

# Inwentaryzacja reklam na wybranych ulicach Miasta Krakowa

dr inż. Karol Kwiatek  
karol.kwiatek@gmail.com

Kraków, dn. 8.07.2019

# Wprowadzenie

## „Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń”

1

Stan reklam w momencie przejazdu

2

Interpretacja projektu uchwały RMK przez autora

3

Przedstawienie problemu na wybranych ulicach Miasta Krakowa

4

Wyniki opracowania nie są podstawą do wydawania decyzji administracyjnych

Projekt uchwały Rady Miasta Krakowa w sprawie Zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń.

Edycja do uchwalenia.

UCHWAŁA NR ...  
RADY MIASTA KRAKOWA  
z dnia ...

w sprawie ustalenia  
„Zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń”

Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2018 r. poz. 1945) uchwala się, co następuje:

§ 1. 1. Uchwala się dla Miasta Krakowa „Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń”, zwane dalej uchwałą.

2. Zasady i warunki sytuowania na terenie III Strefy Podobszaru I (Stare Miasto), zwanym także: Park Kulturowy Stare Miasto, obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń określają:

- 1) uchwała Nr CXV/1547/10 Rady Miasta Krakowa z dnia 3 listopada 2010 r. w sprawie utworzenia parku kulturowego pod nazwą Park Kulturowy Stare Miasto (Dz. Urz. Woj. Mał. Nr 647, poz. 5336 z dnia 6 grudnia 2010 r.);
- 2) uchwała Nr XC/2361/17 Rady Miasta Krakowa z dnia 6 grudnia 2017 r. zmieniająca uchwałę Nr CXV/1547/10 w sprawie utworzenia parku kulturowego pod nazwą Park Kulturowy Stare Miasto (Dz. Urz. Woj. Mał. z dnia 14 grudnia 2017 r., poz. 8844).

§ 2. 1. Uchwala obejmuje ustalenia zawarte w treści uchwały.

2. Rysunek w skali 1 : 75 000 – obrazujący podział Miasta na Strefy, o których mowa w § 5 – stanowi załącznik nr 1 do uchwały.
3. Integralną część uchwały stanowi rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag do projektu uchwały, niebędące ustaleniami uchwały – załącznik nr 2 do uchwały.

§ 3. Celem uchwały jest:

- 1) ustalenie zasad i warunków sytuowania na terenie Miasta Krakowa obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane;
- 2) ochrona istniejącej struktury przestrzennej, tradycji miejsca, istniejących wartościowych lub zabytkowych obiektów i układów urbanistycznych poprzez ustalenie zasad i standardów decydujących o harmonii i porządku przestrzennym;
- 3) ochrona cennych historycznie i kulturowo walorów widokowych Miasta;
- 4) poszanowanie dobrego sąsiedztwa rozumianego jako przeciwdziałanie degradacji przestrzeni publicznej i terenów otwartych przez obiekty małej architektury, tablice reklamowe i urządzenia reklamowe oraz ogrodzenia;

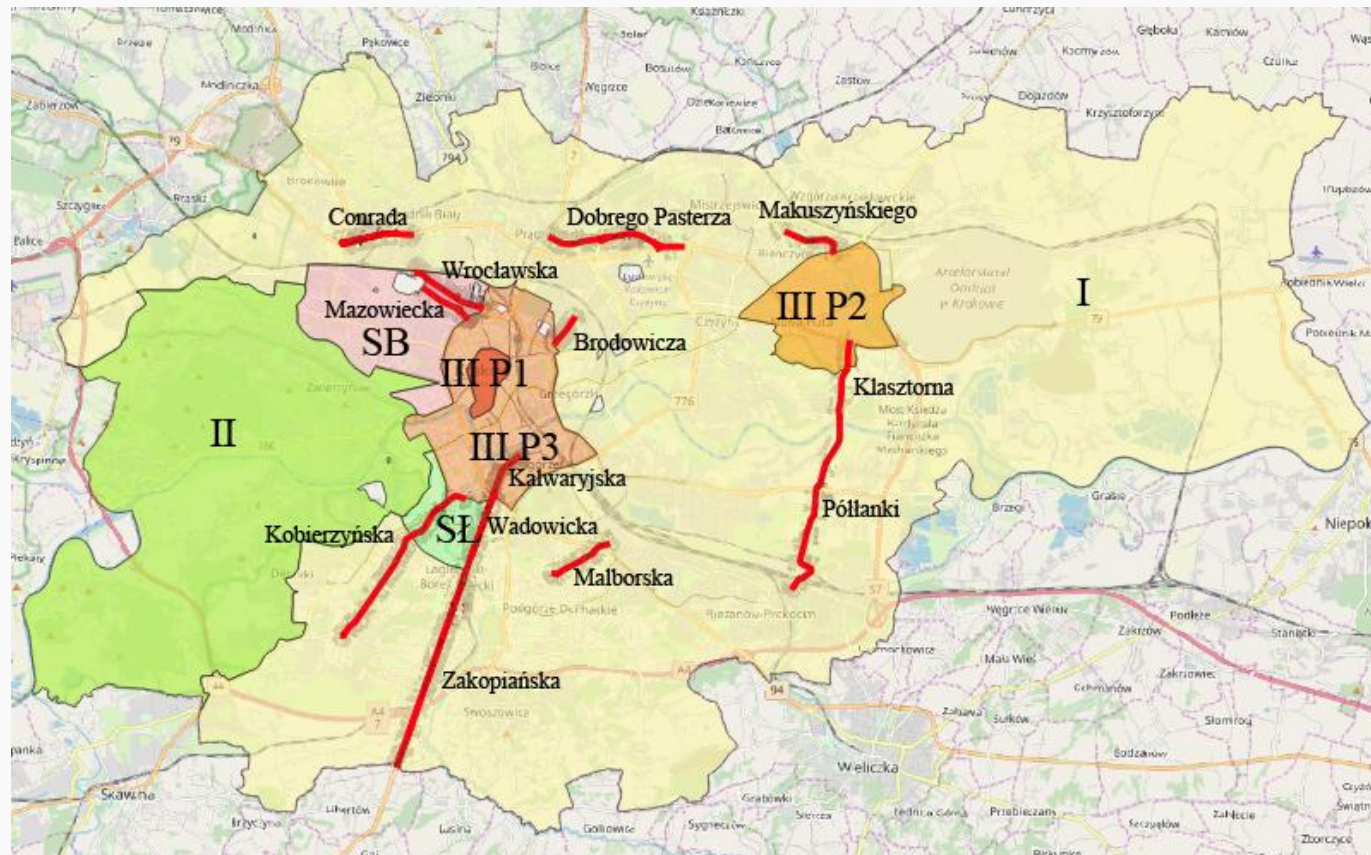
# Wprowadzenie



zinwentaryzowano 13 ulic



zinwentaryzowano 27,8km ulic



Ulica w Krakowie	Długość ulicy [km]	Strefa	Czy ulica wylotowa?
Brodowicza	0,6	I	Nie
Conrada	1,3	I	Tak
Dobrego Pasterza	2,6	I	Nie
Kalwaryjska	1,0	III Strefa Podobszar 3	Nie
Klasztorna	1,7	670m w III Strefa Podobszar 2, pozostała część - Strefa I	Nie
Kobleryńska	4,3	I	Nie
Makuszyńskiego	1,3	I	Nie
Malborska	1,4	I	Nie
Mazowiecka	1,1	I	Nie
Półlanki	4,4	I	Nie
Wadowicka	0,9	I	Tak
Wrocławska	1,6	I	Nie
Zakopiańska	5,6	I	Tak

# Metodologia

1

## Pomiary fotogrametryczne

- Inwentaryzacja w terenie za pomocą immersyjnego systemu mobilnego

2

## Pomiar reklam z obrazów immersyjnych

- Pomiar reklam wolnostojących
- Pomiar reklam na obiektach budowlanych

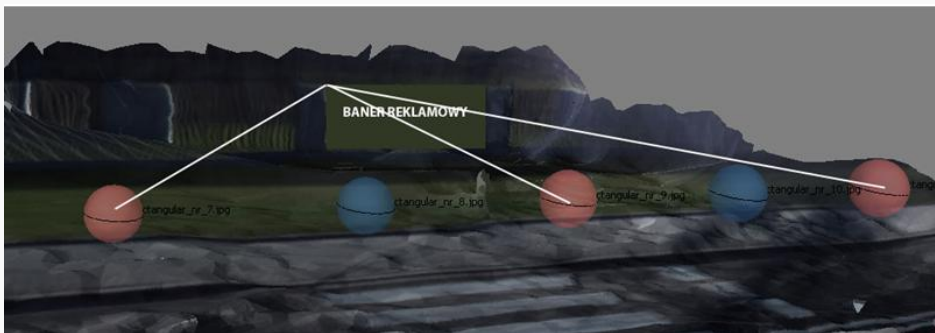
3

## Analizy przestrzenne

- Wyeliminowanie reklam niezgodnych z projektem uchwały RMK
- Analizy przestrzenne dla zgodnych reklam wolnostojących
- Przeprowadzenie analiz pokrycia reklamami dla fasad parteru i fasad budynku



Imersyjny system mobilny zawierający zaawansowane systemy: nawigacyjny, inercyjny i wizyjny



