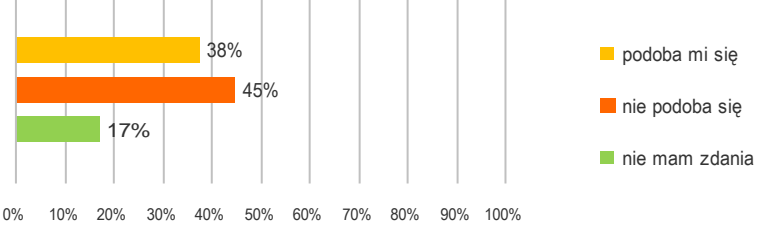
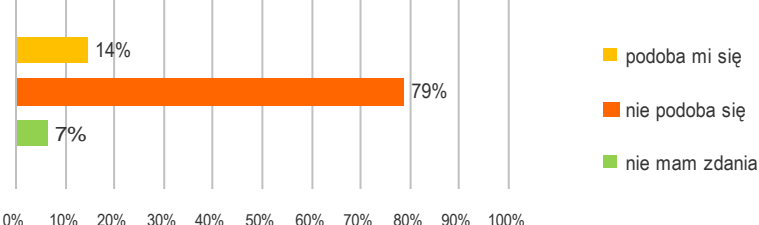
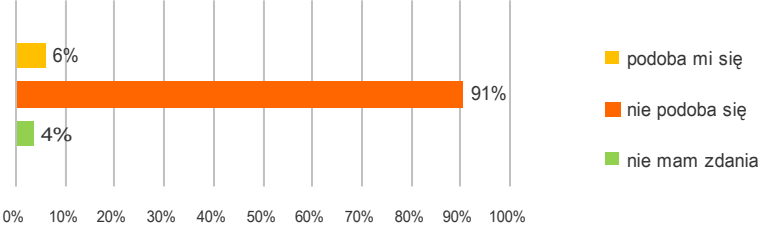
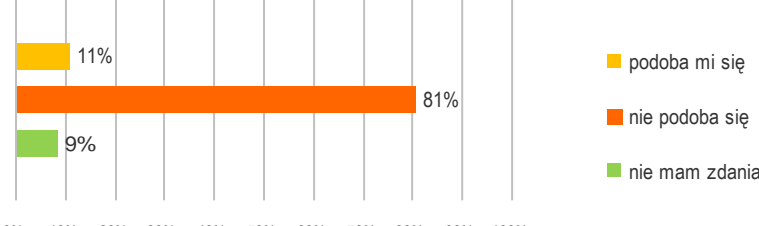
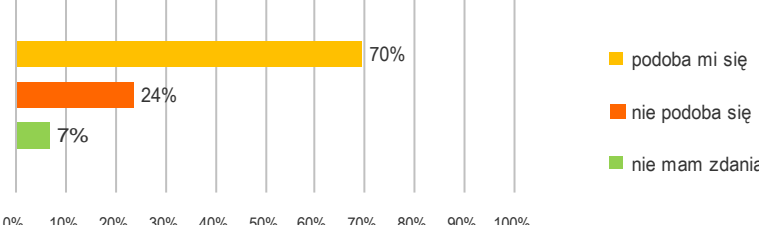
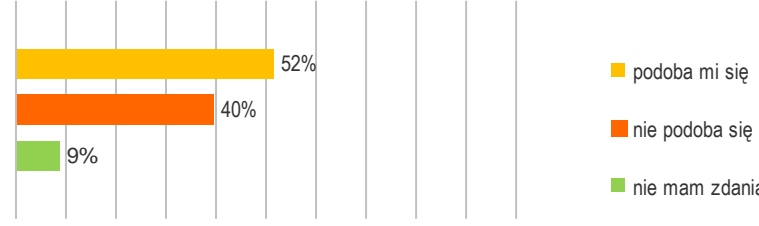


