

## PRZEWODNIK

---

# ZASADY UMIESZCZANIA I WYKONYWANIA NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ I REKLAM

NA OBIEKTACH I W OBSZARACH OBJĘTYCH OCHRONĄ KONSERWATORSKĄ

---



Anna Fortuna-Marek  
Bogusław Szmygin

PRZEWODNIK

---

# ZASADY UMIESZCZANIA I WYKONYWANIA NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ I REKLAM

NA OBIEKTACH I W OBSZARACH OBJĘTYCH OCHRONĄ KONSERWATORSKĄ

---



# SPIS TREŚCI

---

I.	Uwagi wprowadzające.	5
II.	Uregulowania prawne dotyczące zewnętrznych nośników informacji wizualnej.	8
III.	Zasady dotyczące zewnętrznych nośników informacji wizualnej na budynkach i w obszarach podlegających ochronie konserwatorskiej.	13
IV.	Zewnętrzne nośniki informacji wizualnej – dobre i złe przykłady.	22
1.	Szyldy i gabloty (firm, instytucji, organizacji, usług, itd.).	23
2.	Szyldy semaforowe.	27
3.	Napisy i znaki graficzne.	30
4.	Witryny, drzwi, okna wystawowe.	32
5.	Elementy wolnostojące.	36
6.	Banery i osłony.	39
V.	Procedury i przepisy dotyczące umieszczania zewnętrznych nośników informacji wizualnej w Lublinie.	43
1.	Wprowadzenie.	43
2.	Cele przewodnika.	45
3.	Definicje prawne reklamy.	45
4.	Wybrane akty prawne regulujące sprawy reklamy w przestrzeni publicznej.	45
5.	Definicje i określenia użyte w przewodniku.	47
6.	Informacje dotyczące wniosku.	48
7.	Druki.	49



# I. UWAGI WPROWADZAJĄCE

---

*„Zasady wykonywania nośników informacji wizualnej i reklam” – to rodzaj przewodnika, który ma pomóc w przygotowywaniu tzw. zewnętrznych nośników informacji wizualnej na obiektach i w obszarach objętych ochroną konserwatorską.*

---

## I. UWAGI WPROWADZAJĄCE

---

Zewnętrznymi nośnikami informacji wizualnej są nazywane szyldy, napisy, loga, witryny, „potykaczki”, banery, osłony, itp., czyli wszelkiego rodzaju elementy służące przekazywaniu informacji i reklam na budynkach i w przestrzeni miejskiej.

Celem przewodnika jest przedstawienie zasad, które z punktu widzenia konserwatorskiego powinny obowiązywać nośniki informacji wizualnej. Zasady są zilustrowane pozytywnymi i negatywnymi przykładami, które zostały zebrane na obszarach chronionych w Polsce i za granicą.

Przewodnik jest skierowany do kilku grup odbiorców. Przede wszystkim ma dostarczyć informacji i przykładów osobom, które bezpośrednio zamawiają informacje i reklamy. Zarządcy i właściciele sklepów, lokali gastronomicznych, zakładów usługowych mają decydujący wpływ na nośniki informacji, które zamawiają dla swoich firm. Odpowiednie ukształtowanie ich wyobrażeń i pokazanie obowiązujących standardów ma więc kluczowe znaczenie.

Drugą grupą odbiorców są osoby, które odpowiadają lub mają wpływ na działania podejmowane

na obszarach chronionych. Są to przede wszystkim służby konserwatorskie oraz samorządowe. Konsekwentne i spójne utrzymywanie podobnych standardów przez wszystkie służby niewątpliwie ma wpływ na ład informacyjny na obszarach chronionych.

Trzecią grupą odbiorców powinny być osoby wykonujące tego typu informacje i reklamy. Uświadamiając im ograniczenia i wymagania jakie obowiązują w obszarach chronionych przez konserwatorów tworzy się możliwość pewnej współpracy również z ich strony.

Przewodnik ma więc mieć charakter praktyczny, co określa jego treść i strukturę. Poradnik rozpoczyna uwagi dotyczące zasadności wprowadzania regulacji w zakresie zewnętrznych nośników informacji wizualnej. W drugiej zostały przedstawione prawne podstawy pozwalające regulować i kontrolować nośniki informacji na obszarach chronionych. W części trzeciej zebrane zostały generalne zasady, które powinny obowiązywać przy wykonywaniu i umieszczaniu nośników informacji. Część czwarta zawiera szczegółowe zasady dotyczące

poszczególnych rodzajów nośników informacji. Wszystkie zasady przedstawione w części trzeciej i czwartej są zilustrowane wieloma pozytywnymi i negatywnymi przykładami. W części piątej są przedstawione zapisy prawa lokalnego oraz formularze, które obowiązują w Lublinie. W sumie Przewodnik zawiera więc materiały, które całościowo przedstawiają kwestie stosowania wizualnych nośników informacji na obszarach chronionych.



Wszystkie zewnętrzne nośniki informacji wizualnej – szyldy, napisy, loga, witryny, „potykacze”, banery, osłony, flagi – służą informacji i reklamie. To ich podstawowa funkcja, która zarazem pozwala traktować je jako pewną całość, niezależnie od wielu dzielących je różnic. Drugą ich wspólną cechą jest to, że z reguły są elementem dodanym do budynku lub przestrzeni, które wcześniej zaplanowano lub ukształtowały się jako pewne całości. To zaś w praktyce oznacza materialną, kompozycyjną, funkcjonalną czy estetyczną ingerencję w istniejące budynki i przestrzeń. Jest to oczywiście źródłem niejasności i problemów. Dlatego potrzebne jest określenie zasad, które powinny spełniać tego rodzaju nośniki.

Szczególnie wiele problemów pojawia się w obiektach i na obszarach objętych ochroną konserwatorską. Taką ochroną są obejmowane dobra, które reprezentują wartości zabytkowe. Zachowanie tych wartości jest na tyle ważne z punktu widzenia interesu publicznego – co jednoznacznie podkreśla Ustawa o ochronie i opiece nad zabytkami, że zabytkowe dobra i obszary zyskują specjalny status. Polega on na wprowadzeniu istotnych ograniczeń w prawie dysponowania zabytkową własnością, nad którą dodatkową kontrolę zyskują służby konserwatorskie. Jej celem jest zapewnienie ochrony dobra, poprzez ograniczenie jego przekształceń i wszelkich współczesnych ingerencji.

W obiektach i na obszarach zabytkowych ograniczenie przekształceń i współczesnych ingerencji ma wiele form. Przede wszystkim ogranicza się nowe

inwestycje, a te które powstają powinny harmonizować z historycznym otoczeniem.

Na obszarach chronionych ogranicza się również komunikację, wjazd, parkowanie i wiele innych funkcji. W bardzo istotnym stopniu ogranicza się też możliwości przekształcania historycznych budynków – ich wnętrz, funkcji, bryły, elewacji. Szczególnie ważne są właśnie elewacje, które chroni się kontrolując przekształcenia wszystkich elementów. Ważny jest detal architektoniczny, materiały, kolorystyka, kompozycja, otwory, stolarka, itd. Dlatego wymiana lub dodanie jakiegokolwiek nowego elementu musi być dokonane z rozmysłem i uzgodnione z konserwatorem. Ten zaś kieruje się przede wszystkim ochroną wartości zabytkowych.

W tych warunkach oczywiście zewnętrzne nośniki informacji wizualnej muszą być poddane szczególnej kontroli, gdyż są współczesną ingerencją w historycznie ukształtowaną formę. Tak więc ochrona konserwatorska obiektów i obszarów chronionych polega również na określaniu zasad i kontroli umieszczanych tam informacji i reklam. Takie jest prawo i obowiązek służb konserwatorskich.

Kontrola nośników informacji wizualnej nie obejmuje jednak tylko obszarów chronionych przez konserwatorów. Budynki i przestrzeń, które współcześnie projektują architekci i urbanisci również stanowią pewną całość i wartość. W profesjonalnie opracowanych projektach, każdy element jest starannie dobrany i ma znaczenie dla odbioru dzieła – dotyczy to bryły, proporcji, detali, materiałów, kolorów, zieleni, infrastruktury. Wszystko jest ważne. Dlatego w tak zaprojektowanej przestrzeni bardzo ogranicza się lub nawet całkowicie rezygnuje z dodawania informacji i reklam. Uznaje się, że ich nośniki obniżają estetykę, zaburzają harmonię, wprowadzają tandetniejsze formy i materiały, zasłaniają widoki, niszczą specyficzną atmosferę (problem ten podnosił w Paryżu już Le Corbusier). Dlatego też na bardzo wielu współczesnych budynkach, których właściciele nie kierują się tylko najprościej rozumianym zyskiem, po prostu nie wieszają dodatkowych informacji i reklam. Podobnie jest w wielu nowych zespołach urbanistycznych. Można przy tym dostrzec prostą zależność, że im lepszej jakości architektura i przestrzeń, tym mniej dodawanych reklam i informacji. Natomiast największa swoboda w tym względzie jest tam, gdzie jest bied-

nie i brzydko. Tak więc zarówno z punktu widzenia wartości zabytkowych, jak i z punktu widzenia wartości współczesnej zabudowy są argumenty, by określać zasady umieszczania i kontrolować zewnętrzne nośniki informacji wizualnej. I coraz więcej miast na całym świecie robi to skutecznie (np. Barcelona), a podobne działania rozpoczęły się w polskich miastach (np. Kraków).

Oczywiście informacji i reklam – a więc również zewnętrznych nośników informacji wizualnej, nie można wyeliminować z przestrzeni chronionej restauracji, biura, zakłady usługowe, instytucje kultury, itd. Właściciele, użytkownicy, turyści, lokalne społeczności potrzebują tych funkcji, stanowią też one ekonomiczną podstawę utrzymania historycznych obiektów. A każdy podmiot informuje o swoich usługach, wiele z nich chce się reklamować, a z kolei ich klienci potrzebują informacji by je odnaleźć. To oznacza, że informacja i reklama są potrzebne na obszarach chronionych. Ustalenia wymagają więc tylko zasady, które powinny obowiązywać nośniki informacji. Ich celem jest zapewnienie równowagi pomiędzy potrzebą umieszczania informacji na historycznych budynkach a wymaganiami ochrony wartości zabytkowych.

Warto też dodać, że pewne informacje i reklamy mogą wspomagać i stanowić wręcz dodatkowy element ochrony dziedzictwa. Można tak traktować na przykład informacje i reklamy, które są replikami, albo nawet tylko stylizacjami nawiązującymi do form historycznych. Współtworzą one historyczny klimat staromiejskich obszarów – w pewnych sytuacjach mogą być wręcz formą ochrony dziedzictwa niematerialnego.

Zasady dotyczące informacji i reklam sformułowane w niniejszym Przewodniku mają na uwadze przede wszystkim ochronę wartości zabytkowych. Mają być wsparciem działań konserwatorskich. Nie obejmują więc rozległej problematyki związanej z informacją i reklamą postrzeganymi z punktu widzenia podmiotów, które je umieszczają w przestrzeni historycznej. Czytelność, atrakcyjność czy skuteczność reklamy to są problemy tu nie poruszane. Warto jednak podkreślić, że na obszarach staromiejskich koncentrują się podmioty i usługi o podobnym charakterze. W sposób naturalny konkurują więc ze sobą o tych samych klientów.

Dlatego bacznie obserwują swoje poczynania i reagują na nie. W konsekwencji zwiększanie wielkości, krzykliwości, udziwnianie formy reklam, jest działaniem powodującym reakcję. Prowadzi do swoistej eskalacji aktywności reklamowej, natomiast nie zapewnia oczekiwanej przewagi. Efektem dla przedsiębiorców jest podnoszenie kosztów reklam, natomiast przestrzeń miejska jest coraz bardziej zaślania i zaśmiecana coraz większymi, dziwniejszymi i agresywnymi formami. Dlatego ograniczenie swobody i kontrola umieszczania informacji oraz reklam na obszarach chronionych wcale nie oznacza pogorszenia sytuacji przedsiębiorców. Obserwacje pozwalają stwierdzić wręcz przeciwnie zjawisko; miejsca historyczne zachowujące wartości zabytkowe – a więc skutecznie chronione konserwatorsko, są bardzo cenną lokalizacją wielu rodzajów usług.