Pomiary fotogrametryczne z obrazów immersyjnych



Przykładowa panorama immersyjna

dr inż. Karol Kwiatek

karol.kwiatek@gmail.com tel. 502 749 791



# Pozyskane atrybuty dla reklam

## Wybrane atrybuty

01

### ID reklamy

- unikalny numer reklamy zawierający skrót literowy ulicy i trzycyfrowy numer reklamy

03

### Rodzaj reklamy

- typ reklamy zgodny z definicjami projektu uchwały RMK

05

### Szyld

- informacja pozwala stwierdzić czy nośnik reklamowy jest szyldem

07

### Szerokość

- szerokość reklamy; wyrażona w m

09

### Wysokość względna

- wysokość względna nośnika reklamowego (wysokość do górnej krawędzi); wyrażona w m

02

### Umiejscowienie reklamy

- wolnostojąca
- na obiekcie budowlanym

04

### Informacja

- dodatkowa informacja tekstowa pozwalająca na jednoznaczną identyfikację nośnika reklamowego

06

### Powierzchnia

- pomierzona powierzchnia reklamy wyrażona w m<sup>2</sup>

08

### Wysokość

- wysokość reklamy; wyrażona w m

10

### Wysokość dolnej krawędzi reklamy

- wysokość umieszczenia dolnej krawędzi nośnika reklamowego; wyrażona w m

# Rodzaje reklam



C044.jpg



C045.jpg



C046.jpg



C047.jpg



C048.jpg



C049.jpg



C050.jpg



C051.jpg



C052.jpg



C053.jpg



C054.jpg



C055.jpg



C056.jpg



C057.jpg



C058.jpg



C059.jpg



C060.jpg



C061.jpg

Wybrane reklamy wolnostojące na ul. Conrada

dr inż. Karol Kwiatek

karol.kwiatek@gmail.com tel. 502 749 791

# Rodzaje reklam



J744.jpg



J745.jpg



J746.jpg



J747.jpg



J748.jpg



J749.jpg



J750.jpg



J751.jpg



J752.jpg



J753.jpg



J754.jpg



J755.jpg



J756.jpg



J757.jpg



J758.jpg



J759.jpg



J760.jpg



J761.jpg

Wybrane reklamy na obiektach budowlanych na ul. Kalwaryjskiej

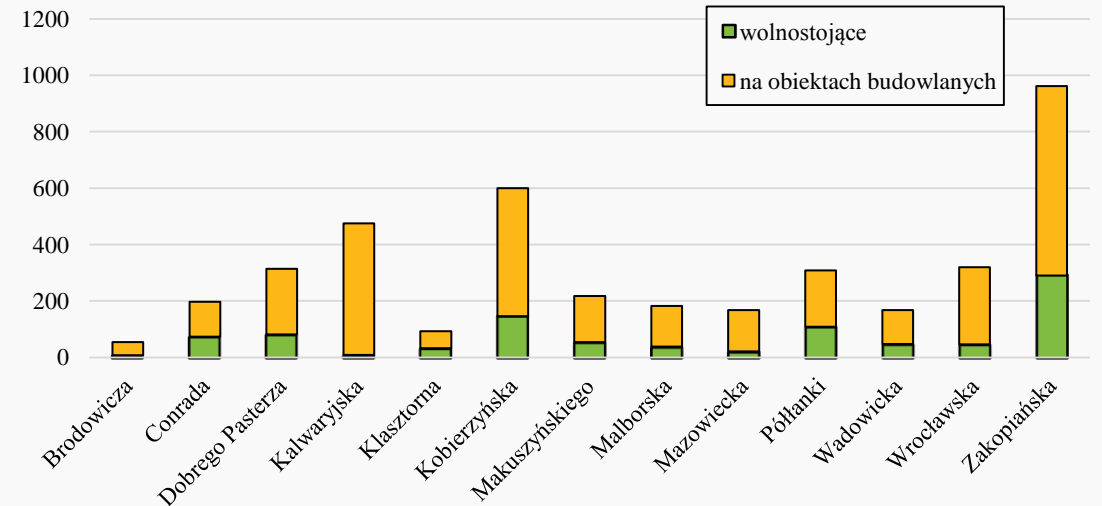
dr inż. Karol Kwiatek

karol.kwiatek@gmail.com tel. 502 749 791

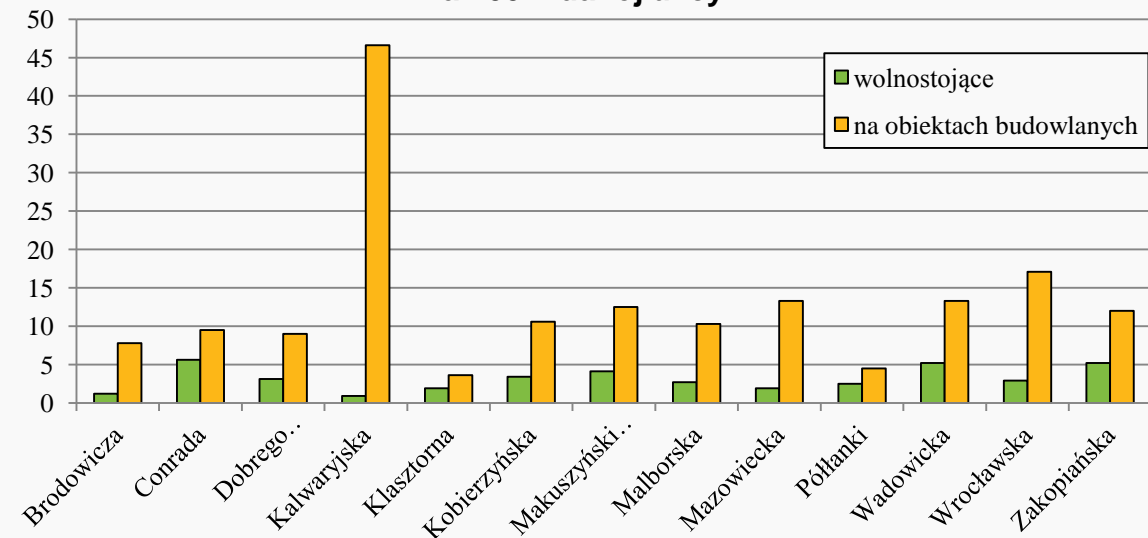
# Opracowanie cyfrowe inwentaryzacji reklam

Ulica w Krakowie (skrót literowy)	Liczba reklam wolnostojących	Liczba reklam na obiektach budowlanych	Długość ulicy [km]	Średnia liczba reklam wolnostojących na 100 m	Średnia liczba reklam na obiektach budowlanych na 100 m
Brodowicza	7	47	0,6	1,2	7,8
Conrada	73	124	1,3	5,6	9,5
Dobrego Pasterza	81	233	2,6	3,1	9,0
Kalwaryjska	9	466	1,0	0,9	<b>46,6</b>
Klasztorna	32	61	1,7	1,9	3,6
Kobierzyńska	146	454	4,3	3,4	10,6
Makuszyńskie go	54	163	1,3	4,1	12,5
Malborska	38	144	1,4	2,7	10,3
Mazowiecka	21	146	1,1	1,9	13,3
Półtánki	109	199	4,4	2,5	4,5
Wadowicka	47	120	0,9	5,2	13,3
Wrocławska	46	273	1,6	2,9	17,1
Zakopiańska	<b>290</b>	<b>672</b>	5,6	<b>5,2</b>	12,0
Suma	<b>953</b>	<b>3102</b>	27,8		
Średnia				3,4	13,1

Liczba reklam na danej ulicy



Zestawienie średnich liczb reklam wolnostojących i na obiektach budowlanych na 100m danej ulicy