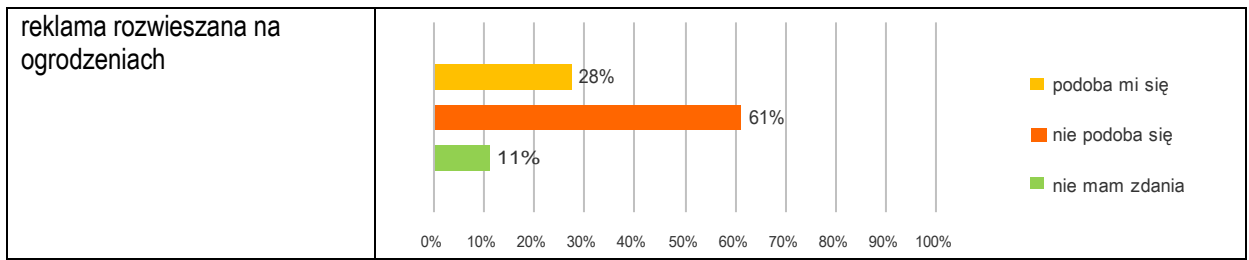
duża ilość i różnorodność form skupiona w jednym miejscu przy drodze publicznej	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>podoba mi się</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>nie podoba się</td> <td>81%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Procent	podoba mi się	15%	nie podoba się	81%	nie mam zdania	4%
Kategoria	Procent								
podoba mi się	15%								
nie podoba się	81%								
nie mam zdania	4%								
jeden pylon z wieloma reklamami przy drodze publicznej	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>podoba mi się</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>nie podoba się</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>7%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Procent	podoba mi się	50%	nie podoba się	43%	nie mam zdania	7%
Kategoria	Procent								
podoba mi się	50%								
nie podoba się	43%								
nie mam zdania	7%								
wielkoformatowy ekran świetlny typu telebim przy drodze publicznej	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>podoba mi się</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>nie podoba się</td> <td>56%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Procent	podoba mi się	33%	nie podoba się	56%	nie mam zdania	11%
Kategoria	Procent								
podoba mi się	33%								
nie podoba się	56%								
nie mam zdania	11%								

Które z form reklamowych między innymi przedstawione na załączonych poniżej zdjęciach Ci się podobają, a które nie:

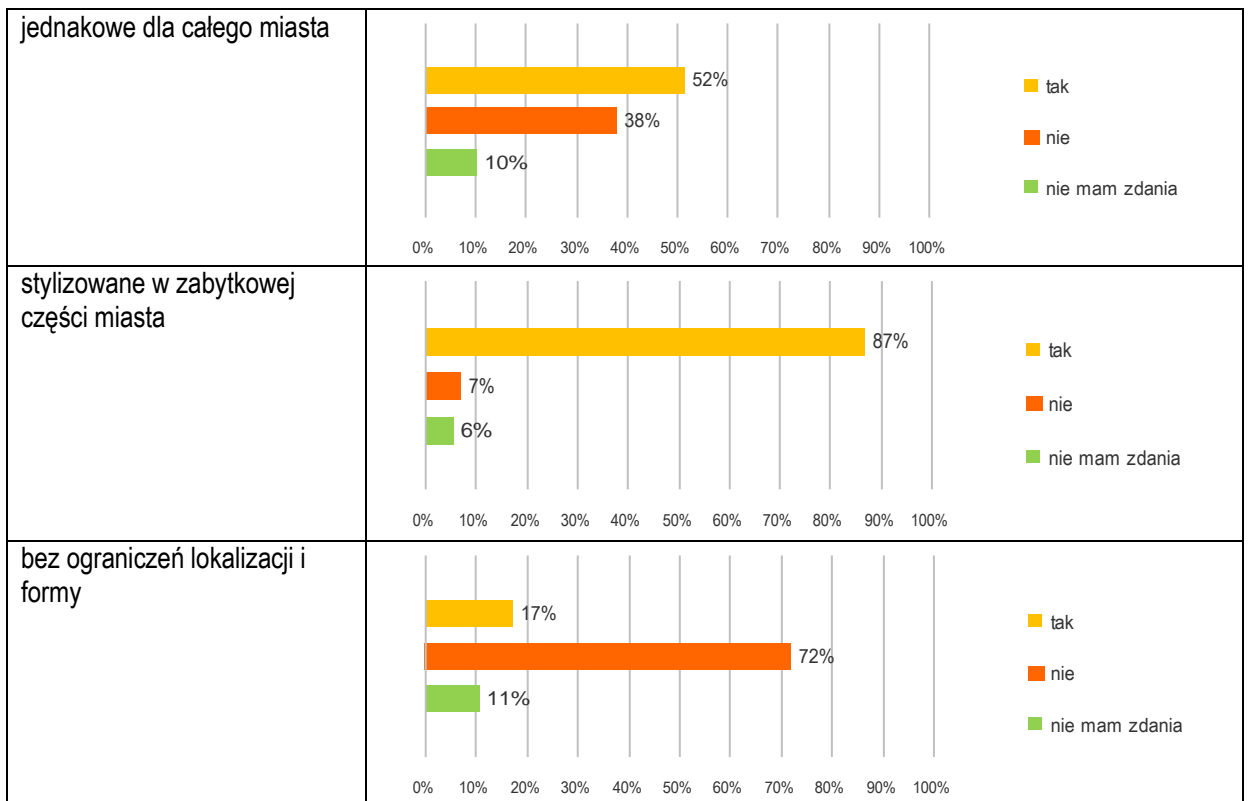


<p>reklama w formie liter przestrzennych, w tym podświetlanych</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>podoba mi się</td> <td>66%</td> </tr> <tr> <td>nie podoba się</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>7%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Procent	podoba mi się	66%	nie podoba się	27%	nie mam zdania	7%
Kategoria	Procent								
podoba mi się	66%								
nie podoba się	27%								
nie mam zdania	7%								
<p>reklama w formie planszy lub kasetonu</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>podoba mi się</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>nie podoba się</td> <td>62%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Procent	podoba mi się	23%	nie podoba się	62%	nie mam zdania	15%
Kategoria	Procent								
podoba mi się	23%								
nie podoba się	62%								
nie mam zdania	15%								
<p>reklama w formie naklejki na szybie</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>podoba mi się</td> <td>39%</td> </tr> <tr> <td>nie podoba się</td> <td>49%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>12%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Procent	podoba mi się	39%	nie podoba się	49%	nie mam zdania	12%
Kategoria	Procent								
podoba mi się	39%								
nie podoba się	49%								
nie mam zdania	12%								
<p>podświetlana tablica ogłoszeniowo-reklamowa tzw. citylight</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategoria</th> <th>Procent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>podoba mi się</td> <td>57%</td> </tr> <tr> <td>nie podoba się</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>nie mam zdania</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategoria	Procent	podoba mi się	57%	nie podoba się	34%	nie mam zdania	9%
Kategoria	Procent								
podoba mi się	57%								
nie podoba się	34%								
nie mam zdania	9%								

<p>reklama semaforowa</p>	 <p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ podoba mi się ■ nie podoba się ■ nie mam zdania
<p>reklama umieszczona między oknami</p>	 <p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ podoba mi się ■ nie podoba się ■ nie mam zdania
<p>reklama wielkoformatowa (o dużej powierzchni reklamowej) rozwieszona na elewacji</p>	 <p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ podoba mi się ■ nie podoba się ■ nie mam zdania
<p>słup ogłoszeniowo-reklamowy</p>	 <p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ podoba mi się ■ nie podoba się ■ nie mam zdania
<p>wolnostojąca tablica informacyjno-reklamowa</p>	 <p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ podoba mi się ■ nie podoba się ■ nie mam zdania
<p>reklama wielkoformatowa (o dużej powierzchni reklamowej) na urządzeniu reklamowym wolnostojącym</p>	 <p>0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ podoba mi się ■ nie podoba się ■ nie mam zdania

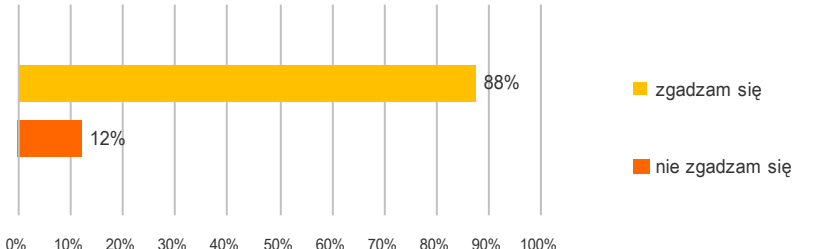
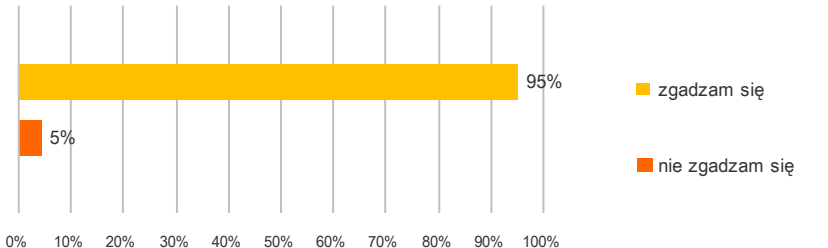
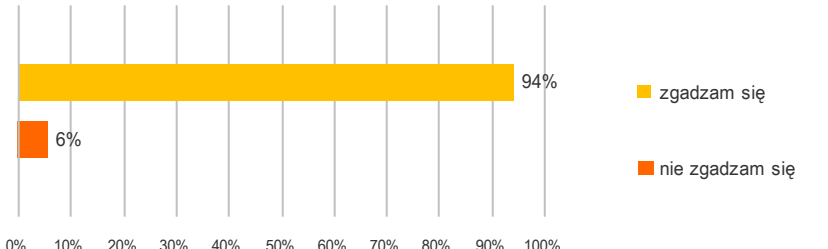
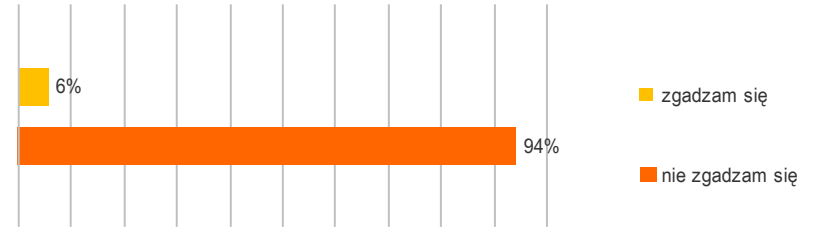