## II. UREGULOWANIA PRAWNE

---

### II. UREGULOWANIA PRAWNE DOTYCZĄCE ZEWNĘTRZNYCH NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ

---

Obowiązujące w całej Polsce prawne regulacje dotyczące zewnętrznych nośników informacji wizualnej są sformułowane z kilku aktów prawnych. Są to przede wszystkim:

- *Ustawa z dnia 23 lipca 2003 roku o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (tekst jednolity – Dz.U. 2014 r., poz. 1446),*
- *Ustawa z dnia 21 marca 1985 roku o drogach publicznych (tekst jednolity – Dz.U. 2013 r., poz. 260),*
- *Ustawa z dnia 7 lipca 1994 roku Prawo budowlane (tekst jednolity – Dz.U. 2013 r., poz. 1409) oraz*
- *Ustawa z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tekst jednolity – Dz.U. 2012 r., poz. 647).*

Zasadniczym dokumentem określającym warunki umieszczania nośników informacji wizualnej na obiektach zabytkowych oraz w obszarach objętych ochroną konserwatorską jest **Ustawa z dnia 23 lipca 2003 roku o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami** (dalej: Ustawa o ochronie zabytków). Art. 36 ust. 1 pkt 10 jednoznacznie określa sposób postępowania w przypadku obiektów wpisanych do rejestru zabytków – umieszczanie na zabytku wpisanym do rejestru zabytków urządzeń technicznych, tablic, reklam oraz napisów wymaga pozwolenia Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków<sup>1</sup>.

Jednak zapisy tego artykułu można również wykonać szerzej. Pozwolenie konserwatorskie wymagane jest bowiem również przy wykonywaniu robót budowlanych w otoczeniu zabytku (Art. 36 ust. 1, pkt 2), a za takie roboty uznaje się m.in. stawianie związanych na trwałe z gruntem billboardów czyli wolnostojących wielkoformatowych nośników reklamowych. Ponadto w myśl Art. 36 ust. 1 pkt 11 pozwolenie WKZ jest też konieczne w przypadku *podejmowania innych działań, które mogłyby prowadzić do naruszenia substancji lub zmiany wyglądu zabytku wpisanego do rejestru*; zapis ten można odnieść nie tylko do nośników informacji wizualnej umieszczanych na obiektach wpisanych do rejestru, ale również na obszarach wpisanych do rejestru zabytków – np. na terenie układów urbanistycznych lub w objętych ochroną poprzez wpis do rejestru strefach ochrony konserwatorskiej. Pozwolenia na umieszczenie nośników informacji wydaje się na wniosek władającego obiektem, czyli *osoby fizycznej lub jednostki organizacyjnej posiadającej tytuł prawny do korzystania z zabytku wpisanego do rejestru*. Tytuł prawny wynikać może zarówno z prawa własności jak i z prawa użytkowania

---

<sup>1</sup> Zgodnie z Art. 12, pkt 1 *Ustawy o ochronie zabytków* zapis ten nie dotyczy umieszczanego na zabytku nieruchomym znaku informującego o tym, że obiekt podlega ochronie. Umieszczanie takiego znaku należy do kompetencji Starosty, który winien to czynić w uzgodnieniu z WKZ.

*wieczystego, trwałego zarządu albo ograniczonego prawa rzeczowego lub stosunku zobowiązaniowego*<sup>2</sup>.

Istotny jest zapis Art. 36 ust. 3, że pozwolenie konserwatora (podobnie jak pozwolenia dotyczące prac konserwatorskich, robót budowlanych przy i w otoczeniu zabytku, badań architektonicznych czy archeologicznych i innych działań wymienionych w Art. 36 ust. 1 pkt 1-12) powinno określać warunki, które zapobiegą uszkodzeniu lub zniszczeniu zabytku.

Wojewódzki Konserwator Zabytków posiada uprawnienia do wykonywania nadzoru konserwatorskiego i kontroli oraz ma możliwość wstrzymania prac wykonywanych bez zgody lub niezgodnie z wydanym przez niego pozwoleniem. Odpowiednie zapisy Ustawy o ochronie zabytków dotyczące takich uprawnień mają też zastosowanie w odniesieniu do spraw związanych z nośnikami informacji wizualnej. W ramach nadzoru konserwatorskiego WKZ lub działający z jego upoważnienia pracownicy WUOZ prowadzą kontrolę przestrzegania i stosowania przepisów dotyczących ochrony zabytków i opieki nad zabytkami<sup>3</sup>. Są uprawnieni do sprawdzania zgodności podejmowanych przy zabytkach wpisanych do rejestru działań z zakresem lub warunkami określonymi w pozwoleniu i zatwierdzonej dokumentacją<sup>4</sup>. Zapis ten odnosi się także do działań związanych z umieszczaniem nośników informacji wizualnej. Wojewódzki Konserwator Zabytków ma też obowiązek (poprzez wydanie odpowiedniej decyzji) wstrzymania prac i działań wykonywanych bez pozwolenia lub w sposób odbiegający od zakresu i warunków określonych w wydanym pozwoleniu i dotyczy to także działań związanych z umieszczaniem na zabytku wpisanym do rejestru nośników informacji wizualnej<sup>5</sup>.

Bardzo ważny jest zapis Art. 45 ust 1 pkt 1 i 2 ustawy, który mówi, że w przypadku umieszczenia na zabytku wpisanym do rejestru zabytków nośników reklamowych bez wymaganego pozwolenia lub w sposób odbiegający od zakresu i warunków określonych z pozwoleniu Wojewódzki Konserwator Zabytków wydaje decyzję nakazującą przywrócenie zabytku do poprzedniego stanu lub uporządkowanie terenu, określając termin wykonania tych czynności albo decyzję zobowiązującą do doprowadzenia zabytku do jak najlepszego stanu we wskazywany sposób i w określonym terminie. Czynności nakaza-

ne w takiej decyzji wykonywane są na koszt osoby, która dopuściła się naruszenia przepisów o zabytkach lub naruszyła zakres i warunki określone w pozwoleniu. Sposób postępowania nakazowego reguluje ustawa z dnia 14 czerwca 1964 roku – Kodeks Postępowania Administracyjnego (tekst jednolity – Dz.U. 2013 r., poz. 267). W myśl Art. 104 KPA nakaz usunięcia z obiektu zabytkowego reklamy jest formą decyzji administracyjnej, od której przysługuje odwołanie do organu wyższej instancji (w tym przypadku Ministra Kultury i Ochrony Dziedzictwa Narodowego).

Niezależnie od opisanego powyżej postępowania nakazowego Wojewódzki Konserwator Zabytków ma też obowiązek wykorzystania zapisanych w ustawie przepisów karnych. W myśl Art. 118 Ustawy o ochronie zabytków: *кто без позволения помещава на зabyтку wpisanym do rejestru urządzenia techniczne, tablice, reklamy oraz napisy, подlega карзе grzywnы*. Konserwator składa wówczas wniosek do sądu o ukaranie grzywną podmiotu, a postępowanie sądowe odbywa się na podstawie Ustawy z dnia 20 maja 1971 roku – Kodeks wykroczeń (tekst jednolity – Dz.U. 2013 r., poz. 482). Coraz popularniejszą formą prawną (przewidzianą w Ustawie o ochronie zabytków) – wykorzystywaną m.in. w celu regulowania, kontrolowania i egzekwowania zasad dotyczących nośników informacji wizualnej na obszarach chronionych – jest park kulturowy. Utworzenie takiego parku pozostaje w kompetencjach rady gminy, podobnie jak obowiązujący w nim plan ochrony. Utworzenie parku kulturowego odbywa się po zasięgnięciu opinii wojewódzkiego konserwatora zabytków, natomiast plan jego ochrony w uzgodnieniu z wojewódzkim konserwatorem zabytków. Warto przy tym podkreślić, że zgodnie z Art. 17 ust 1 pkt 3 na terenie parku kulturowego lub jego części mogą być ustanowione zakazy i ograniczenia dotyczące m.in.: *umieszczania tablic, napisów, ogłoszeń reklamowych i innych znaków związanych z ochroną parku kulturowego....* Zapis ten jednoznacznie wskazuje, że to właśnie park kulturowy może być skuteczną formą kontroli nośników informacji

<sup>2</sup> Ustawa o ochronie zabytków... Art. 36 ust.5

<sup>3</sup> Ustawa o ochronie zabytków... Art. 38 ust.1

<sup>4</sup> Ustawa o ochronie zabytków... Art. 38 ust. 3 pkt 3

<sup>5</sup> Ustawa o ochronie zabytków... Art. 43 ust. 4

umieszczanych na obszarach o wartości zabytkowej. Pozytywnym przykładem takiego właśnie unormowania zasad oraz wprowadzenia zakazów i ograniczeń dotyczących umieszczania nośników informacji wizualnej jest uchwała i plan ochrony Parku Kulturowego Stare Miasto w Krakowie<sup>6</sup>. Przyjęte unormowania oraz działania kontrolne prowadzone przez krakowskich urzędników miejskich dają już widoczną, znaczącą poprawę w zakresie funkcjonowania nośników reklamowych w historycznej przestrzeni miejskiej Krakowa.

Regulacje dotyczące umieszczania nośników informacji wizualnej w pewnych obszarach przestrzeni publicznej zawarte są także w **Ustawie z dnia 21 marca 1985 roku o drogach publicznych**. Zgodnie z Art. 39 ust. 1 *Zabrania się dokonywania w pasie drogowym czynności, które mogłyby powodować niszczenie lub uszkodzenie drogi i jej urządzeń albo zmniejszenie jej trwałości oraz zagrażać bezpieczeństwu ruchu drogowego*. W pasie drogowym zabronione jest w szczególności *umieszczanie reklam poza obszarami zabudowanymi, z wyjątkiem parkingów*<sup>7</sup>. W terenie zabudowanym umieszczenie reklamy w pasie drogowym wymaga zezwolenia zarządcy drogi, wyrażonego w drodze decyzji administracyjnej. Za zajęcie pasa drogowego pobierana jest opłata<sup>8</sup>. W przypadku zajęcia pasa drogowego: bez zezwolenia zarządcy drogi, z przekroczeniem terminu zajęcia określonego w zezwoleniu zarządcy drogi lub o powierzchni większej niż określona w zezwoleniu zarządcy drogi zarządca drogi, wymierza jest kara pieniężna (w drodze decyzji administracyjnej)<sup>9</sup>.

Zarządca drogi jest również zobowiązany do uwzględnienia przepisów **Ustawy z dnia 20 czerwca 1997 roku Prawo o ruchu drogowym** (Dz. U. 2005 r., Nr 108, poz. 908, z późn. zm.). Stanowią one, że zabronione jest umieszczanie na drodze lub w jej pobliżu, urządzeń wysyłających lub odbijających światło w sposób powodujący oślepianie albo wprowadzających w błąd uczestników ruchu oraz zaślanianie znaków i sygnałów drogowych (art. 45 ust. 1 pkt 7 i 8).

Problematykę umieszczania reklam na obiektach i obszarach wpisanych do rejestru zabytków regulują też zapisy **Ustawy z dnia 7 lipca 1994 roku Prawo budowlane**. W myśl Art. 29 ust. 2 pkt 6 wykonywanie robót budowlanych polegających na

instalowaniu tablic i urządzeń reklamowych na obiektach wpisanych do rejestru zabytków wymaga pozwolenia na budowę. Równocześnie Art. 39 ust. 1 stanowi, że *prowadzenie robót budowlanych przy obiekcie budowlanym wpisanym do rejestru zabytków lub na obszarze wpisanym do rejestru zabytków wymaga, przed wydaniem decyzji o pozwoleniu na budowę, uzyskania pozwolenia na prowadzenie tych robót, wydanego przez właściwego wojewódzkiego konserwatora zabytków*. Bardzo istotny – bo rozszerzający zakres zabytkowych obiektów i obszarów, na które wymagane jest pozwolenie na budowę – jest także zapis stanowiący, że: *W stosunku do obiektów budowlanych oraz obszarów niewpisanych do rejestru zabytków, a ujętych w gminnej ewidencji zabytków, pozwolenie na budowę lub rozbiórkę obiektu budowlanego wydaje właściwy organ w uzgodnieniu z Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków* (Art. 39 ust. 3). Zatem kwestie dotyczące m.in. pozwolenia na instalowanie tablic i urządzeń reklamowych na obiektach i obszarach ujętych w gminnej ewidencji zabytków uzgodnić powinien wojewódzki konserwator zabytków, co znacznie rozszerza przedmiot ingerencji konserwatora, gdyż najczęściej gminna ewidencja zabytków jest znacznie większym zasobem zabytkowym niż obiekty wpisane do rejestru zabytków.

Do ustalenia zasad umieszczania nośników informacji wizualnej obowiązujących na wybranych obszarach miasta czy gminy można też wykorzystać odpowiednie zapisy **Ustawy z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym**, lecz ich realizowanie i egzekwowanie zależy od uchwalenia przez samorząd miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, które to plany zawierają przepisy prawa lokalnego.