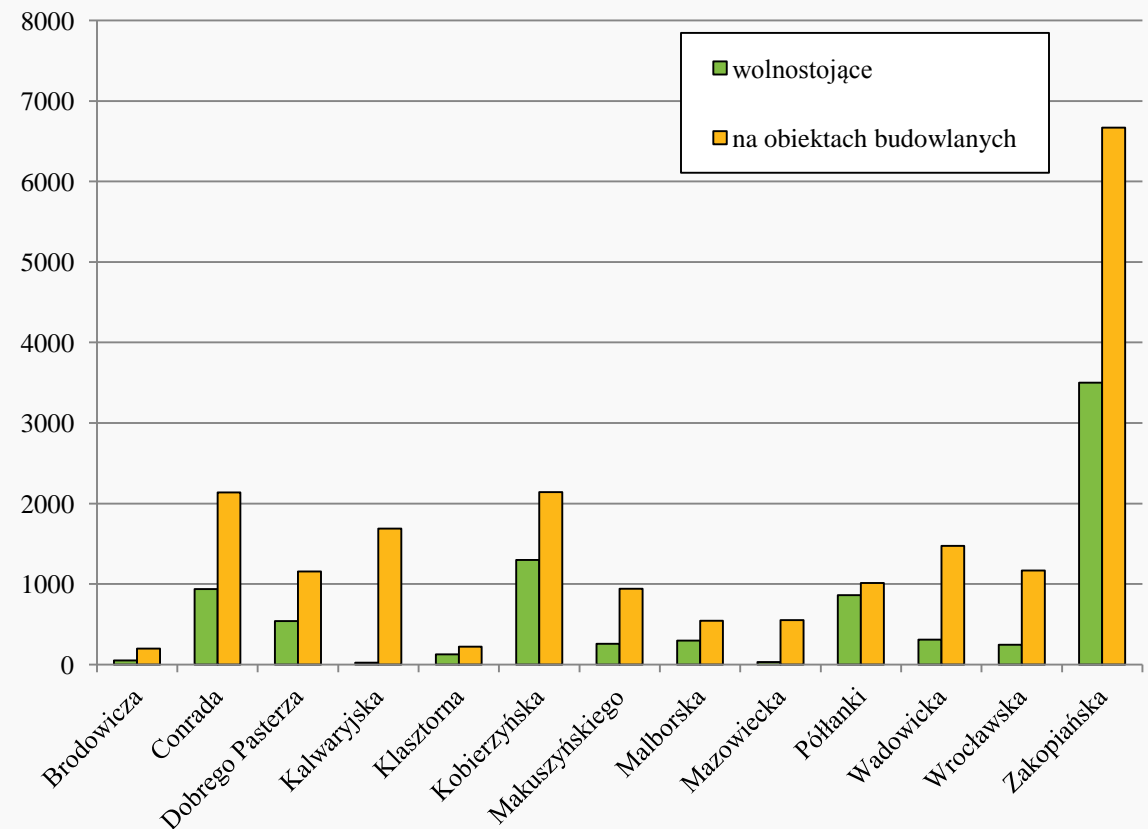




# Opracowanie cyfrowe inwentaryzacji reklam

Ulica w Krakowie	Łączna powierzchnia reklam wolnostojących (bez okrągłaków) [m <sup>2</sup> ]	Liczba okrągłaków	Łączna powierzchnia reklam na obiektach budowlanych [m <sup>2</sup> ]
Brodowicza	49,06	0	197,24
Conrada	935,58	4	2136,46
Dobrego Pasterza	538,98	4	1154,32
Kalwaryjska	24,15	5	1687,07
Klasztorna	126,19	0	220,74
Kobierzyńska	1299,31	9	2140,34
Makuszyńskiego	256,33	0	941,07
Malborska	295,50	0	541,18
Mazowiecka	30,74	12	550,44
Półtangi	859,49	0	1011,43
Wadowicka	306,99	11	1473,57
Wrocławska	244,51	8	1168,24
Zakopiańska	<b>3501,05</b>	5	<b>6668,04</b>
<b>Suma:</b>	<b>8467,88</b>	58	<b>19890,14</b>

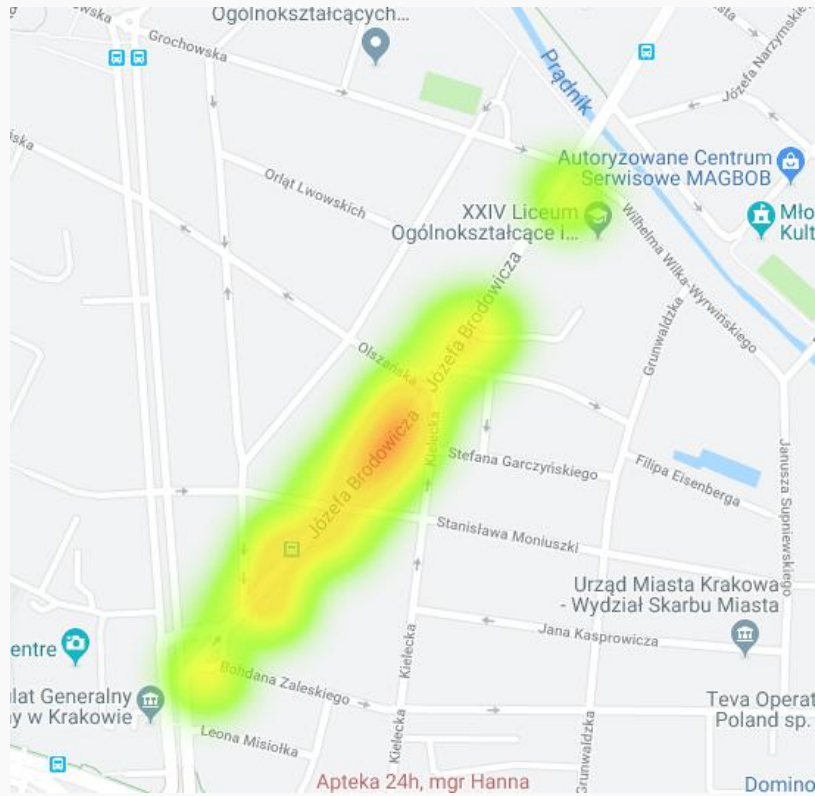
Zestawienie łącznej powierzchni reklam na wybranych ulicach



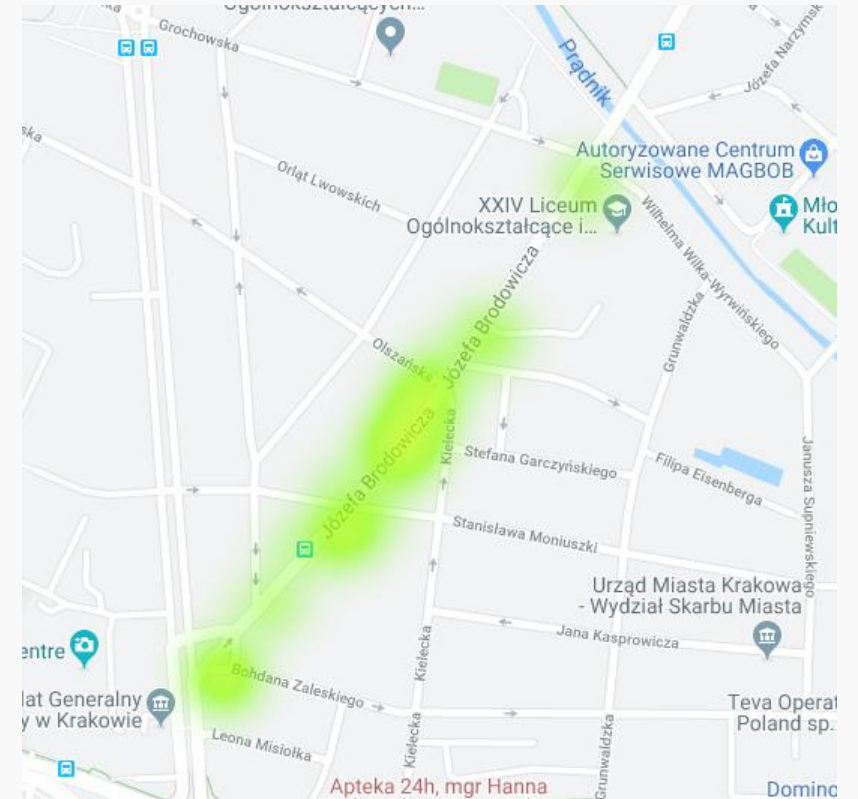
# Opracowanie cyfrowe inwentaryzacji reklam