**Obiekty małej architektury (ławki, śmietniki, kosze, ograniczniki, stojaki na rowery, ...):
Przykłady**



Które z poniższych stwierdzeń uważasz za właściwe lub nie w celu poprawy jakości przestrzeni publicznej:

<p>reklamy nie powinny być umieszczane na elewacjach budynków mieszkalnych i mieszkalno-usługowych</p>	<p>78% zgadzam się 22% nie zgadzam się</p>
<p>reklamy i szyldy mogą być umieszczane wyłącznie na części elewacji w bezpośrednim sąsiedztwie lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza</p>	<p>80% zgadzam się 20% nie zgadzam się</p>
<p>potykacze mogą być umieszczane wyłącznie w bezpośrednim sąsiedztwie lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza</p>	<p>90% zgadzam się 10% nie zgadzam się</p>
<p>reklamy wielkoformatowe mogą być umieszczane wyłącznie na elewacjach bocznych (szczytowych) budynków</p>	<p>74% zgadzam się 26% nie zgadzam się</p>
<p>Należy zakazać lokalizowania reklam wolnostojących wzdłuż dróg publicznych</p>	<p>68% zgadzam się 32% nie zgadzam się</p>
<p>mogą być lokalizowane reklamy wolnostojące wzdłuż dróg publicznych, ale na ustalonych konkretnych zasadach</p>	<p>73% zgadzam się 27% nie zgadzam się</p>

<p>pylony mogą być lokalizowane wyłącznie na terenach przemysłowych, przy dużych obiektach handlowych, stacjach paliw oraz na rogatkach miasta</p>	 <p>88% zgadzam się 12% nie zgadzam się</p>
<p>należy wprowadzić ściśle określone zasady umieszczania reklam i szyldów na obiektach zabytkowych i położonych na terenach zabytkowych</p>	 <p>95% zgadzam się 5% nie zgadzam się</p>
<p>wygląd elewacji ma istotne znaczenie bez względu na zabytkowy charakter, dlatego dla całego miasta powinny być określone zasady dotyczące maksymalnych wymiarów i rozmieszczenia reklam i szyldów w obrębie danej elewacji</p>	 <p>94% zgadzam się 6% nie zgadzam się</p>
<p>wygląd elewacji jest mi obojętny – nie zwracam uwagi na reklamy</p>	 <p>6% zgadzam się 94% nie zgadzam się</p>

WARSZTATY KREATYWNE

Warsztaty odbyły się 27 września 2018r. o godzinie 10⁰⁰ w sali nr 4 gmachu Urzędu Miasta przy Zielonym Rynku 11/13 we Włocławku. Zaproszenie wysłane zostało do 28 firm zajmujących się szyldami i reklamami zewnętrznymi, mających swoje siedziby na terenie miasta Włocławek. Ostatecznie w warsztatach wzięły udział Przedstawicielki dwóch firm. Mimo małej frekwencji, warsztaty okazały się bardzo owocne i wydają się reprezentatywne dla środowiska tych podmiotów gospodarczych.