Zgodnie z zapisami tej ustawy: *Kształtowanie i prowadzenie polityki przestrzennej na terenie gminy, w tym uchwalanie studium uwarunkowań i kierun-*

<sup>6</sup> 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.

<sup>7</sup> Zgodnie z definicją podaną w Ustawie o drogach publicznych – Art. 4 pkt. 1 pas drogowy – wydzielony liniami granicznymi grunt wraz z przestrzenią nad i pod jego powierzchnią, w którym są zlokalizowane droga oraz obiekty budowlane i urządzenia techniczne związane z prowadzeniem, zabezpieczeniem i obsługą ruchu, a także urządzenia związane z potrzebami zarządzania drogą.

<sup>8</sup> Ustawa o drogach publicznych, Art. 40 ust. 1, ust. 2 pkt 3 oraz ust. 3

<sup>9</sup> Ustawa o drogach publicznych, Art. 40. ust. 12

ków zagospodarowania przestrzennego gminy miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego (...) należy do zadań własnych gminy<sup>10</sup>. W miejscowym planie obowiązkowo należy m.in. określić: zasady ochrony i kształtowania ładu przestrzennego (rozumianego jako takie ukształtowanie przestrzeni, które tworzy harmonijną całość oraz uwzględnia w uporządkowanych relacjach wszelkie uwarunkowania i wymagania funkcjonalne, społeczno-gospodarcze, środowiskowe, kulturowe oraz kompozycyjno-estetyczne); zasady ochrony środowiska, przyrody i krajobrazu kulturowego; zasady ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej<sup>11</sup>. Ponadto w miejscowym planie można m.in. określić – w zależności od potrzeb – *zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane*<sup>12</sup>. Taki zapis daje bardzo duże możliwości prowadzenia przez samorząd odpowiedniej polityki w zakresie zasad wykonywania i umieszczania zewnętrznych nośników informacji wizualnej na obiektach i w obszarach objętych ochroną konserwatorską.

Pewne narzędzia prawne do egzekwowania przez WKZ odpowiedniego umieszczania i utrzymywania nośników informacji wizualnej na obiektach zabytkowych wpisanych do rejestru dają też zapisy sformułowane w **Ustawie o podatkach i opłatach lokalnych** (tekst jednolity – Dz.U. 2014 r., poz. 849) oraz w **Ustawie o podatkach od spadku i darowizn** (tekst jednolity – Dz.U. 2009 r., Nr 93, poz. 768). Do kompetencji Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków wynikających z Ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami należy m.in. wydawanie zaświadczeń stwierdzających dochowanie – nałożonego na właściciela zabytku – obowiązku jego utrzymania i konserwacji, zgodnie z Ustawą o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami. Takie zaświadczenie uprawnia do uzyskania zwolnienia od zapłaty podatku od nieruchomości. Zgodnie bowiem z brzmieniem Art. 7 ust. 1 pkt 6 Ustawy z dnia 12 stycznia 1991 roku o podatkach i opłatach lokalnych zwalnia się od podatku od nieruchomości *grunty i budynki wpisane indywidualnie do rejestru zabytków, pod warunkiem ich utrzymania i konserwacji, zgodnie z przepisami o ochronie zabytków,*

*z wyjątkiem części zajętych na prowadzenie działalności gospodarczej.* Podobnie na podstawie Ustawy z dnia 28 lipca 1983 roku o podatku od spadków i darowizn zwolnione od podatku jest nabycie w drodze spadku przez osoby zaliczone do I i II grupy podatkowej zabytków nieruchomości wpisanych do rejestru zabytków, jeżeli nabywca zabezpiecza je i konserwuje zgodnie z obowiązującymi przepisami (Art. 4 ust. 1 pkt 9 lit. d). Wojewódzki Konserwator Zabytków może zatem nie wydać takiego zaświadczenia w przypadku niewłaściwego utrzymania obiektu czy wpisanych do rejestru gruntów, a za takie uznać można nieodpowiednie, ingerujące w substancję zabytkową umieszczanie nośników informacji wizualnej.

Podsumowując, zwrócić należy uwagę na kilka istotnych kwestii dotyczących uregulowań prawnych dotyczących zewnętrznych nośników informacji wizualnej. Prawo krajowe zawarte w kilku przedstawionych powyżej aktach prawnych szczególnie obciążeniem poddaje umieszczanie nośników informacji wizualnej na zabytkach wpisanych do rejestru zabytków, chronionym otoczeniu zabytków oraz w obszarach wpisanych do rejestru zabytków. Unormowania prawne dają w tym względzie wojewódzkiemu konserwatorowi zabytków pełną możliwość wpływu na formę, miejsce, ilość montowanych nośników. Konserwator posiada też uprawnienia do nadzoru i kontroli zgodności umieszczanych nośników z wydanym pozwoleniem oraz może podjąć decyzję dotyczącą ewentualnego usunięcia nośników, które zamontowane zostały niezgodnie z zakresem i warunkami ustalonymi w pozwoleniu. Konserwator wojewódzki posiada też kompetencje dotyczące sytuowania nośników reklamowych na obiektach i w obszarach ujętych w gminnej ewidencji zabytków, gdyż pozwolenie na budowę w tych przypadkach winno być wydawane w uzgodnieniu z WKZ. Duże możliwości w zakresie kształtowania właściwej polityki przestrzennej, w tym uregulowań odnoszących się do nośników informacji wizualnej posiada samorząd gminny. W kompetencjach samorządu leży bowiem utworzenie i uchwalenie parku kulturowego oraz planu

<sup>10</sup> Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Art. 3

<sup>11</sup> Ustawa o planowaniu i ..., Art. 15 ust. 2 pkt 2-4

<sup>12</sup> Ustawa o planowaniu i ..., Art. 15 ust. 3 pkt 9

jego ochrony. Uchwalenie takiej formy ochrony umożliwia wprowadzenie zakazów i ograniczeń oraz zasad kształtowania nośników informacji wizualnej nie tylko na obiektach i obszarach wpisanych do rejestru zabytków, lecz również na terenie innych wybranych przez samorząd historycznych obszarów. Możliwość wprowadzenia takich zasad daje też uchwalenie miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego.

# III. ZASADY DOTYCZĄCE ZEWNĘTRZNYCH NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ

---

---

## III. ZASADY DOTYCZĄCE ZEWNĘTRZNYCH NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ NA BUDYNKACH I W OBSZARACH PODLEGAJĄCYCH OCHRONIE KONSERWATORSKIEJ

---

*Specyfika obiektów i obszarów podlegających ochronie konserwatorskiej sprawia, że w stosunku do umieszczanych tam informacji i reklam powinny obowiązywać pewne generalne zasady. Można je sformułować niezależnie od specyfiki poszczególnych miejsc i konkretnych nośników informacji.*

- Na budynkach i w obszarach podlegających ochronie konserwatorskiej zewnętrzne nośniki informacji wizualnej powinny ograniczać się do przedstawienia podstawowych informacji dotyczących podmiotu lub usługi – nazwa, adres, usługa (należy ograniczać stosowanie rozbudowanych informacji, form graficznych, kolorystyki).



✔ Fot.1. Szyldy zawierające tylko nazwy podmiotów.



✘ Fot.2. Agresywny kolorystycznie nośnik z rozbudowaną informacją o usłudze.

- Poszczególne podmioty mogą umieszczać tylko jeden zewnętrzny nośnik informacji wizualnej na budynku, w którym się mieszczą lub prowadzą działalność.



✔ Fot.3. Pojedynczy szyld semaforowy.



✘ Fot.4. Kilka nośników tego samego podmiotu.

- Zabronione jest umieszczanie zewnętrznych nośników informacji wizualnej powyżej gzymsu parteru budynku – dotyczy to również balkonów, okien, attyk, dachów budynków (z wyjątkiem budynków, w których prowadzony jest jeden rodzaj działalności – np. hotele, banki, domy kultury, galerie sztuki itp.). Zabronione jest umieszczanie zewnętrznych nośników informacji wizualnej na ścianach szczytowych budynków (z wyjątkiem czasowo umieszczanych banerów).



✓ Fot. 5. Szyldy umieszczone poniżej linii gzymsu parteru.



✗ Fot. 6. Nośniki umieszczone powyżej linii gzymsu, na balkonach, oknach, częściach elewacji, zastaniające detale architektoniczne i zaburzające układ kompozycyjny elewacji.

- Zewnętrzne nośniki informacji graficznej nie powinny przesłaniać detali i elementów wystroju architektonicznego budynków (w tym witryn, drzwi, okien).



✓ Fot. 7. Nośniki nie przysłaniają detali i elementów wystroju architektonicznego.



✗ Fot. 8. Nośniki przysłaniające elementy wystroju architektonicznego budynku.

- Zewnętrzne nośniki informacji wizualnej powinny być umieszczane z poszanowaniem kompozycji elewacji budynku, w szczególności z poszanowaniem osi pionowych oraz poziomych podziałów elewacji (wyznaczonych np. otworami okiennymi i drzwiowymi oraz elementami artykulacji architektonicznej: lizenami, gzymsami, boniowaniem, pilastrami itp.).



✓ Fot.9. Rozmieszczenie szyldów uwzględniające kompozycję elewacji.



✗ Fot.10. Baner przykrywający wystrój architektoniczny budynku.

- Jeżeli na elewacji budynku jest kilka zewnętrznych nośników informacji wizualnej to powinny one być uporządkowane według jednej osi – horyzontalnej linii (górne krawędzie) lub wertykalnej (boczne krawędzie).



✓ Fot.11. Nośniki informacji uporządkowane pionowo.



✗ Fot.12. Szyldy umieszczone na elewacji sprzecznie z zasadą utrzymania osiowości (linii horyzontalnych i wertykalnych).

- Zabronione jest umieszczanie zewnętrznych nośników informacji wizualnej na elementach małej architektury i wystroju architektonicznego takich jak ogrodzenia, daszki, balustrady, osłony, itp.



✗ Fot.13. Nośniki na balustradzie balkonu.



✗ Fot.14. Nośniki na ogrodzeniu kościelnym.

- Sumaryczna powierzchnia wszystkich nośników informacji graficznej nie może przekraczać 10% powierzchni elewacji parteru. Wielkość poszczególnych zewnętrznych nośników informacji wizualnej, w szczególności szyldów i szyldów semaforowych, nie powinna przekraczać 0,5 m<sup>2</sup>.



✓ Fot.15. Nośniki o powierzchni nie przesłaniającej elewacji budynku.



✗ Fot.16. Szyld o zbyt dużej powierzchni.

- Zewnętrzne krawędzie nośników informacji wizualnej powinny być umieszczane z zachowaniem minimum 10 centymetrowego odstępu od najbliższej krawędzi detalu architektonicznego, otworów drzwiowych i okiennych.



✓ Fot.17. Zachowane minimalne odstępy od krawędzi płyciny elewacji.



✗ Fot.18. Szyldy umieszczone bez zachowania właściwego odstępu od krawędzi elementu, na którym zostały przymocowane.

- W przypadku umieszczenia więcej niż 3 szyldów zalecane jest pogrupowanie ich na elewacji w miejscu możliwie neutralnym z punktu widzenia kompozycji elewacji. Zalecane jest ujednolicenie poszczególnych nośników (wielkość, kształt, materiał, kolorystyka, itd.) W przypadku większej liczby szyldów zalecane jest wprowadzenie jednej tablicy (ramy), w której zostaną one umieszczone.



✓ Fot.19. Szyldy umieszczone w ramach, ujednolicone kolorystycznie.



✗ Fot.20. Szyldy niezharmonizowane i nieujednolicone pod żadnym względem.

- Wszystkie nośniki informacji wizualnej powinny być zamontowane z należytą starannością – należy zamaskować elementy mocujące, ewentualne okablowanie, itd.



✔ Fot.21. Starannie zamocowany szyld bez widocznych mocowań.



✘ Fot.22. Niestaranne i nieestetyczne zamocowanie.

- Wszystkie nośniki informacji wizualnej powinny charakteryzować wysoka jakość projektu, staranność wykonania i dobra jakość materiałów, z których są wykonane.



✔ Fot.23. Starannie zaprojektowany i estetycznie wykonany nośnik z trwałych materiałów.



✘ Fot.24. Szyld wykonany z nietrwałego materiału o niskiej jakości.

- Zewnętrzne nośniki informacji wizualnej powinny być wykonane z materiałów najwyższej jakości (zarówno tradycyjnych jak i współczesnych), przy czym zabrania się stosowania szkła lustrzanego lub koloryzowanego oraz materiałów tekstylnych, winylowych, PCV lub PVC (za wyjątkiem niektórych nośników umieszczanych czasowo, np. banerów).