ul. Brodowicza

Natężenie reklam ze względu na liczbę reklam



Natężenie reklam ze względu na powierzchnię



dr inż. Karol Kwiatek

karol.kwiatek@gmail.com tel. 502 749 791

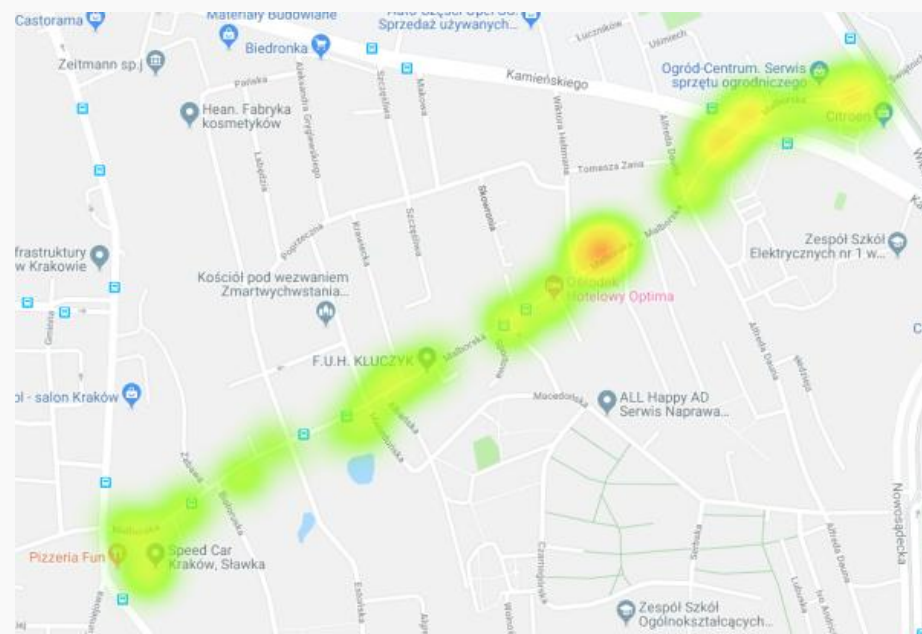
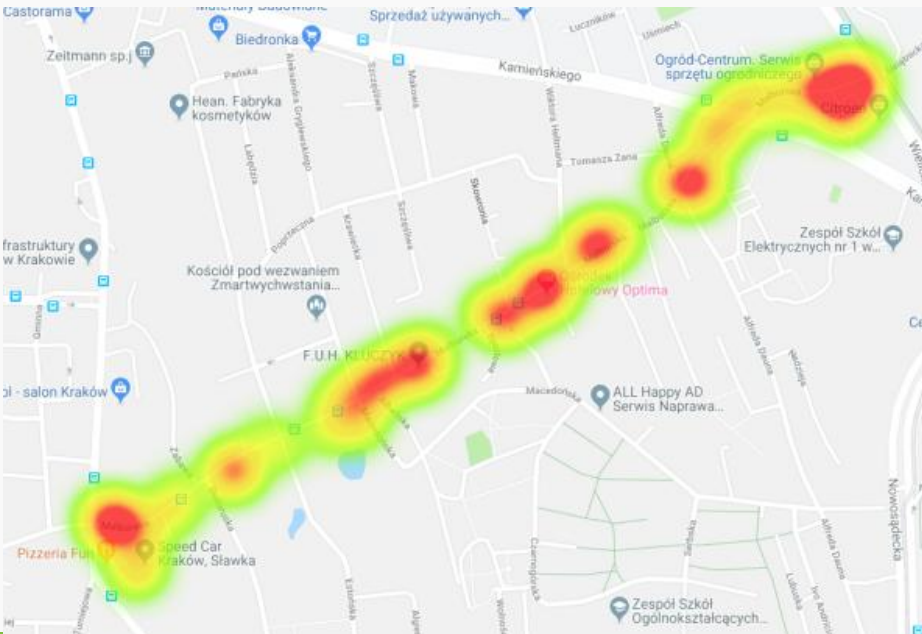
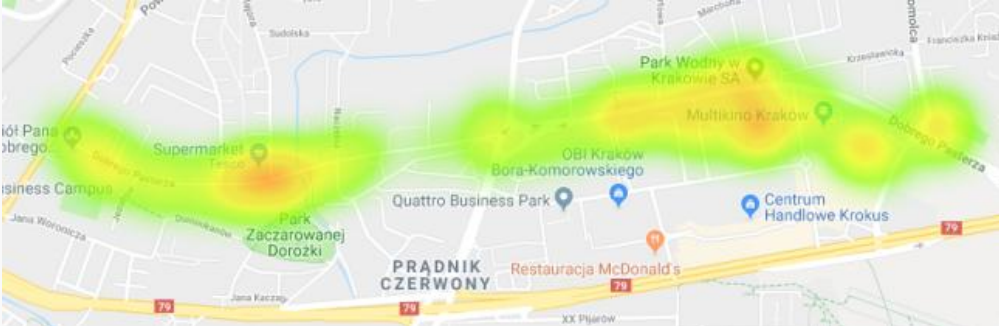
# Opracowanie cyfrowe inwentaryzacji reklam

ul. Dobrego Pasterza i Malborska

Natężenie reklam ze względu na liczbę reklam



Natężenie reklam ze względu na powierzchnię

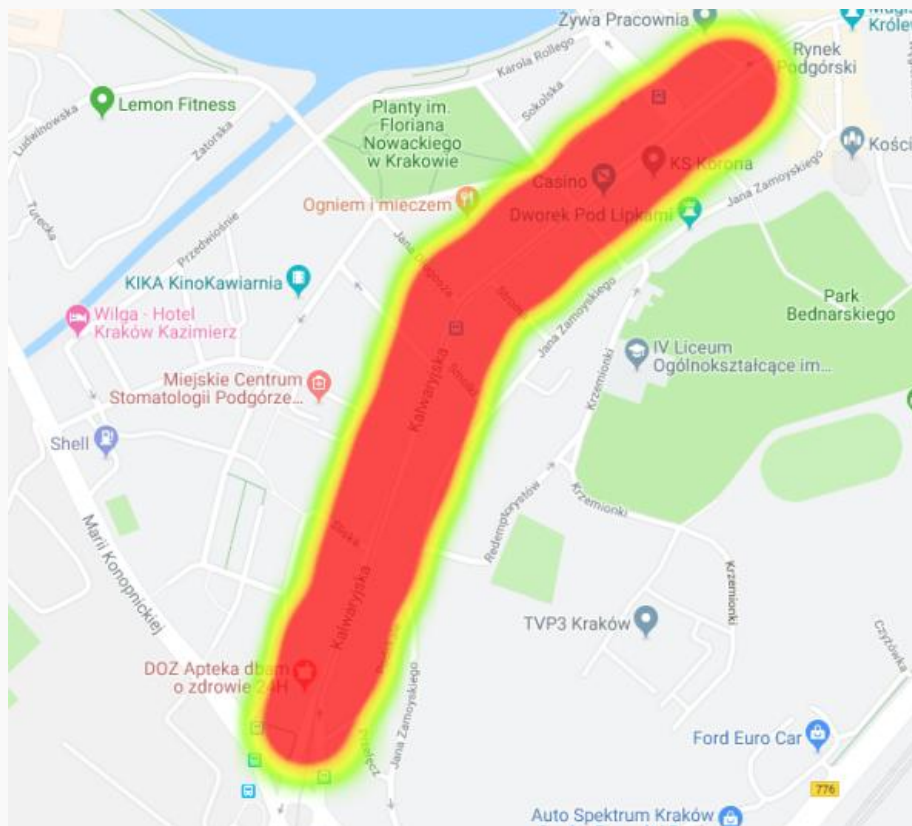




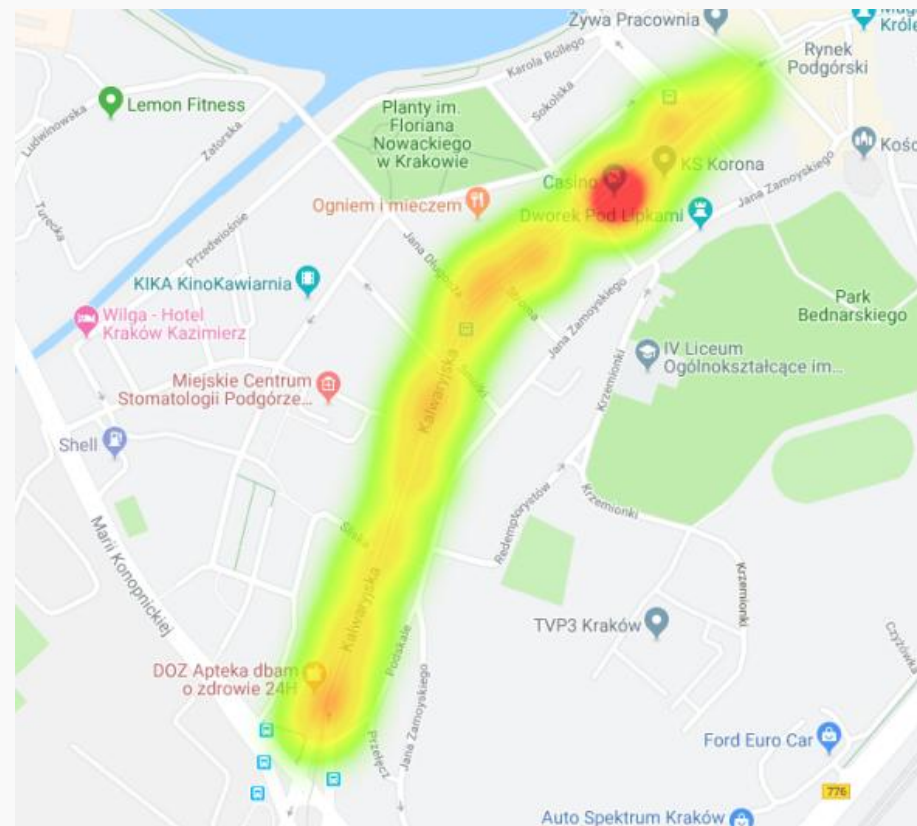
# Opracowanie cyfrowe inwentaryzacji reklam

ul. Kalwaryjska

Natężenie reklam ze względu na liczbę reklam



Natężenie reklam ze względu na powierzchnię



dr inż. Karol Kwiatek

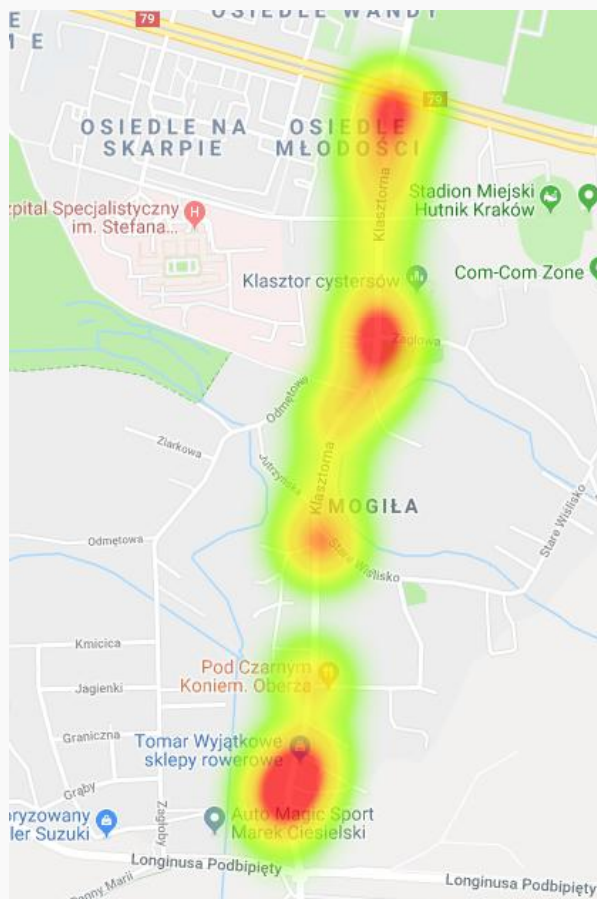
karol.kwiatek@gmail.com tel. 502 749 791