W ramach warsztatów wypracowano następujące ustalenia:

Rozwiązania dotyczące rozmieszczenia szyldów i reklam w obszarze Śródmieścia

- wyznaczyć pas międzykondygnacyjny (wydzielony) nad parterem (między parterem a pierwszym piętrzem):
- wszystkie reklamy w tym pasie winny być równej wysokości i głębokości;
- lokalizować na elewacji reklamy i szyldy z respektowaniem (niezasłanianiem) elementów wystroju architektonicznego elewacji, takich jak np. gzymsy, pilastry, itp.,
- dopuścić na szybach witryn wyklejki szronione typu crystal,

- na jednym budynku reklamy podświetlane (w postaci liter przestrzennych lub kasetonów) o jednakowej wysokości i głębokości lub płaskie o takich samych wysokościach wszystkie nośniki reklamowe, bądź zamiennie: wyłącznie urządzenia w formie semaforu z uzupełnieniem wyklejek na szybach,
- zakaz siatek reklamowych na budynkach – nie dotyczy czasu związanego z trwającymi robotami budowlanymi na obiekcie,
- reklamy międzyokienne jako alternatywa tylko w szczególnych przypadkach, np. stylizowanych okiennic i szefersów zewnętrznych.

Rozwiązania dotyczące rozmieszczenia szyldów i reklam w obszarach z zabudową współczesną

- na elewacji budynku usługowego z wieloma lokalami, można montować wyłącznie reklamy i szyldy jako elementy systemowe czyli jednokie pod względem wymiarów;
- przy budynku usługowym z wieloma lokalami można dopuścić urządzenie reklamowe w formie wolnostojącego pylonu;
- powyżej parteru należy wprowadzić zakaz wyklejania szyb reklamami.

Rozwiązania dotyczące rozmieszczenia szyldów i reklam dla całego miasta

- w obrębie jednego budynku, tablice reklamowe winny być systemowe (ujednolicone);
- reklamy w formie potykaczy, winny być dopuszczone wyłącznie w bezpośrednim sąsiedztwie danego lokalu;
- należy wprowadzić zakaz mocowania potykaczy do drzew, latarni, ławek, itp.;
- należy wprowadzić zakaz umieszczania reklam na balkonach i ogrodzeniach – nie dotyczy okresu wyborczego, dla którego przepisami odrębnymi regulowane są zasady i możliwości lokalizowania reklam wyborczych;
- reklamy świetlne:
 - zakaz montowania na budynkach zabytkowych;
 - dopuścić jedną reklamę w formie pylonu podświetlanego z możliwością eksponowania wielu reklam, w tym zastrzeżeniem, że może być lokalizowana wyłącznie poza strefa śródmiejską.

Zdaniem zaproszonych na warsztaty kreatywne, wyżej proponowane rozwiązania winny być uregulowane prawnie. Nie powinny one jednak dotyczyć kolorystyki reklam, szyldów czy też elementów małej architektury.

III. PODSUMOWANIE BADANIA SONDAŻOWEGO

Sondaż cieszył się stosunkowo dużym zainteresowaniem respondentów. W okresie objętym sondażem ankietowym w wersji papierowej oraz w czasie aktywności ankiety online, zainteresowało się i oddało swój głos 341 respondentów.

Oczekiwania respondentów są jasno sprecyzowane. Zdecydowana większość respondentów jest przeciwna szumowi przekazu informacyjnego (zbyt duża różnorodność form i wielkości reklam, uciążliwe oświetlenie), oraz niekontrolowanej dowolności lokalizowania wszelkich urządzeń reklamowych.

Respondenci oczekują na wprowadzenie regulacji prawnych zarówno w zakresie reklam i szyldów jak również elementów małej architektury oraz ogrodzeń.

Regulacje te powinny dotyczyć zarówno rozmieszczenia reklam i szyldów na elewacji jak i określenia maksymalnych powierzchni nośników reklam oraz lokalizacji reklam wolnostojących, elementów małej architektury i ogrodzeń w przestrzeni miejskiej.

W przypadku wypowiedzenia się w sprawie określenia terminu dostosowania szyldów i reklam do nowych regulacji prawnych, rozłożenie głosów „tak, „nie” i „nie mam zdania” w odniesieniu do proponowanych terminów jest stosunkowo zrównoważone. A zatem z przedstawionej oceny respondentów trudno stwierdzić, która z proponowanych opcji byłaby najdogodniejsza dla każdej ze stron. Stąd, kwestia ta leży do rozpoznania i decyzji po stronie organu.