✗ Fot.25. Zniszczony i wyblakły nośnik, wykonany z nietrwałych materiałów o niskiej jakości.



✗ Fot.26. Szyld wykonany z nietrwałych materiałów o niskiej jakości.

- Zewnętrzne nośniki informacji wizualnej nie powinny wyróżniać się jaskrawą kolorystyką, a ilość kolorów na jednym nośniku należy ograniczać (ograniczenie to nie dotyczy znaku firmowego). Zaleca się stosowanie barw o niskim nasyceniu. Zabrania się stosowania nośników odbijających światło, odbłaskowych oraz stosowanie neonów i reklam świetlnych emitujących światło o zmieniającym się natężeniu, błyskowe, pulsujące, fosforyzujące.



✓ Fot.27. Stonowana kolorystyka szyldu bardzo dobrze skomponowana z zabytkową elewacją.



✗ Fot.28. Niedopuszczalne zastosowanie reklamy świetlnej w zabytkowej witrynie.

- W przypadku zachowania oryginalnych zabytkowych witryn, szyldów czy napisów zaleca się ich zachowanie i konserwację. Pozytywnym działaniem jest także wykonywanie replik nośników historycznych (o ile pozwala na to materiał ikonograficzny) lub aranżacja nawiązująca do historycznych reklam.



✓ Fot.29. Historyczne szyldy (po pracach konserwatorskich).



✓ Fot.30. Historyczna reklama (po pracach konserwatorskich).

# IV. ZEWNĘTRZNE NOŚNIKI INFORMACJI WIZUALNEJ — DOBRE I ZŁE PRZYKŁADY

---

---

## IV. ZEWNĘTRZNE NOŚNIKI INFORMACJI WIZUALNEJ — DOBRE I ZŁE PRZYKŁADY

---

Zewnętrzne nośniki informacji wizualnej mają bardzo różne formy, wielkość, kolory, materiały, itd. Wynika to z wielu czynników – m.in. rodzaju przedstawianej usługi czy towaru, możliwości technicznych, lokalnych tradycji, indywidualnych gusty zlecniodawców, ich możliwości finansowych. Bardzo różne są też warunki w jakich znaki są umieszczane – praktycznie każdy obiekt i każda przestrzeń historyczna ma swoją specyfikę, do której dostosowuje się umieszczane informacje i reklamy.

Te wszystkie okoliczności sprawiają więc, że niemożliwe jest stworzenie uniwersalnych wzorców dla nośników informacji. Możliwe jest jednak wydzielenie kilku głównych grup typologicznych nośników, które obejmują znaczącą większość stosowanych reklam i informacji. W odniesieniu do tych grup można zaś określić szereg szczegółowych zasad.

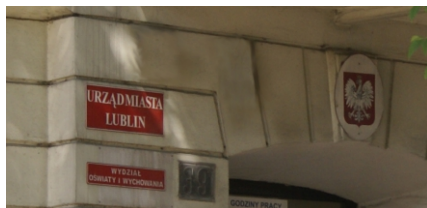
## 1. SZYLDY I GABLOTY (FIRM, INSTYTUCJI, ORGANIZACJI, USŁUG, ITD.)

Szyldy są formą zewnętrznego nośnika informacji wizualnej, która pozwala na przekazanie najważniejszych informacji tekstowych dotyczących instytucji, firm lub usług wraz ze znakami graficznymi (np. logo). Szyldy umożliwiają zastosowanie różnego rodzaju materiałów, liternictwa i kolorystyki. Jednocześnie szyldy są formą zewnętrznego nośnika informacji, która stwarza duże możliwości zharmonizowania z zabytkową elewacją budynku i historycznym otoczeniem.

Szyldy powinny być podstawowym zewnętrznym nośnikiem informacji wizualnej na budynkach i obszarach zabytkowych, szczególnie gdy w budynku jest wiele podmiotów i usług posługujących się nośnikami.

Szyldy są podstawową formą przedstawiania informacji o instytucjach i urzędach państwowych.

Godło państwowe oraz informacje o instytucjach i urzędach państwowych są przedstawiane na tzw. tablicach, które są określone przez Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 7 grudnia 1955 roku w sprawie tablic i pieczęci urzędowych (Dz. U. z dnia 31 grudnia 1955 r., Nr 47, poz. 314 z późn. zm.). Zgodnie z tym rozporządzeniem tablice te są ustandaryzowane, co do wielkości, ilości, miejsca rozmieszczenia oraz wielkości użytych na nich liter. Umieszczenie tych tablic powinno być również dostosowane do właściwości architektonicznych budynku (§ 9).



✓ Fot. 31. Godło oraz tablica instytucji.

**WIELKOŚĆ SZYLDU.** Poszczególne szyldy nie powinny być zbyt duże w stosunku do elewacji budynku. Wielkość pojedynczego szyldu nie powinna przekraczać 0,5 m<sup>2</sup>. Zalecane są szyldy prostokątne.



✓ Fot. 32. Estetycznie wykonane szyldy o odpowiedniej wielkości, zawierające tylko niezbędne informacje o podmiocie, dobrze wkomponowane w elewację.



✗ Fot. 33. Zbyt duże szyldy, zasłaniające elementy elewacji.

**MIEJSCA MOCOWANIA SZYLDÓW.** Szyldy nie powinny być mocowane do detali i elementów wystroju architektonicznego, które są szczególnie wyróżniające się i znaczące (np. obramowania okienne i drzwiowe, boniowanie, gzymsy, pilastry, lizeny, fryzy, elementy sztukatorskie). Szyldy powinny być mocowane na elewacji w miejscach możliwie pustych i najmniej znaczących z punktu widzenia wystroju i kompozycji architektonicznej.



✓ Fot.34. Prawidłowe umiejscowienie szyldu.



✗ Fot.35. Niewłaściwe miejsce położenia szyldu powyżej linii gzymsu parteru.

**SPOSÓB MOCOWANIA SZYLDÓW.** Szyldy powinny być mocowane w sposób możliwie najmniej niszczący substancję obiektu historycznego. Sposób mocowania szyldu powinien być możliwie dyskretny, a jednocześnie umożliwiający w przyszłości likwidację śladów mocowania po usunięciu szyldu.

Wskazane jest punktowe mocowanie szyldów (nie pełnymi krawędziami czy całą powierzchnią), co ogranicza niszczenie zabytkowej substancji.



✓ Fot.36. Tablica wykonana ze szlachetnego materiału zamocowana prawidłowo na obiekcie historycznym.



✗ Fot.37. Niestarannie zamocowany baner.

**MATERIAŁ SZYLDÓW.** Materiały z których wykonane są szyldy powinny być dobrej jakości i jednocześnie zharmonizowane z elewacją. Dlatego niewskazane jest stosowanie materiałów, które formą, teksturą, kolorystyką bardzo odróżniają się od elewacji budynku. Szyldy powinny najmniej przesłaniać historyczne elewacje budynków, dlatego dobrym rozwiązaniem są szyldy wykonywane z przezroczystych materiałów.



✓ Fot.38. Szyld wykonany ze zharmonizowanego materiału.



✗ Fot.39. Szyld wykonany z tandetnych materiałów.

**GRUPOWANIE SZYLDÓW.** Jeżeli na elewacji budynku jest kilka szyldów, to zalecane jest ich pogrupowanie. Pogrupowane szyldy powinny być umieszczone na płaskim, możliwie pustym i mało eksponowanym miejscu na elewacji budynku. Zalecane jest umieszczanie wszystkich szyldów w jednej ramie – mocowanie szyldów do ramy pozwala na ograniczenie zniszczeń elewacji (unika się indywidualnego mocowania poszczególnych szyldów do elewacji). Poszczególne szyldy powinny być zharmonizowane – mieć podobną formę i wielkość, i powinny być rozmieszczone w sposób uporządkowany.



✓ Fot.40. Zgrupowanie szyldów w ramach w układzie poziomym i pionowym.



✗ Fot.41. Brak uporządkowania szyldów pod względem ich wielkości, kształtu i umiejscowienia.

**TABLICE I GABLOTY INFORMACYJNE.** Przy wejściach do lokali gastronomicznych dopuszczalne jest umieszczanie niewielkich tablic i gablot z informacjami na temat ich oferty. Tablice i gabloty powinny być umieszczane zgodnie z zasadami obowiązującymi szyldy.



✔ Fot.42. Gablota prosta w formie umieszczona zgodnie z zasadami określonymi dla szyldów.



✗ Fot.43. Niestetyczne tablice reklamujące sprzedaż produktów.

## 2. SZYLDY SEMAFOROWE

Szyldy semaforowe to szyldy zamocowane do ścian budynku pod kątem większym niż 0 stopni (w stosunku do płaszczyzny elewacji).

**WIELKOŚĆ I MIEJSCE MOCOWANIA SZYLDÓW SEMAFOROWYCH.** W przypadku szyldów semaforowych obowiązują ograniczenia dotyczące ich kąta mocowania, wielkości, wysunięcia w stosunku do lica ściany oraz miejsca i wysokości zamocowania. Szyldy semaforowe powinny być mocowane prostopadłe do elewacji.

Wielkość i wysunięcie szyldu semaforowego w stosunku do lica ściany jest zależna od szerokości ulicy. Jeżeli ulica ma szerokość do 20 m to maksymalna powierzchnia szyldu wynosi 1 m<sup>2</sup>, a najdalej wysunięty element szyldu może być oddalony o 1,2 m w stosunku do lica ściany. Jeżeli ulica ma szerokość powyżej 20 m to maksymalna powierzchnia szyldu wynosi 1,5 m<sup>2</sup>, a najdalej wysunięty element szyldu może być oddalony o 1,5 m w stosunku do lica ściany.

Minimalna wysokość najniższego położonego elementu szyldu semaforowego wynosi 2,5 m powyżej poziomu chodnika, ale nie wyżej niż poziom gzymsu kondygnacji parteru (optymalne jest umieszczenie szyldu pomiędzy poziomem gzymsu a górną krawędzią otworów okiennych i drzwiowych).



✓ Fot. 44. Wielkość i wysunięcie szyldów semaforowych jest uzależnione od szerokości ulicy.



✗ Fot. 45. Szyldy semaforowe umieszczone powyżej linii gzymsu parteru.

Jeżeli na elewacji budynku jest umieszczonych więcej niż jeden szyld semaforowy, to najwyższe wysunięte elementy powinny być zlokalizowane na jednym poziomie (z dopuszczalnym wyjątkiem elementów dekoracyjnych i oświetleniowych) [Fot. 46, 47].



✓ Fot. 46. Szyldy semaforowe umieszczone na tej samej wysokości.



✗ Fot.47. Szyldy semaforowe umieszczone na różnych wysokościach.

Dopuszczalne jest montowanie szyldów semaforowych na krawędzi narożników budynku (na zbiegu dwóch elewacji) [Fot. 48].



✓ Fot.48. Dopuszczalne miejsce mocowania szyldów semaforowych.

Szyldy semaforowe nie powinny być mocowane do detali i elementów wystroju architektonicznego budynków. Sposób mocowania szyldów powinien możliwie minimalnie niszczyć zabytkową substancję obiektu. Konieczne jest ograniczenie wielkości i ilości elementów mocujących szyldy oraz ukrycie kabli, mocowań, itd.



✓ Fot.49. Prawidłowy sposób mocowania szyldów semaforowych.



✗ Fot.50. Niestaranne mocowanie szyldów semaforowych.

**FORMA I MATERIAŁ SZYLDÓW SEMAFOROWYCH.** Szyldy semaforowe są bardziej wyeksponowane w przestrzeni miejskiej niż szyldy tablicowe umieszczone na elewacji budynku. Dlatego też ich forma, materiał i kolorystyka powinny być w szczególnie staranny sposób zharmonizowane z zabytkowym otoczeniem.

Podobnie jak w przypadku szyldów tablicowych szyldy semaforowe powinny być wykonane z materiałów dobrej jakości i jednocześnie zharmonizowane z elewacją. Niewskazane jest stosowanie materiałów, które formą, teksturą, kolorystyką bardzo odróżniają się od elewacji budynku.

Wskazane jest ograniczenie ilości i różnorodności materiałów, z których wykonane są szyldy semaforowe.



✔ Fot.51. Starannie wykonany i zamocowany szyld semaforowy.



✘ Fot.52. Szyldy semaforowe wykonane z materiałów o niskiej jakości, niedostosowane do otoczenia.