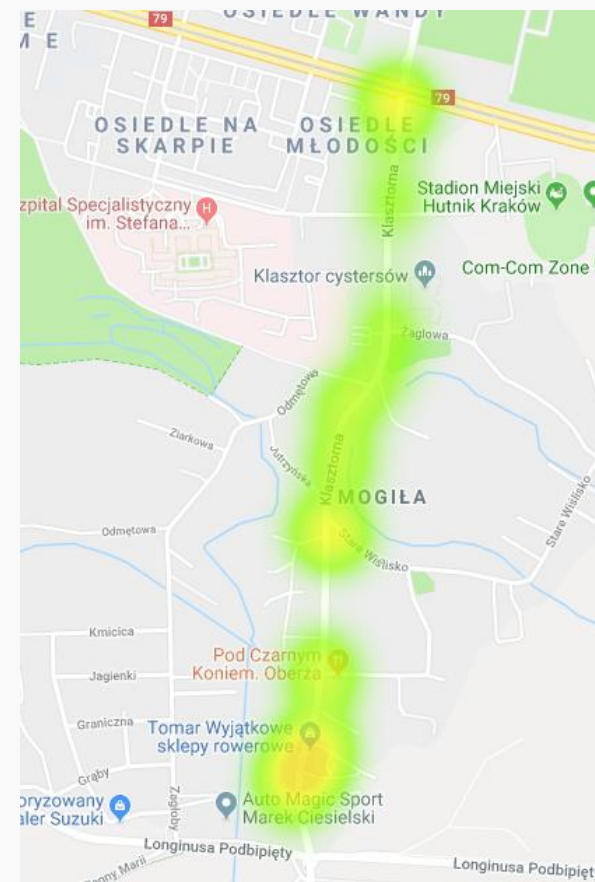
# Opracowanie cyfrowe inwentaryzacji reklam

ul. Klasztorna

Natężenie reklam ze względu na liczbę reklam



Natężenie reklam ze względu na powierzchnię



dr inż. Karol Kwiatek

karol.kwiatek@gmail.com tel. 502 749 791

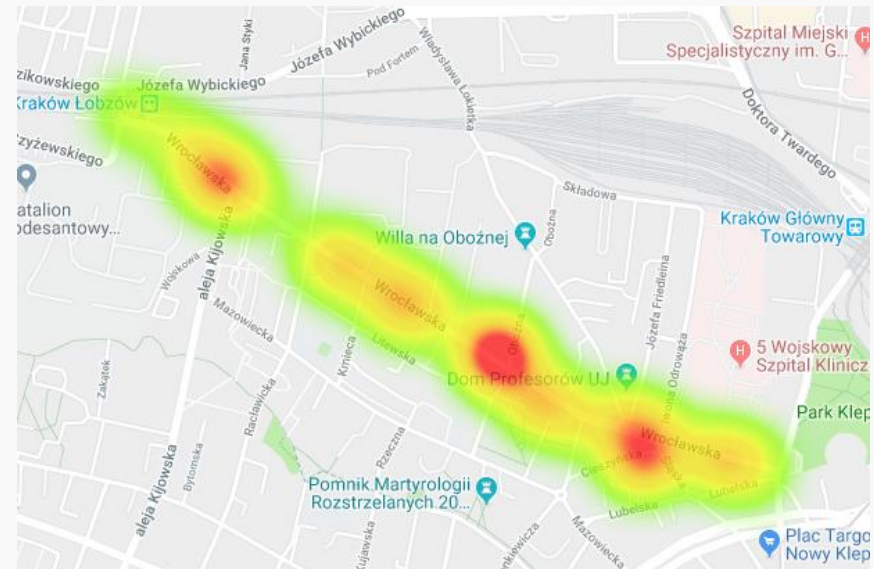
# Opracowanie cyfrowe inwentaryzacji reklam

ul. Wrocławska

Natężenie reklam ze względu na liczbę reklam



Natężenie reklam ze względu na powierzchnię



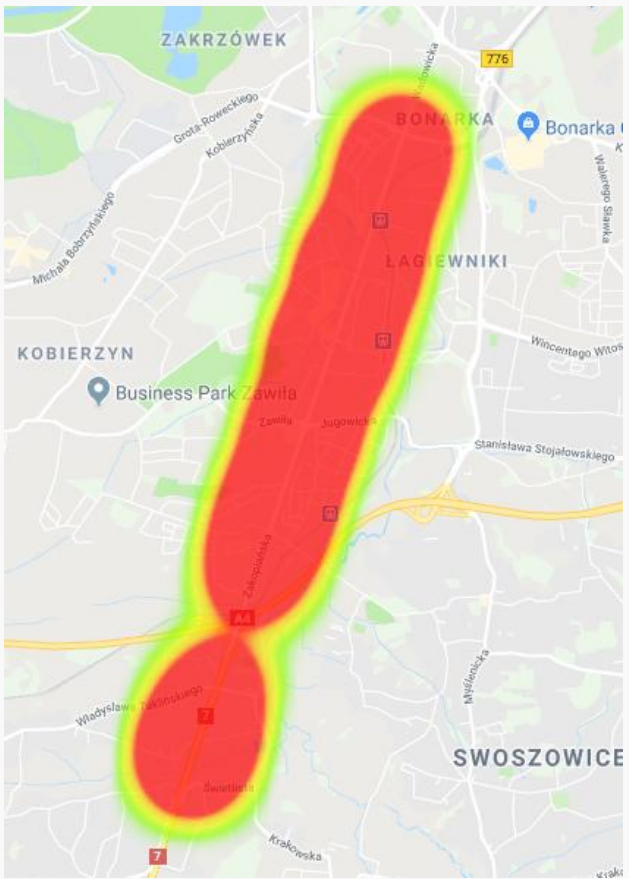
dr inż. Karol Kwiatek

karol.kwiatek@gmail.com tel. 502 749 791

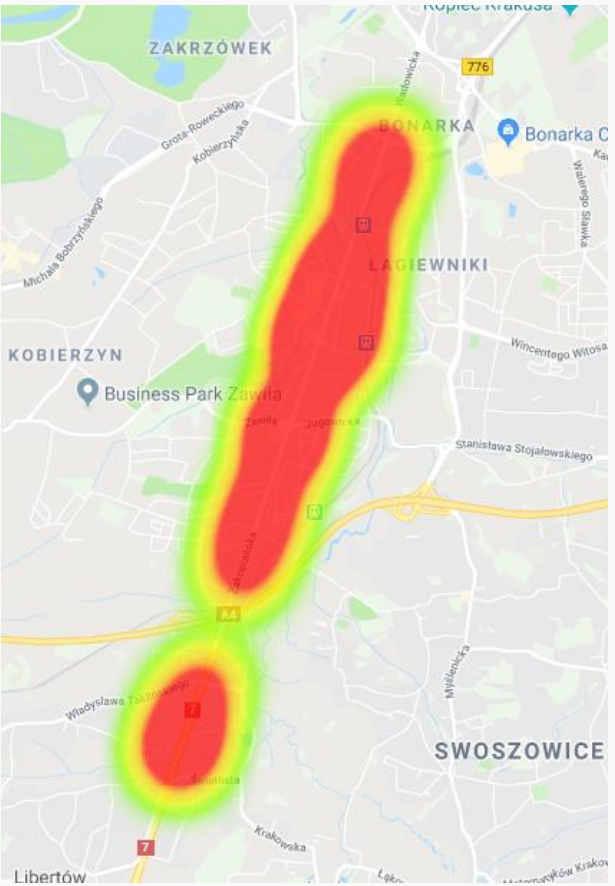
# Opracowanie cyfrowe inwentaryzacji reklam