### 3. NAPISY I ZNAKI GRAFICZNE

Umieszczanie napisów oraz znaków graficznych na elewacjach budynków historycznych niesie wiele zagrożeń dla wartości zabytkowych – rozbudowana forma i kolorystyka napisów i znaków graficznych, użycie zróżnicowanych materiałów oraz konieczność wielopunktowego (najczęściej) mocowania. Dlatego w sposób szczególnie rygorystyczny należy przestrzegać określonych zasad.

Dopuszczalne jest umieszczanie napisów oraz znaków graficznych, których powierzchnia nie przekracza  $\frac{1}{2}$  powierzchni standardowego okna na elewacji danego budynku. Napisy lub znaki graficzne mogą być stosowane tylko w przypadku podmiotów, które w ten sposób identyfikują swoją działalność – obowiązuje zasada umieszczania tylko jednego nośnika informacji przez podmiot mieszczący się w danym obiekcie.

Niedozwolone jest umieszczanie neonów na elewacjach budynków historycznych.

**WIELKOŚĆ I MIEJSCE MOCOWANIA ZNAKÓW I NAPISÓW.** Niedozwolone jest umieszczanie dużych (powyżej  $\frac{1}{2}$  standardowego okna elewacji) znaków graficznych i napisów na elewacjach budynków – w szczególności zabronione jest umieszczanie ich powyżej gzymsu parteru budynku (w tym również na dachach, attykach, bocznych ścianach. Wyjątkiem są obiekty, w których prowadzony jest jeden rodzaj działalności – np. hotele, banki, domy kultury, galerie sztuki itp.).



✓ Fot.53. Napis o wielkości proporcjonalnej do skali elewacji.



✗ Fot.54. Nieodpowiednia forma i wielkość napisu.

**TREŚĆ ZNAKÓW I NAPISÓW.** Niedozwolone jest umieszczanie znaków graficznych, które reklamują produkty lub producentów, a nie podmioty mieszczące się w danym obiekcie (np. umieszczanie znaku towarowego marki napoju).



✗ Fot.55. Nieodpowiednia treść napisu, zawierająca nie informację o podmiocie, a reklamę.

**MONTAŻ NAPISÓW I ZNAKÓW GRAFICZNYCH.** Montaż napisów i znaków graficznych na elewacjach budynków powinien być możliwie dyskretny i w jak najmniejszym stopniu niszczyć historyczną substancję.



✓ Fot.56. Estetyczny montaż napisu na zabytkowej elewacji.



✗ Fot.57. Niestaranny montaż napisu na elewacji.

#### 4. WITRYNY, DRZWI, OKNA WYSTAWOWE

Generalną zasadą obowiązującą przy wszelkich działaniach dokonywanych w chronionej konserwatorsko przestrzeni jest utrzymanie formy historycznej. Dotyczy to oczywiście również fasad historycznych budynków, które najczęściej były zaplanowaną całością – koncepcja architektoniczna obejmowała wszystkie elementy wystroju i detale architektoniczne, w tym również otwory okienne, drzwiowe, witryny. Z zasady powinno się więc fasady i ich poszczególne elementy zachowywać, natomiast ewentualne ingerencje i przekształcenia powinny mieć możliwie najmniejszy zakres i być zharmonizowane.

Z punktu widzenia ochrony historycznych wartości elewacji najbezpieczniejszym działaniem jest zachowanie tradycyjnych form, kolorystyki, materiałów (tradycyjne materiały się patynują, wiele współczesnych materiałów się starzeje). W przypadku wprowadzania form, kolorystyki i materiałów współczesnych, generalną zasadą powinno być harmonizowanie (nie kontrastowanie) z otoczeniem historycznym.

**HISTORYCZNE PODZIAŁY ELEWACJI.** Niewłaściwym działaniem jest zmiana historycznych podziałów elewacji (układu witryn, okien, drzwi). Elewacje – wszystkie ich elementy, stanowią kompozycyjną całość, której wartość narusza przekształcanie otworów.

Szczególnie destrukcyjne dla wartości obiektu jest poszerzenie istniejących otworów (witryn okien) oraz wybijanie dodatkowych otworów wejściowych, gdyż wymaga to również tworzenia dodatkowych schodków, podestów, balustrad, daszków, itd. Niewłaściwe jest również likwidowanie istniejących otworów. Wszelkie tego typu działania naruszają kompozycyjną spójność i wartość elewacji.

Niewłaściwe jest dodawanie elementów takich jak schody, podesty, pochylnie, balustrady, osłony, daszki. Jeżeli ich wykonanie jest konieczne, powinny być jak najbardziej zharmonizowane z historycznym otoczeniem, ograniczone do swoich funkcji – bez rozbudowywania formy, kolorystyki, materiałów (np. przezroczyste osłony, daszki czy proste balustrady). Elementy te nie powinny być nośnikami informacji wizualnej.



✓ Fot. 58. Poprawne wkomponowanie napisu w historyczną elewację.



✗ Fot. 59. Wtórnie dodany daszek, naruszający wartość zabytkowej elewacji.

**MATERIAŁY ELEWACJI I WITRYN.** Niewskazany działaniem jest wymiana materiałów na elewacji budynków historycznych lub ich pokrywanie innymi materiałami, w celu stworzenia witryn dla sklepów, restauracji, itp. Działania takie są podejmowane by dokonać przekształceń elewacji – stworzyć witrynę w formie oczekiwanej przez inwestora, umożliwić umieszczenie wystroju graficznego, wyróżnić witrynę na tle elewacji budynku. Żaden z tych celów nie uzasadnia przekształcania, niszczenia lub zakrywania elewacji budynku historycznego.



✔ Fot.60. Zharmonizowane witryny w historycznym obiekcie.



✘ Fot.61. Witryna całkowicie przekształcająca historyczną formę.

Niewłaściwe jest zmienianie historycznych materiałów drzwi, witryn i okien wystawowych. Najwłaściwsze jest stosowanie materiałów wykorzystanych w innych elementach elewacji. W przypadku zmiany materiałów, powinny być one zharmonizowane pod względem koloru, tekstury, itp., z pozostałymi materiałami [Fot. 62].



✘ Fot.62. Nowa stolarka wykonana z PCV kolidująca z drewnianą witryną.

Niewskazane jest rozbudowywanie kondygnacji parterowej dla powiększania witryn lokali usługowych, handlowych, gastronomicznych.



✗ Fot.63. Rozbudowany parter utrudniający odbiór kompozycji historycznej.

**MALOWANIE ELEWACJI I WITRYN.** Niedopuszczalnym działaniem jest pomalowanie partii elewacji w celu jej wyróżnienia – jako swoistej witryny. Zmiana koloru i często faktury elewacji jest niszczeniem spójności historycznej formy elewacji [Fot. 64].



✗ Fot.64. Przemalowana kondygnacja parterowa zaburza odbiór kompozycji elewacji historycznej kamienicy, jako jednej całości.

**PODZIAŁY WITRYN I STOLARKI.** Niewłaściwe jest zmienianie podziałów wewnętrznych witryn, drzwi i okien wystawowych, w stosunku do podziałów historycznych innych tego typu elementów elewacji [Fot. 65].



✓ Fot.65. Reklama wpasowana w historyczne podziały witryn i stolarki.

**POKRYWANIE POWIERZCHNI WITRYN I STOLARKI.** Niewłaściwe jest pokrywanie reklamami całej powierzchni witryny, drzwi i okien wystawowych (np. folie, napisy, plakaty).



✔ Fot.66. Właściwe pokrycie powierzchni okna.



✘ Fot.67. Niewłaściwe pokrycie powierzchni witryny.

**FORMA I KOLORYSTYKA WITRYN.** Niewłaściwe jest stosowanie na witrynach agresywnych, kontrastowych form i kolorów; powinny być one zharmonizowane z elewacją.



✘ Fot.68. Zbyt agresywne zestawienie kolorów na witrynie, całkowicie niepasujące do historycznej elewacji.

## 5. ELEMENTY WOLNOSTOJĄCE

Nośnikami informacji wizualnej na obszarach chronionych konserwatorsko są również różnego rodzaju elementy wolnostojące. Najpopularniejszą formą tego rodzaju są tzw. potykacze. Są to przenośne konstrukcje, najczęściej o niewielkich rozmiarach, na których umieszczane są informacje i reklamy. Z założenia mają one charakter czasowy – ustawiane są na przykład w godzinach pracy lokalu gastronomicznego lub sklepu.

Potykanie są wykonywane z elementów tradycyjnych lub współczesnych, ich forma jest najczęściej prosta – jedna lub dwie powierzchnie do umieszczenia informacji i reklam. W tym zakresie nie ma istotnych ograniczeń.

Rozmiar, ilość i miejsce ustawienia nie powinny w istotnym stopniu utrudniać ruchu, szczególnie na wąskich ulicach staromiejskich.

**WIELKOŚĆ POTYKACZY.** Potykacze powinny mieć niewielkie wymiary – powierzchnia nie powinna przekraczać 1 m<sup>2</sup>. Niedozwolone są potykacze o większych rozmiarach, szczególnie umieszczane na podwoziach – przystosowane do holowania przez samochody.



✔ Fot. 69. Odpowiednia wielkość potykacza.

**USYTUOWANIE POTYKACZY.** Niewskazanie jest zbyt gęste ustawienie potykaczy na niewielkiej przestrzeni – obowiązuje zasada jednego nośnika informacji na jeden podmiot. Postawienie zbyt wielu potykaczy na niewielkiej przestrzeni zbyt utrudnia ruch. Nadmierne utrudnienia mogą powodować nawet pojedyncze potykacze, jeżeli są ustawione w nieodpowiednim miejscu [Fot. 70, 71].



✓ Fot. 70. Potykaniec usytuowany bezpośrednio przy lokalu, który reklamuje, nieutrudniający ruchu.



✗ Fot. 71. Zbyt duża ilość niezharmonizowanych ze sobą potykaczy, utrudniających ruch pieszki.

**INFORMACJE NA POTYKACZACH.** Na potykaczach powinny być umieszczane informacje charakteryzujące dany podmiot lub usługę (np. godziny otwarcia, zestaw towarów, karta dań). Niewskazane jest umieszczanie na potykaczach reklam.



✓ Fot. 72. Potykaniec z krótką informacją o podmiocie i usłudze.



✗ Fot. 73. Potykaniec będący reklamą, nie informacją.

**BILLBOARDY.** Na obszarach chronionych konserwatorsko niedozwolone jest umieszczanie billboardów – zarówno billboardów zawieszanych na budynkach jak i billboardów wolnostojących.



✗ Fot. 74. Agresywne billboardy ingerują w chronioną przestrzeń historycznego miasta.

**DUŻE FORMY PRZESTRZENNE.** Niedozwolone jest ustawianie dużych form – np. postaci ludzkich lub zwierząt o rozmiarach zbliżonych do naturalnych, jako stałego elementu wystroju firmy lub usługi.



✗ Fot. 75. Przykład nieestetycznej formy na obszarze chronionym.

## 6. BANERY I OSŁONY

Zawieszanie banerów w przestrzeni chronionej – pomiędzy budynkami, na budynkach, w oknach, na rusztowaniach, itp., z zasady musi mieć charakter wyjątkowy i czasowy (banery powinny być zawieszane na okres wydarzenia). To oznacza, że banery nie powinny być traktowane jako forma stałych nośników informacji wizualnej. Banery z zasady powinny służyć przedstawianiu informacji o wydarzeniach – to określa ich okazjonalny i czasowy charakter. Nie powinny służyć jako nośnik reklam produktów czy firm (np. towarów czy producentów).



✓ Fot. 76. Akceptowalny baner reklamowy mówiący o wydarzeniu kulturalnym.



✗ Fot. 77. Trwały, niedbale zamontowany baner zlokalizowany w słupie powietrza. W obszarze chronionym obowiązywać powinien zakaz umieszczania banerów usytuowanych w słupie powietrza nad drogami publicznymi i placami za wyjątkiem banerów okolicznościowych związanych np. z wydarzeniami kulturalnymi.



✗ Fot. 78. Baner reklamowy przystaniający elementy historycznego wystroju architektonicznego.

👉 **WIELKOŚĆ I MIEJSCE UMIESZCZANIA BANERÓW.** Banery umieszczane na elewacji budynku, nie powinny przykrywać zbyt dużej powierzchni (do 20 % powierzchni elewacji). Nie powinny przykrywać znaczących dla wystroju architektonicznego detali i elementów. Banery powinny być umieszczane na płaskich, pustych fragmentach elewacji. Korzystniejsze jest pionowe zawieszanie banerów.

Niewłaściwe jest umieszczanie banerów, szczególnie o długotrwałym przeznaczeniu, w oknach i na balustradach budynków.



✗ Fot.79. Nieestetyczne banery reklamowe umieszczone na balustradzie historycznego portyku.

Niewłaściwą praktyką jest również montowanie na elewacjach budynków trwałych stelaży, które służą mocowaniu banerów (wieszanych okazjonalnie). Z konieczności są one bowiem dosyć masywne, a ich umieszczenie wymaga ingerencji w substancję obiektu [Fot. 80].



✗ Fot.80. Niestarannie wykonane trwałe mocowanie banera reklamowego.

Banery są stosunkowo mało trwałymi nośnikami informacji, podobnie nietrwałe są ich mocowania. Dlatego dłuższe użytkowanie banerów może szpecić historyczne otoczenie [Fot. 81].



✗ Fot.81. Nieestetycznie zamontowany baner, umieszczony w niewłaściwym miejscu na elewacji.

Szczególnym przypadkiem są osłony i banery zawieszane na rusztowaniach podczas remontów budynków. Tego typu osłony są konieczne ze względów bezpieczeństwa oraz estetyki. Duże powierzchnie tych osłon mogą być natomiast w różny sposób wykorzystane.

Na osłonach mogą być umieszczane informacje (graficzne lub napisy), które mają związek z daną historyczną przestrzenią, obiektami czy wydarzeniami. Jest to akceptowalna forma wykorzystania tych powierzchni, która w niektórych przypadkach może nawet tworzyć dodatkową wartość.



✔ Fot.82. Starannie wykonana osłona powtarzająca kompozycję elewacji.

Neutralne z punktu widzenia wartości przestrzeni historycznej są osłony, wykonane w jednobarwnych, nieagresywnych kolorach. Na tego typu osłonach mogą być umieszczane loga firm realizujących remonty, ale nie powinny zajmować całej powierzchni osłon.



✔ Fot.83. Nieagresywne reklamy umieszczone na osłonie.

Niewłaściwe jest wykorzystanie powierzchni osłon (szczególnie w znaczącym procencie) do umieszczenia różnego rodzaju znaków graficznych i napisów reklamowych.



✗ Fot.84. Wielkoformatowa reklama całkowicie zakrywająca historyczny obiekt.

Banery, podobnie jak inne elementy wystroju miejskiego, które są wywieszane przy szczególnych okazjach (festiwale, mecze, koncerty, itp.), na bardzo krótki okres (kilka dni), mogą mieć charakter wyróżniający (nie muszą być zharmonizowane z historycznym otoczeniem).



✓ Fot.85. Wielobarwny baner okazjonalny na obiekcie historycznym.

# V. PROCEDURY I PRZEPISY

## V. PROCEDURY I PRZEPISY DOTYCZĄCE UMIESZCZANIA ZEWNĘTRZNYCH NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ W LUBLINIE \*

### 1. WPROWADZENIE

Niniejszy przewodnik, dotyczący problematyki szyldów i reklam, a szerzej w ogóle zewnętrznych nośników informacji wizualnej w obszarze objętego ochroną na podstawie wpisu do rejestru zabytków zespołu urbanistycznego Starego Miasta i Śródmieścia Lublina, jest zarysem wytycznych sformułowanych dla potrzeb projektowania nośników informacji wizualnej w tym obszarze.

Obszar Śródmieścia Lublina jest obszarem, który na mocy ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami podlega ochronie ze względu na zawarte w nim wartości historyczne, artystyczne i naukowe artykułowane materialnie poprzez zachowanie w jego granicach obiekty historyczne i zespoły takich obiektów, stanowiące świadectwa minionych epok i zdarzeń, i których zachowanie leży w interesie społecznym z uwagi na ich tożsamościowe znaczenie dla społeczności Lublina.

Działania podejmowane w odniesieniu do zabytków objętych ochroną winny pozostawać w zgodzie z celem i zasadami ochrony. Celem ochrony jest trwałe, w nie pogorszonej formie, zachowanie

chronionych obiektów dla przyszłych pokoleń. Zasadami, którymi winno się kierować w trakcie dążenia do tego celu są:

- zasada – po pierwsze nie szkodzić,
- zasada – nic nie czynić ponad niezbędną konieczność,
- zasada – dostosowania funkcji do obiektu, a nie obiektu do funkcji,
- zasada – uwzględniania kontekstu, w którym zabytek występuje i dostosowywania otoczenia zabytku do jego wartości w celu harmonijnej kontynuacji.

Tereny, w których funkcjonuje przytłaczająca większość informacji reklamowych i szyldów stanowią przestrzenie wspólne (publiczne), które są często także pasami drogowymi podlegającymi regulacjom ustawy o drogach publicznych.

Reklama jest częścią krajobrazu miejskiego od starożytności, zapewne od chwili powstania miast. Nie byłoby zasadne próbowanie wyrugowania reklamy z przestrzeni miejskiej, rzecz w tym, aby nadać jej stosowną dla poszanowania innych wartości wspólnej przestrzeni miasta skalę i formę.

\*) opracowane przez Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków w Lublinie

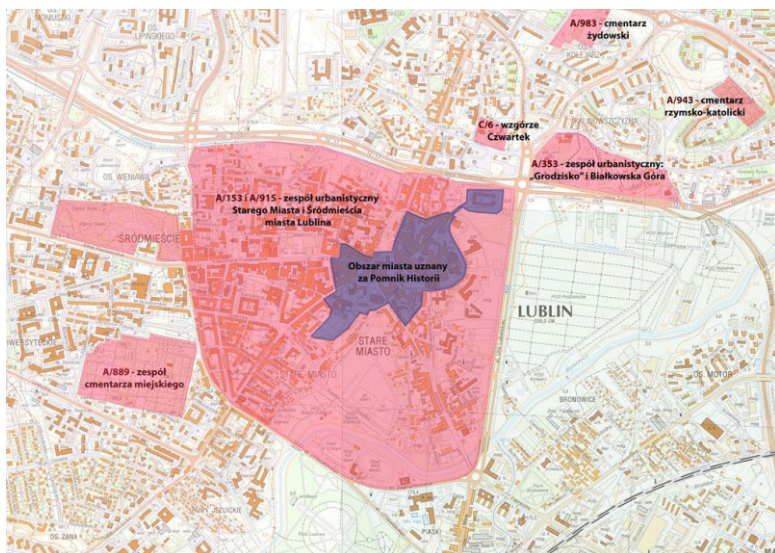
Należy podkreślić, że wnętrza krajobrazowe (ulice, place, skwery, wnętrza ogrodowe, itp.), interesujące ze względu na swoją formę przyrodniczą lub kulturową, a także z uwagi na zawarte w nich treści i znaczenia, pozostają w ścisłym związku (interakcji) z wtórnymi w stosunku do nich formami społecznego, często komercyjnego, wykorzystania w związku z wprowadzeniem do nich elementów szeroko pojmowanej rekreacji. Wartości artystyczne i estetyczne, a także historyczne i zabytkowe powodują zwiększenie atrakcyjności takich miejsc, a co za tym idzie, zwiększenie zainteresowania nimi, nie tylko ze strony mieszkańców i turystów (wewnętrznych i zewnętrznych), ale również ze strony podmiotów komercyjnych. Nie można jednak nie zauważyć, że odpowiednio dobrana i realizowana funkcja komercyjna dodatkowo zwiększa atrakcyjność zabytkowych wnętrz.

Niestety, aktualny stan przestrzeni polskich miast, w szczególności historycznych centrów, w czym Lublin nie jest wyjątkiem, charakteryzuje się tzw. zanieczyszczeniem wizualnym. Główne cechy zanieczyszczenia wizualnego to:

- nadmiar reklam;
- zaślania budyneków przez reklamy wielkoformatowe;
- dzikie „tablice” ogłoszeniowe;
- brak dostosowania reklam do kompozycji architektonicznej budynku i do zabytkowego otoczenia.

W rezultacie informacja reklamowa „tonie” w hałasie wizualnym, nadmiarze informacji różnych nadawców i nie tylko szpeci przestrzeń publiczną, ale też staje się nieczytelna dla adresatów, a przez to nie spełnia swojej funkcji reklamowej.

Zgodnie z art. 5 Karty Weneckiej z 1964 roku, ważnego dokumentu doktryny konserwatorskiej, potwierdzonego innymi dokumentami tego rodzaju: „Konserwacji zabytków zawsze sprzyja ich użytkowanie na cele użyteczne społecznie: użytkowanie takie jest zatem pożądane, nie może wszakże pociągać za sobą zmian układu bądź wystroju budowli. Są to granice, w jakich należy pojmować i można dopuszczać zagospodarowanie, wymagane przez ewolucję zwyczajów i obyczajów.”



Ryc.1. Mapa Śródmieścia z naniesionymi obszarami wpisnymi do rejestru zabytków, do których odnoszą się przepisy ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (numery oznaczają numery decyzji o wpisie do rejestru).

## 2. CELE PRZEWODNIKA

Za cele przewodnika przyjęto:

- zachęcenie do kreowania wysokiej jakości estetycznej reklamy w celu poprawy estetyki wspólnej przestrzeni i kreowania niepowtarzalnej atmosfery miasta Lublin;
- dostarczenie dokładnych podstaw rozwoju i zarządzania reklamą w historycznej części Lublina;
- zapewnienie reklamie nie kolidowania z innymi rodzajami aktywności ulicznych;
- zapewnienie dogodnych warunków ochrony i ekspozycji zabytkowego i chronionego zespołu urbanistycznego Starego Miasta i Śródmieścia Lublina, tak w aspekcie zgromadzonych tu indywidualnych zabytków, jak i w aspekcie ich zespołowej formy i charakteru.

## 3. DEFINICJE PRAWNE REKLAMY

**REKLAMA** – nośnik informacji wizualnej w jakiegokolwiek materialnej formie wraz z elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, umieszczony w polu widzenia użytkowników drogi, niebędący znakiem w rozumieniu przepisów o znakach i sygnałach lub znakiem informującym o obiektach użyteczności publicznej ustawionym przez gminę (Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych);

**REKLAMA** – każdy przekaz zmierzający do promocji sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popierania określonych spraw lub idei albo do osiągnięcia innego efektu pożądanego przez reklamodawcę, nadawany za opłatą lub za inną formą wynagrodzenia. (Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji; tekst jednolity – Dz. U. 2011 r., Nr 43, poz. 226).

Ponadto, ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji nie definiuje reklamy, ale określa, kiedy reklama jest czynem nieuczciwej konkurencji:

Czynem nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy jest w szczególności:

- reklama sprzeczna z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub uchybiająca godności człowieka;
- reklama wprowadzająca klienta w błąd i mogąca przez to wpłynąć na jego decyzję co do nabycia towaru lub usługi;
- reklama odwołująca się do uczuć klientów przez wywoływanie lęku, wykorzystywanie przesądów lub łatwowierności dzieci;
- wypowiedź, która, zachęcając do nabywania towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji;
- reklama, która stanowi istotną ingerencję w sferę prywatności, w szczególności przez uciążliwe dla klientów nagabywanie w miejscach publicznych, przesyłanie na koszt klienta niezamówionych towarów lub nadużywanie technicznych środków przekazu informacji.

## 4. WYBRANE AKTY PRAWNE REGULUJĄCE SPRAWY REKLAMY W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ

- *Ustawa z dnia 7 lipca 1994 roku Prawo budowlane (tekst jednolity – Dz.U. 2013 r., poz. 1409)*
- *Ustawa z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tekst jednolity – Dz.U. 2012 r., poz. 647)*
- *Ustawa z dnia 23 lipca 2003 roku o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (tekst jednolity – Dz.U. 2014 r., poz. 1446)*
- *Ustawa z dnia 21 marca 1985 roku o drogach publicznych (tekst jednolity – Dz.U. 2013 r., poz. 260)*

**Ustawa z dnia 23 lipca 2003 roku o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami** (Dz. U. 2014 r., Nr 1446). Zgodnie z art. 36 ust. 1 pkt 10 ww. ustawy, umieszczanie reklam na zabytku wpisanym do rejestru zabytków wymaga pozwolenia Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków, a ponadto na podstawie art. 36 ust. 1 pkt 1 pozwolenia organu konserwatorskiego wymaga prowadzenie robót budowlanych na obszarze wpisanym do rejestru zabytków – co dotyczy m.in. uznanych za trwale związane z gruntem wielkoformatowych wolnostojących nośników reklamowych, tzw. billboardów. W niektórych przypadkach dotyczących szeroko pojętych nośników informacji wizualnej znajduje także zastosowanie art. 36 ust. 1 pkt 11 ww. ustawy, na podstawie którego pozwolenia konserwatorskiego wymaga podejmowanie działań, które mogą prowadzić do zmiany wyglądu zabytku.