ul. Zakopiańska

Natężenie reklam ze względu na liczbę reklam



Natężenie reklam ze względu na powierzchnię





# Analizy przestrzenne

Eliminowanie reklam niezgodnych z projektem uchwały RMK



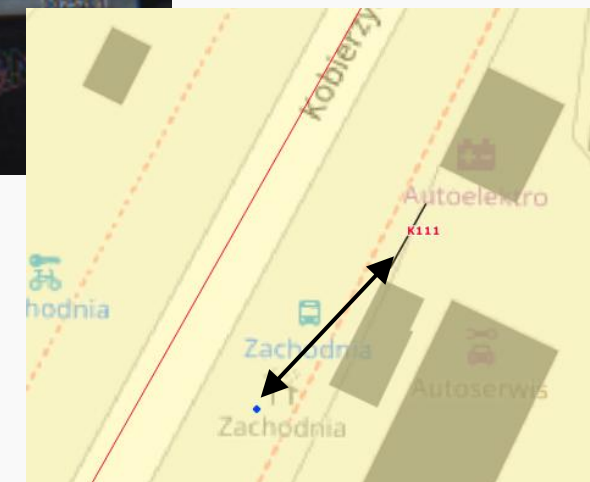
**W581** – poza poziomem parteru



**K111** – odległość od wiaty przystankowej mniejsza niż 15m



**P009** – odległość dolnej krawędzi billboardu od ziemi poniżej 3m



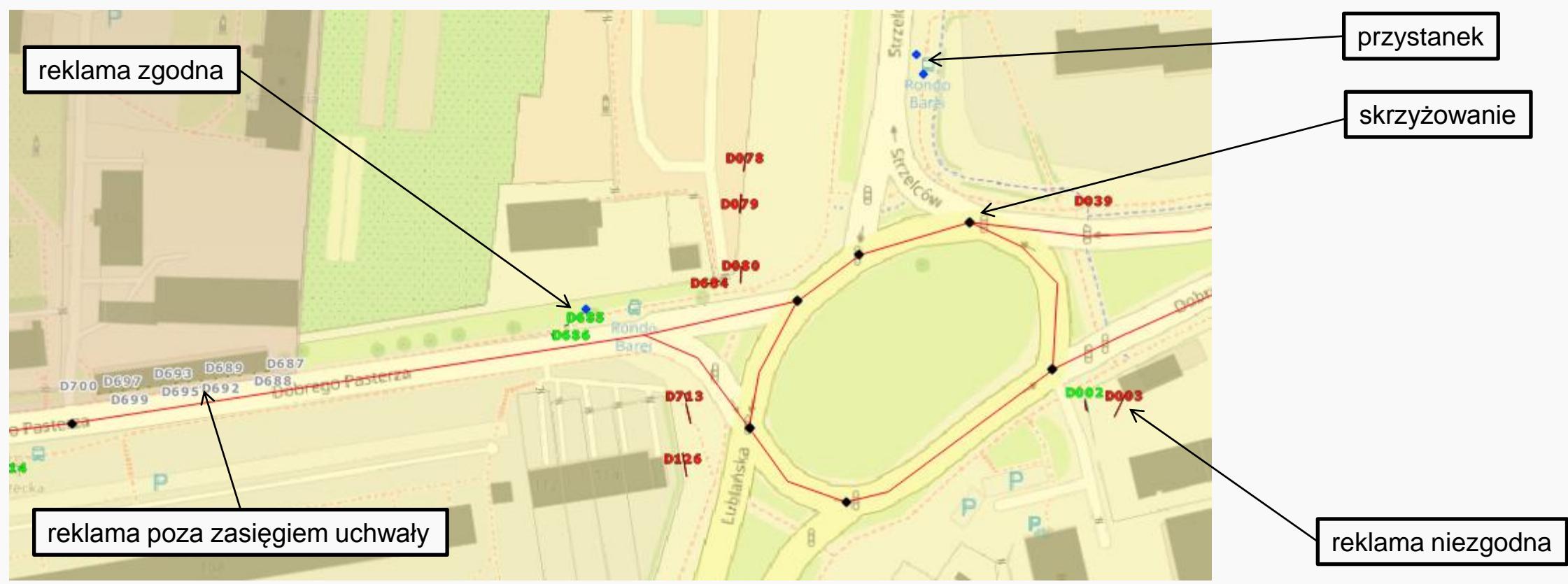


# Analizy przestrzenne

**zgodna** – oznaczenie w wizualizacjach na zielono

**niezgodna** – oznaczenie w wizualizacjach na czerwono

**poza zasięgiem uchwały** – oznaczenie w wizualizacjach na szaro



Fragment ulicy Dobrego Pasterza





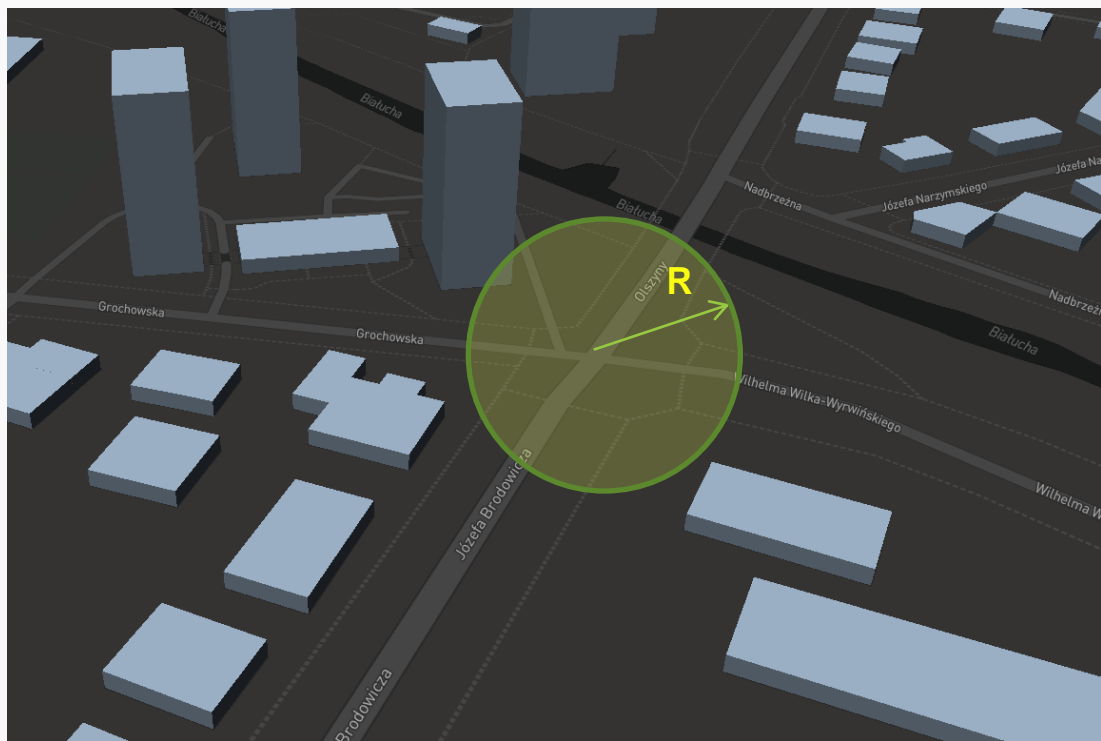


# Zgodność reklam

Zgodność reklam	Liczba reklam wolnostojących	Liczba reklam na obiektach budowlanych	Suma reklam
<b>Wszystkie reklamy</b>	<b>953 (100%)</b>	<b>3102 (100%)</b>	<b>4055 (100%)</b>
<b>Reklamy zgodne</b>	286 (30%)	177 (5%)	463 <b>(11%)</b>
<b>Reklamy niezgodne</b>	657 (69%)	2901 (94%)	3558 <b>(88%)</b>
Reklamy poza zasięgiem uchwały	10 (1%)	24 (1%)	34 (1%)

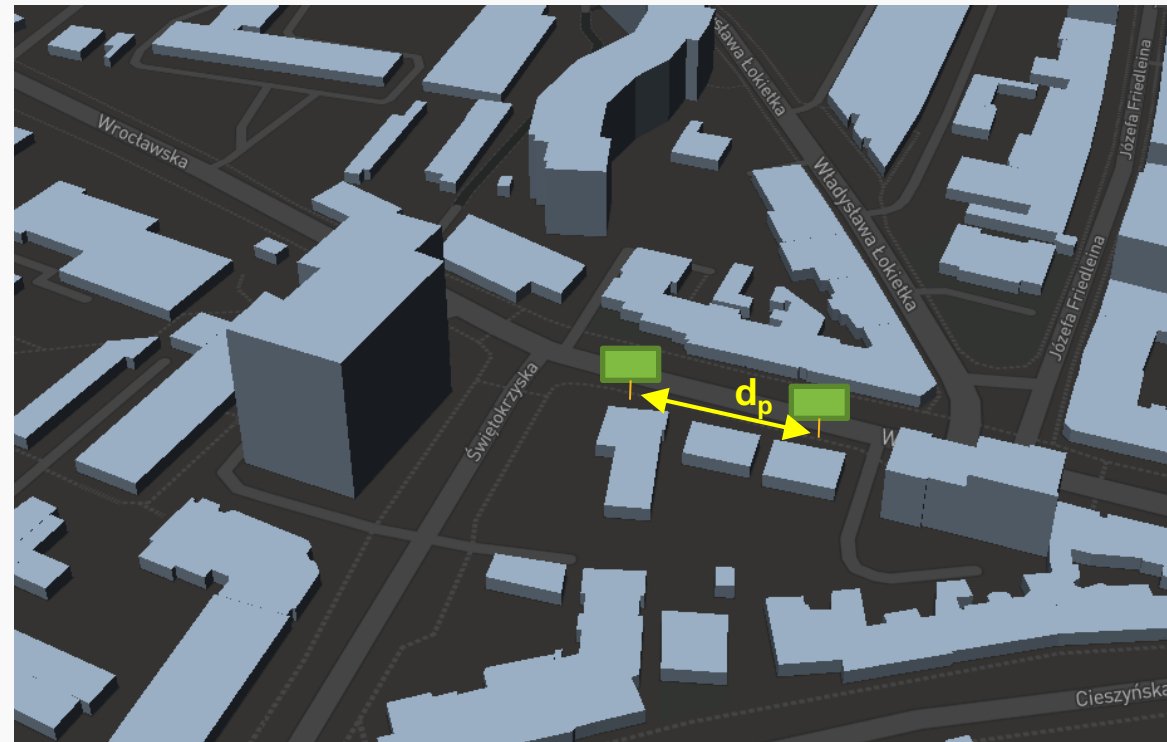


# Analizy przestrzenne dla zgodnych reklam wolnostojących



Odległość od przecięcia osi skrzyżowania (**R**)