W przypadku niezastosowania się do ww. przepisów, na podstawie art. 118 ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami: *Kto bez pozwolenia umieszcza na zabytku wpisanym do rejestru urzęduzenia techniczne, tablice, reklamy oraz napisy, podlega karze grzywny.*

Na mocy Porozumienia zawartego w dniu 30 marca 2012 roku nr 140/2012 Wojewoda Lubelski przekazał Gminie Lublin do wykonania prowadzenie niektórych spraw z zakresu właściwości Lubelskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków. Sprawy te prowadzi wyspecjalizowana komórka Urzędu Miasta Lublin – Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków, a wśród przekazanych zadań znajduje się wydawanie wskazanych wyżej pozwoleń dla znaczącej części zabytków z terenu miasta. We właściwościach Lubelskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków pozostała większość zabytków indywidualnie wpisanych do rejestru zabytków (jest to m.in. większość kamienic w Starym Mieście oraz Krakowskim Przedmieściu, szczegółowo wskazanych w załączniku do ww. Porozumienia nr 140/2012) – i dla tych zabytków wydawanie pozwoleń, a także egzekucja przestrzegania prawa w tym zakresie – pozostało przy LWKZ.

W myśl art. 45 ust. 1 pkt 1 ustawy o zabytkach w przypadku, gdy na zabytku wpisanym do rejestru zostały umieszczone reklamy bez wymaganego

pozwolenia lub w sposób odbiegający od zakresu i warunków określonych w pozwoleniu, Wojewódzki Konserwator Zabytków może wydać, po przeprowadzeniu odpowiedniego postępowania administracyjnego, decyzję nakazującą przywrócenie zabytku do poprzedniego stanu.

**Zarządzenie nr 629/2010 Prezydenta Miasta Lublin z dnia 6 września 2010 roku** w sprawie określenia szczegółowych zasad umieszczania zewnętrznych nośników informacji wizualnej na nieruchomościach i innych obiektach wchodzących w skład gminnego zasobu nieruchomości Miasta Lublin reguluje kwestie umieszczania reklam i szyldów na nieruchomościach Gminy Lublin.

Wśród zasad umieszczania nośników informacji wizualnej określonych ww. zarządzeniem ustalono między innymi:

- możliwość umieszczania wyłącznie jednego szyldu dla każdego podmiotu mającego siedzibę na terenie nieruchomości;
- nakaz umieszczania nośników informacji wizualnej z zachowaniem układu kompozycyjnego istniejącej elewacji;
- ograniczono powierzchnię elewacji budynków możliwą do zajęcia przez nośniki informacji wizualnej;
- zewnętrzne nośniki informacji nie mogą zasłaniać okien, ani detalu architektonicznego i wystroju budynków;
- określono dopuszczalną wielkość i maksymalne wysunięcie szyldów semaforowych;
- określono warunki i dopuszczalność umieszczania nośników reklamowych na dachach budynków.

Z określonych wyżej zasad MKZ korzysta na bieżąco przy wydawaniu pozwoleń na umieszczanie reklam i innych urządzeń na zabytkach, co do których właściwości zostały przejęte Porozumieniem nr 140/2012.

**Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych** (Dz. U. 2007 r., Nr 19, poz. 115, z późn. zm.). Zgodnie z art. 39 ust. 1 tej ustawy zabrania się dokonywania w pasie drogowym czynności, które mogłyby powodować niszczenie lub uszkodzenie drogi i jej urządzeń albo zmniejszenie jej trwałości oraz zagrażać bezpieczeństwu ruchu drogowego.

W szczególności w pasie drogowym zabronione jest umieszczanie reklam poza obszarami zabudowanymi, z wyjątkiem parkingów. Natomiast w terenie zabudowanym umieścić reklamę w pasie drogowym można wyłącznie za zgodą zarządcy drogi, wyrażoną w formie decyzji administracyjnej, po uiszczeniu stosownej opłaty. Przed wydaniem zezwolenia na zajęcie pasa drogowego w celu umieszczenia reklamy, zarządca drogi jest każdorazowo zobowiązany do oceny, czy zajęcie pasa drogowego pod reklamy jest dopuszczalne, tzn. czy nie będzie powodować niszczenia drogi lub naruszać zadań organu zarządzającego drogą, m.in. obowiązku zapewnienia warunków bezpieczeństwa ruchu drogowego. Ponadto zarządca drogi jest zobowiązany uwzględnić przepisy ustawy z dnia 20 czerwca 1997 r. Prawo o ruchu drogowym (Dz. U. 2005 r., Nr 108, poz. 908, z późn. zm.), które stanowią, iż zabronione jest umieszczanie na drodze lub w jej pobliżu urządzeń wysyłających lub odbijających światło w sposób powodujący oślepianie albo wprowadzających w błąd uczestników ruchu oraz zaślanianie znaków i sygnałów drogowych (art. 45 ust. 1 pkt 7 i 8).

## 5. DEFINICJE I OKREŚLENIA UŻYTE W PRZEWODNIKU

**ZEWNĘTRZNY NOŚNIK INFORMACJI WIZUALNEJ.** Należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe lub szyld, w jakiegokolwiek materialnej formie, zawierającej elementy: konstrukcyjne, przekazu treści ze stałą lub zmienną powierzchnią ekspozycyjną (nieoświetloną, oświetloną lub podświetloną), oświetleniowe i dekoracyjne, przeznaczone do eksponowania reklamy lub innej informacji wizualnej nie będące znakiem w rozumieniu przepisów o znakach i sygnałach drogowych, ani tablicami lub/i znakami informacyjnymi dopuszczonymi innymi przepisami, w tym z nazwami ulic i numeracją porządkową nieruchomości obejmującą miasto Lublin lub nie będące pojazdem samobieżnym;

**SZYLD.** To zewnętrzny nośnik informacji wizualnej zawierający oznaczenie podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą lub inną, umieszczone na

nieruchomości, na terenie której działalność jest wykonywana;

**SZYLD SEMAFOROWY.** Szyld zamocowany do ściany budynku tak, że jego płaszczyzna umieszczona jest pod kątem większym niż 0° do płaszczyzny ściany budynku;

**NOŚNIK REKLAMOWY.** Urządzenie reklamowe w jakiegokolwiek materialnej formie, ze stałą lub zmienną powierzchnią ekspozycyjną – nieoświetloną, oświetloną lub podświetloną; przeznaczone do eksponowania reklamy, stanowiące własność inwestora, który wynajmuje powierzchnię ekspozycyjną innym podmiotom;

**NIERUCHOMOŚĆ.** Nieruchomość w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku Kodeks cywilny (Dz. U. 1964 r., Nr 16, poz. 93 z późn. zm.);

**BUDYNEK.** Budynek w rozumieniu ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (Dz. U. 2006 r., Nr 156, poz. 1118 z późn. zm.);

**ZABYTEK.** Obiekt wpisany do rejestru zabytków lub ujęty w gminnej ewidencji zabytków;

**POMNIK.** Dzieło rzeźbiarskie lub rzeźbiarsko-architektoniczne wzniesione dla upamiętnienia osoby lub zdarzenia historycznego;

**MIEJSCE PAMIĘCI NARODOWEJ.** Grób lub cmentarz wojenny, tablica pamiątkowa lub inny obiekt związany z wydarzeniami lub postaciami znaczącymi dla dziedzictwa narodowego;

**DOBRO KULTURY WSPÓŁCZESNEJ.** Dobro kultury współczesnej w rozumieniu ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. 2003 r., Nr 80, poz. 717 z późn. zm.);

**REKLAMA.** Informacja o towarach i usługach, zachęcająca do ich nabycia, przekazywana w jakiegokolwiek formie wizualnej;

**REKLAMA REMONTOWO-BUDOWLANA.** Reklama tymczasowa, umieszczona podczas trwania prac budowlanych lub remontowych, umieszczona na rusztowaniu, ogrodzeniu lub innych elementach placu budowy;

**MEBLE MIEJSKIE.** Wszystkie elementy drobnej architektury miejskiej (takie jak: ławki, wiaty przystanków, słupy ogłoszeniowe, tablice ogłoszeniowe, budki telefoniczne, słupki, ogrodzenia, kosze na śmieci itp.);

**POMNIK HISTORII.** Oznacza część śródmieścia Lublina uznaną Rozporządzeniem Prezydenta RP z dnia 25 kwietnia 2007 r. za pomnik historii (Dz. U. 2007 r., Nr 86 poz. 574);

**ZESPÓŁ URBANISTYCZNY STAREGO MIASTA I ŚRÓDMIEŚCIA.** Oznacza obszar miasta objęty wpisem do Rejestru Zabytków Nieruchomych Województwa Lubelskiego pod numerem A/153 i A/915.

---

## 6. INFORMACJE DOTYCZĄCE WNIOSKU

---

**Karta informacyjna** dostępna jest pod adresem: [www.um.lublin.eu](http://www.um.lublin.eu) (zakładka: Jak załatwić sprawę w Urzędzie? / Karty informacyjne UM / Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków). Tutaj również dostępne są edytowalne formularze wniosku w formie elektronicznej.

### PODSTAWA PRAWNA:

- Ustawa z dnia 23 lipca 2003 roku o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (tekst jednolity Dz.U. 2014 r., poz. 1446);
- Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 27 lipca 2011 r. w sprawie prowadzenia prac konserwatorskich, prac restauratorskich, robót budowlanych, badań konserwatorskich, badań architektonicznych i innych działań przy zabytku wpisanym do rejestru zabytków oraz badań archeologicznych (Dz.U. 2011 r., Nr 165, poz. 987);
- Porozumienie nr 140/2012 zawarte w dniu 30 marca 2012 r. w Lublinie pomiędzy Wojewódą Lubelskim a Gminą Lublin (Dz. Urz. Woj. Lub., 2012 r., poz. 1329).

### SPOSÓB I MIEJSCE SKŁADANIA DOKUMENTÓW

➔ osobiście lub przez pełnomocnika:  
*Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków*  
*Urząd Miasta Lublin*  
*ul. Złota 2, 20-112 Lublin*  
*I piętro, pokój 20*  
*tel. 81 466 2650, fax. 81 466 2651*

### Godziny przyjęć interesantów:

*od poniedziałku do piątku w godzinach od 7.30 do 15.30*

➔ za pośrednictwem poczty:  
*Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków*  
*Urząd Miasta Lublin*  
*ul. Złota 2, 20-112 Lublin*

### WYMAGANE OPŁATY

Opłata skarbową za wydanie pozwolenia na umieszczanie na zabytku wpisanym do rejestru zabytków urządzeń technicznych, tablic, reklam oraz napisów wynosi 82 zł.

Opłata skarbową za złożenie pełnomocnictwa wynosi 17 zł.

Wpłat można dokonać na konto:

**Urząd Miasta Lublin**  
**Bank PEKAO S.A. V/O Lublin**  
**95 1240 2092 9329 9200 0620 0000**

we wszystkich oddziałach Banku PEKAO S.A. na terenie Miasta Lublin, w kasach zlokalizowanych na terenie Biura Obsługi Mieszkańców oraz u inkasentów opłaty skarbowej.

- ➔ ul. Wieniawska 14, I piętro
- ➔ ul. Leszczyńskiego 20, I piętro  
w godzinach:  
pon., wt. 7.30 – 16.30  
śr., czw., pt. 7.30 – 14.30,
- ➔ ul. Filaretów 44  
w godzinach: pon. – pt. 7.30 – 14.45
- ➔ ul. Kleeberga 12a  
w godzinach: pon. – pt. 7.45 – 14.45
- ➔ ul. Szaserów 13-15  
w godzinach: pon. – pt. 7.45 – 14.45

Osoby fizyczne dokonują wpłat w w/w punktach bez dodatkowych opłat, natomiast pozostałe podmioty dokonują wpłat bez dodatkowych opłat w punktach kasowych Banku PEKAO S.A. znajdujących się w budynkach Urzędu Miasta Lublin.

Wyłączenia oraz zwolnienia od opłaty skarbowej wskazane są w Ustawie z dnia 16 listopada 2006 roku o opłacie skarbowej (Dz. U. Nr 225, poz. 1635 z późn. zm.).

#### SPOSÓB I MIEJSCE ODBIORU DOKUMENTÓW

➔ osobiście lub przez pełnomocnika:  
*Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków*  
*Urząd Miasta Lublin*  
*ul. Złota 2, 20-112 Lublin*  
*I piętro, pokój 20*  
*tel. 81 466 2650*  
*fax. 81 466 2651*

#### Godziny przyjęć interesantów:

*od poniedziałku do piątku w godzinach od 7.30 do 15.30*

➔ za pośrednictwem poczty za zwrotnym potwierdzeniem odbioru.