**R**=100m  
**R**=50m

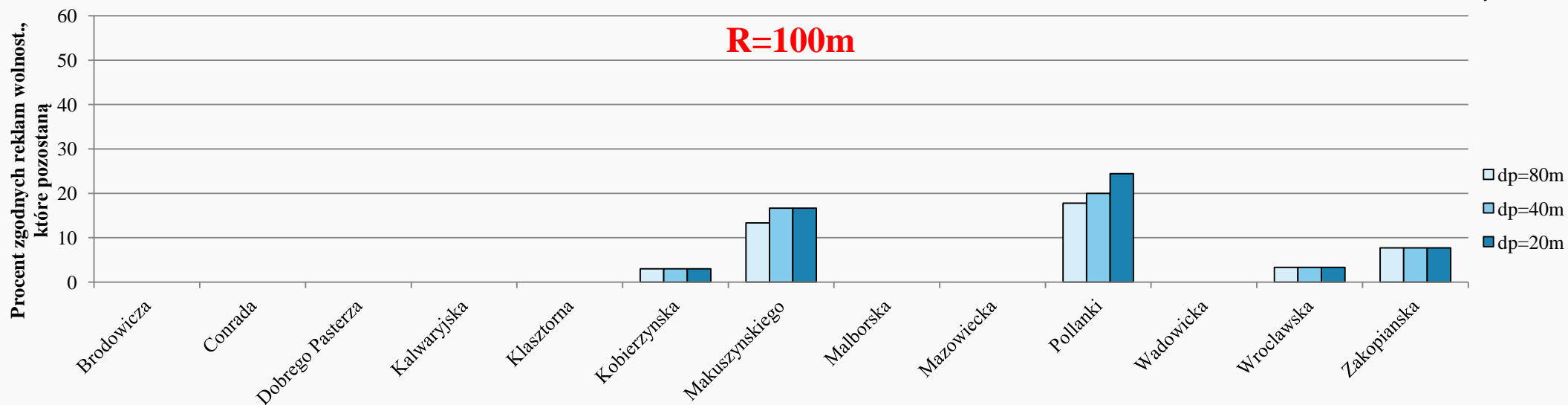


Odległość pomiędzy innymi tablicami wolnostojącymi oraz innymi urządzeniami wolnostojącymi (**d<sub>p</sub>**)

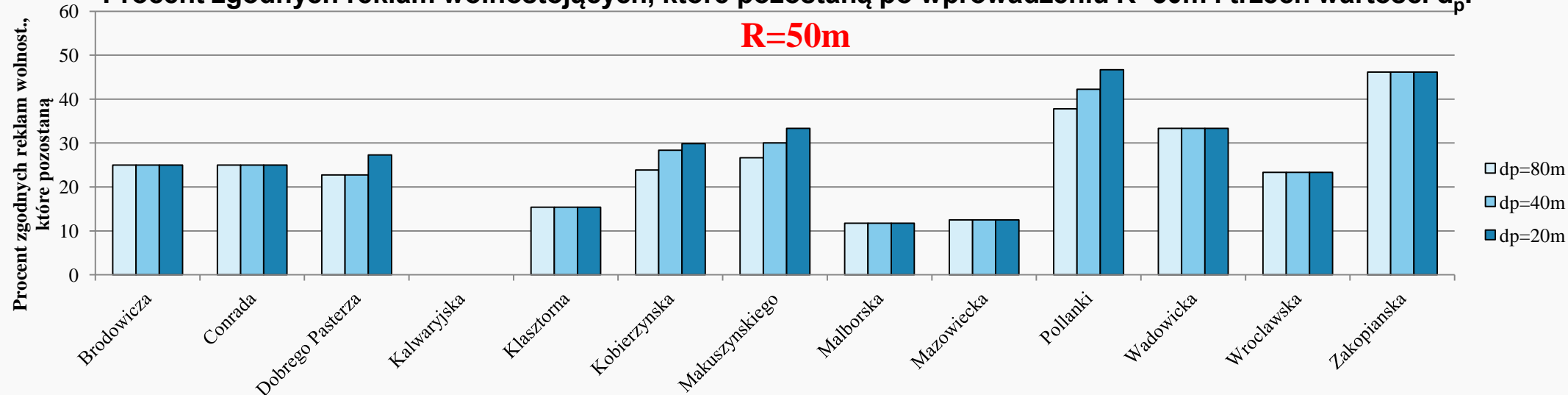
**d<sub>p</sub>**=80m  
**d<sub>p</sub>**=40m  
**d<sub>p</sub>**=20m

# Analizy przestrzenne dla zgodnych reklam wolnostojących

Procent zgodnych reklam wolnostojących, które pozostaną po wprowadzeniu  $R=100m$  i trzech wartości  $d_p$ .



Procent zgodnych reklam wolnostojących, które pozostaną po wprowadzeniu  $R=50m$  i trzech wartości  $d_p$ .



# Analizy przestrzenne pokrycia reklamami dla fasad parteru i fasad budynku

Ulica w Krakowie (skrót literowy)	Liczba <u>fasad budynków</u> , na których znajdują się nośniki reklamowe	Liczba <u>fasad parteru</u> , na których znajdują się reklamy na obiektach budowlanych	Średnia wartość wyrażona w procentach zajętości reklam <u>na fasadzie parteru</u> [%]	Liczba reklam na <u>fasadzie parteru zgodnych</u> z projektem uchwały	Liczba reklam na <u>fasadzie parteru niezgodnych</u> z projektem uchwały	Liczba reklam <u>zgodnych</u> z projektem uchwały	Liczba reklam <u>niezgodnych</u> z projektem uchwały
Brodowicza	17	13	23,6	8	5	8	39
Conrada	38	1	22,0	1	0	1	123
Dobrego Pasterza	57	15	10,5	14	1	14	219
Kalwaryjska	88	<b>70</b>	16,1	<b>37</b>	<b>33</b>	37	429
Klasztorna	14	0	0,0	0	0	0	61
Kobierzyńska	83	23	<b>27,1</b>	17	6	17	437
Makuszyńskiego	24	12	17,7	9	3	9	154
Malborska	38	12	12,0	11	1	11	133
Mazowiecka	50	27	14,6	22	5	22	124
Półtangi	29	2	7,1	2	0	2	197
Wadowicka	19	5	23,5	3	2	3	117
Wrocławska	59	37	12,1	34	3	34	239
Zakopiańska	<b>156</b>	28	22,2	19	9	19	629
<b>Suma</b>	<b>672</b>	<b>245</b>		<b>177</b>	<b>68</b>	<b>177</b>	<b>2901</b>
<b>Średnia</b>	52	<b>19</b>	<b>16,0</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	14	225



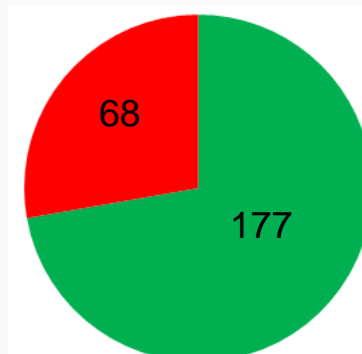
Fasada budynku



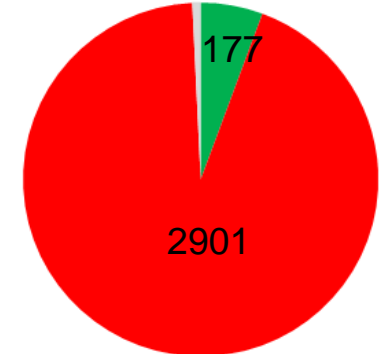
Fasada parteru



Reklama umieszczona na fasadzie parteru



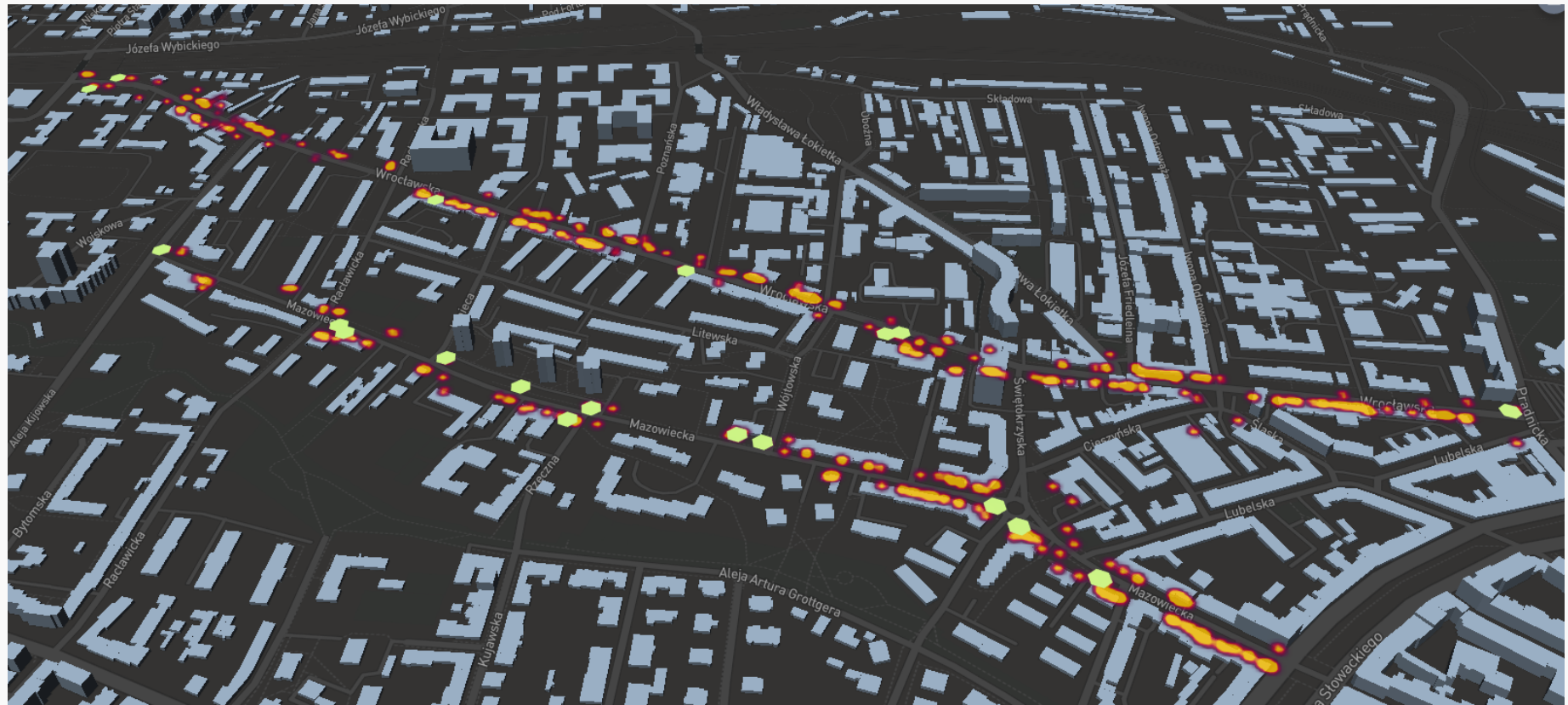
Liczba reklam na fasadzie parteru



Liczba reklam na ob. bud.



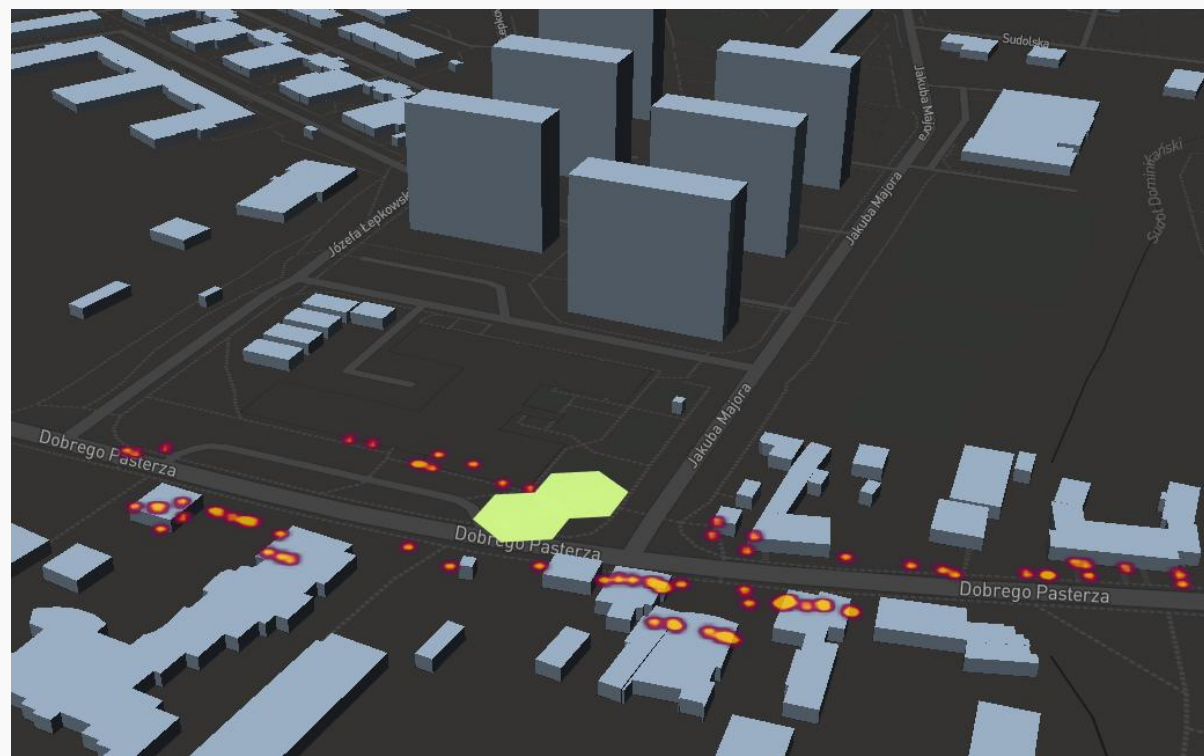
# Wizualizacja



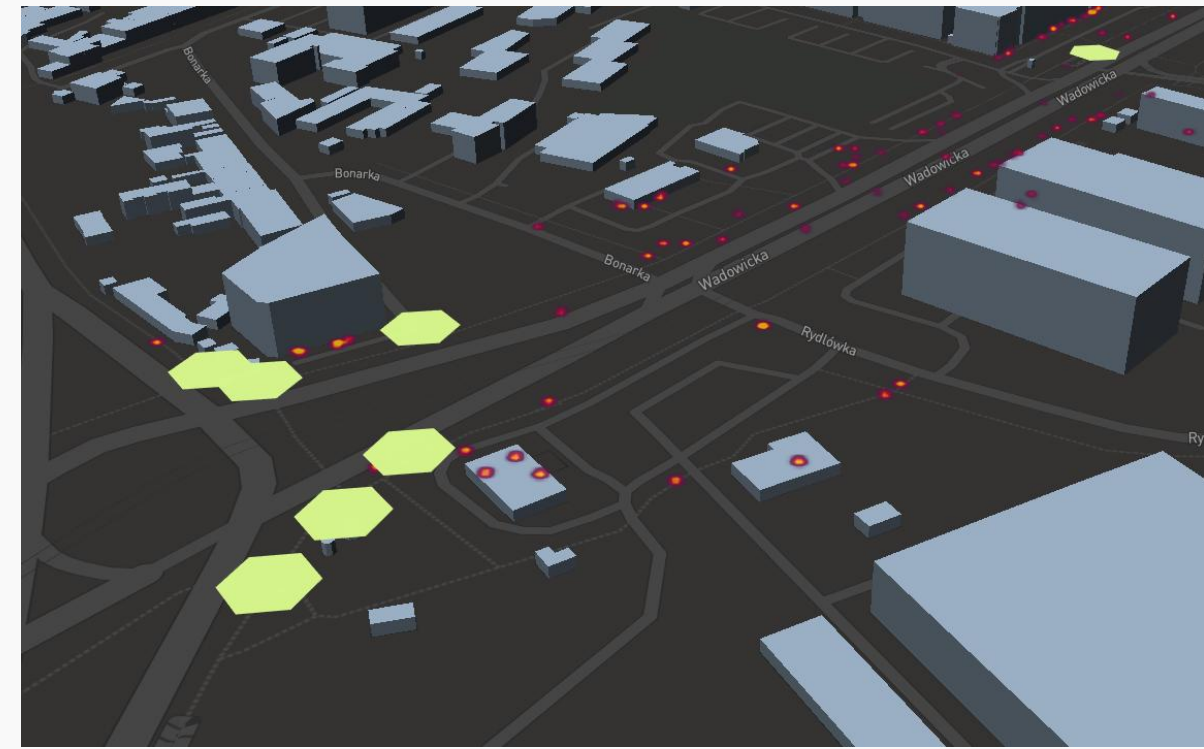
Natężenie reklam i okraglaków na ul. Kalwaryjskiej

Natężenie reklam i okraglaków na ul. Mazowieckiej i Wrocławskiej

# Wizualizacja



Natężenie reklam i okrągłaków na ul. Dobrego Pasterza – wybrany fragment



Natężenie reklam i okrągłaków na ul. Wadowickiej – wybrany fragment



# Wizualizacja



Fragment ulicy Dobrego Pasterza



## Informacje kontaktowe:

[Karol.Kwiatk@gmail.com](mailto:Karol.Kwiatk@gmail.com)

[www.kwiatk.krakow.pl](http://www.kwiatk.krakow.pl)

[www.kwiatk.krakow.pl/projekty/pomiar-chaosu-reklamowego/](http://www.kwiatk.krakow.pl/projekty/pomiar-chaosu-reklamowego/)