#### TERMIN ZAŁĄTWIENIA SPRAWY

- Bez zbędnej zwłoki;
- w ciągu miesiąca od wszczęcia postępowania, gdy sprawa wymaga postępowania wyjaśniającego;
- w ciągu dwóch miesięcy od wszczęcia postępowania, w sprawie szczególnie skomplikowanej.

#### TRYB ODWOŁAWCZY

Od decyzji przysługuje, w terminie 14 dni od daty doręczenia decyzji, odwołanie do Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego za pośrednictwem Prezydenta Miasta Lublin. Odwołania proszę kierować na adres Biura Miejskiego Konserwatora Zabytków w Lublinie.

#### INFORMACJE DODATKOWE

Więcej informacji można uzyskać również za pośrednictwem poczty elektronicznej:  
**[zabytki@lublin.eu](mailto:zabytki@lublin.eu)**


W razie stwierdzenia braków formalnych wniosku, urząd wezwie wnioskodawcę w trybie art. 64 § 2 Kpa do uzupełnienia braków w terminie 7 dni pod rygorem pozostawienia wniosku bez rozpoznania.

---

## 7. DRUKI

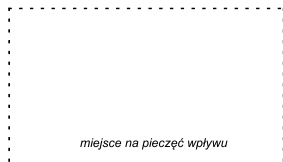
---

- ➔ Wniosek o wydanie pozwolenia na umieszczanie urządzeń technicznych, tablic, reklam, napisów;
- ➔ Oświadczenie o posiadaniu tytułu prawnego do korzystania z zabytku.

 Urząd Miasta Lublin	str. 1/3
MKZ-005-01 	

.....  
Miejscowość i data

**WNIOSEK WYPEŁNIAĆ CZYTELNIIE DRUKOWANYMI LITERAMI**  
**NALEŻY WYPEŁNIĆ WSZYSTKIE RUBRYKI WNIOSKU**



**BIURO MIEJSKIEGO  
KONSERWATORA ZABYTKÓW  
URZĄD MIASTA LUBLIN**  
 ul. Złota 2, 20-112 Lublin  
 e-mail: [zabytki@lublin.eu](mailto:zabytki@lublin.eu)

## WNIOSEK

### O WYDANIE POZWOLENIA NA UMIESZCZANIE URZĄDZEŃ TECHNICZNYCH, TABLIC, REKLAM, NAPISÓW (niepotrzebne skreślić)

dotyczy zabytku wpisanego do rejestru zabytków lub znajdującego się na obszarze wpisanego  
do rejestru zabytków historycznego układu urbanistycznego, historycznego układu ruralistycznego  
albo historycznego zespołu budowlanego

<b>I WNIOSKODAWCA</b>			
Nazwisko i imię (nazwa firmy lub instytucji): ..... ..... .....			
Ulica:		Numer domu:	Numer lokalu:
Kod pocztowy:		Miejscowość:	Telefon kontaktowy:

lub

<b>II PEŁNOMOCNIK</b>			
Nazwisko i imię (nazwa firmy lub instytucji): ..... ..... .....			
Ulica:		Numer domu:	Numer lokalu:
Kod pocztowy:		Miejscowość:	Telefon kontaktowy:

W oparciu o przepis art. 36 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 23 lipca 2003r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (tekst jednolity - Dz. U. 2014r., poz. 1446) oraz § 7 Rozporządzenia Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 27 lipca 2011r. w sprawie prowadzenia prac konserwatorskich, prac restauratorskich, robót budowlanych, badań konserwatorskich, badań architektonicznych i innych działań przy zabytku wpisanym do rejestru zabytków oraz badań archeologicznych (Dz. U. 2011r., Nr 165, poz. 987).



 Urząd Miasta Lublin	str. 3/3
---	----------



VI DO WNIOSKU DOŁĄCZAM:	Ilość sztuk
1. Projekt umieszczenia na zabytku urządzeń technicznych, tablic, reklam oraz napisów (postulowane załączenie aktualnego stanu obiektu – szkice, rysunki obrazujące planowane działania z podaniem wymiarów, powierzchni, użytych materiałów, sposobu mocowania).	2
2. Dokument potwierdzający posiadanie przez wnioskodawcę tytułu prawnego do korzystania z zabytku, uprawniającego do występowania z tym wnioskiem, albo oświadczenie wnioskodawcy o posiadaniu tego tytułu. Przy współwłasności (w zależności od formy współwłasności): - oryginał zgody współwłaścicieli w formie oświadczenia woli (pismo z czytelnymi podpisami współwłaścicieli), - oryginał uchwały wspólnoty upoważniającej do występowania z tym wnioskiem, - oryginał postanowienie sądu ustanawiające zarządcę nieruchomości (art. 199 i 200 Kpc), - oryginał umowy cywilno-prawnej, z której wynika tytuł do występowania przed organami w zakresie przedmiotowego wniosku. Dokumenty te mogą być przedstawione w formie kopii poświadczonych notarialnie lub przez występującego w sprawie pełnomocnika strony będącego adwokatem, radcą prawnym, rzecznikiem patentowym lub doradcą podatkowym (art. 76a § 2 Kpa).	1
3. Dokument potwierdzający wniesienie opłaty skarbowej.	1
4. W przypadku, gdy wniosek składa pełnomocnik: - pełnomocnictwo – oryginał lub kopia poświadczona urzędowo, - dowód uiszczenia opłaty skarbowej za złożenie pełnomocnictwa 17 zł na konto: Bank PEKAO S.A. 95 1240 2092 9329 9200 0620 0000, Urząd Miasta Lublin, Plac Króla Władysława Łokietka 1; 20 – 109 Lublin, z dopiskiem: opłata skarbową za pełnomocnictwo – podstawa prawna: art. 1 ust. 1 pkt 2 oraz Część IV Załącznika do ustawy z dnia 16 listopada 2006 r. o opłacie skarbowej (Dz. U. 2006r., Nr 225, poz. 1635 z późn. zm.).	1
5. Inne	

VII OPŁATA SKARBOWA (wypełnia wnioskodawca zaznaczając właściwe kwadraty, pola oznaczone kolorem szarym wypełnia pracownik)					
nie podlega	art. 2 ust. 1 pkt 2	budownictwo mieszkaniowe (w tym urządzenia i budowle z nim związane)			
zwolnienie	art. 7	pkt 2	jednostki budżetowe		
		pkt 3	jednostki samorządu terytorialnego		
		pkt 4	organizacja pożytku publicznego		
		pkt 5	korzystanie z pomocy społecznej z powodu ubóstwa (dołączyć zaświadczenie)		
		inne przypadki przewidziane ustawą art. ....			
kwota	pobrana	należna	dotpła	zwrot	zweryfikowano wysokość pobranej opłaty
pełnomocnictwo	17 zł <input type="checkbox"/>				
suma					podpis
potwierdzenie	nr pokwitowania / przelew bankowy		data wpłaty		podpis osoby przyjmującej wniosek
przyjęcie opłaty					
	95 1240 2092 9329 9200 0620 0000				
dotpłaty					
	95 1240 2092 9329 9200 0620 0000				
Wysokość opłaty zostanie zweryfikowana po dokonaniu czynności urzędowej i opracowaniu dokumentu wg przepisów ustawy o opłacie skarbowej z dnia 16 listopada 2006 r. (tekst jednolity - Dz. U. z 2012 r. poz. 1282 z późn. zm.)					

.....  
podpis inwestora lub osoby przez niego upoważnionej

**UWAGI:**

1. W razie stwierdzenia braków formalnych we wniosku, urząd wezwie wnioskodawcę w trybie artykułu 64 § 2 Kpa do uzupełnienia braków w terminie 7 dni pod rygorem pozostawienia wniosku bez rozpoznania.
2. Opłatę skarbową, stosownie do art. 8 ust. 1 ustawy z dnia 16 listopada 2006 r., można wnieść w kasach zlokalizowanych na terenie Biura Obsługi Mieszkańców w godzinach pracy urzędu, tj. w poniedziałki i wtorki w godz. 7.45 – 16.45, a w środy, czwartki i piątki w godz. 7.45 - 15.15 lub na rachunek Urzędu Miasta Lublin w Banku PEKAO S.A. 95 1240 2092 9329 9200 0620 0000.
3. Pełnomocnikiem strony w postępowaniu administracyjnym może być wyłącznie osoba fizyczna mająca pełną zdolność do czynności prawnych. Pełnomocnictwo powinno być udzielone na piśmie lub zgłoszone do protokołu (art. 33 Kodeksu postępowania administracyjnego). Jeżeli ustanowiono kilku pełnomocników, dorecza się pisma tylko jednemu pełnomocnikowi. Strona może wskazać takiego pełnomocnika. Strona zamieszkająca za granicą lub mająca siedzibę za granicą, jeżeli nie ustanowiła pełnomocnika do prowadzenia sprawy zamieszkalego w kraju, jest obowiązana wskazać w kraju pełnomocnika do doręczeń (art. 40 § 2 i § 4 Kodeksu postępowania administracyjnego).

	Urząd Miasta Lublin	str. 1/2
MKZ-001-02		

UWAGA: W przypadku nieruchomości składającej się z kilku działek posiadających różne tytuły prawne – niniejsze oświadczenie wypełnić oddzielnie dla poszczególnych tytułów prawnych.

OŚWIADCZENIE  
O POSIADANIU TYTUŁU PRAWNEGO  
DO KORZYSTANIA Z ZABYTKU

Ja, niżej podpisany (a)<sup>1</sup>

.....  
(imię i nazwisko osoby ubiegającej się o wydanie pozwolenia albo osoby umocowanej do złożenia oświadczenia  
w imieniu osoby prawnej ubiegającej się o wydanie pozwolenia)

legitymujący się .....  
(numer dowodu osobistego lub innego dokumentu stwierdzającego tożsamość i nazwa organu wydającego)

urodzony(a) ..... W .....  
(data) (miejsce)

zamieszkały(a) .....  
.....  
(dokładny adres )

po zapoznaniu się z przepisami Ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r. poz. 1446), zgodnie z art. 36 teŹe ustawy oraz zgodnie z przepisami Rozporządzenia Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 27 lipca 2011 r. w sprawie prowadzenia prac konserwatorskich, prac restauratorskich, robót budowlanych, badań konserwatorskich, badań architektonicznych i innych działań przy zabytku wpisanym do rejestru zabytków oraz badań archeologicznych (Dz. U. Nr 165, poz. 987)

**oświadczam, Źe posiadam prawo do dysponowania zabytkiem**

DANE IDENTYFIKACYJNE NIERUCHOMOŚCI			
LUBLIN	Ulica (-e):	Numer domu:	Numer lokalu:
Nr działki (-ek):		Obręb (-y):	Arkusz (-e):
.....		.....	.....
.....		.....	.....
.....		.....	.....
.....		.....	.....
.....		.....	.....
.....		.....	.....
.....		.....	.....

wynikające z tytułu<sup>2</sup>:

1) własności: - akt notarialny..... z dnia .....  
- numer KW.....

2) współwłasności: .....  
(wskazanie współwłaścicieli – imię i nazwisko lub nazwa oraz adres)  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

	Urząd Miasta Lublin	str. 2/2
---	---------------------	----------

oraz zgodę wszystkich współwłaścicieli na wykonanie działań objętych wnioskiem z dnia:

3) użytkowania wieczystego .....

4) trwałego zarządu<sup>3</sup> .....

5) ograniczonego prawa rzeczowego<sup>3</sup> (wskazać jakiego, np. służebność gruntowa, użytkowanie, itp.) .....

6) stosunku zobowiązaniowego (wskazać jakiego, np. dzierżawa, najem, użyczenie lub inna umowa dająca prawo do korzystania z zabytku), łączącego wnioskodawcę z .....

przewidującego uprawnienie do wykonywania działań<sup>3</sup> wynikające z następujących dokumentów potwierdzających powyższe prawo do dysponowania zabytkiem<sup>4</sup> .....

7) .....

(inne)

Oświadczam, że posiadam pełnomocnictwo z dnia .....

do reprezentowania osoby prawnej .....

upoważniające mnie .....

(nazwa i adres osoby prawnej)

do złożenia oświadczenia o posiadanym prawie do dysponowania zabytkiem w imieniu osoby prawnej. Pełnomocnictwo przedstawiam w załączeniu.<sup>5</sup>

Świadomy odpowiedzialności karnej za podanie w niniejszym oświadczeniu nieprawdy, zgodnie z art. 233 Ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny (Dz. U. Nr 88, poz. 553 z późn. zm.), potwierdzam własnoręcznym podpisem prawdziwość danych zamieszczonych w tym oświadczeniu.

.....  
miejscowość, data

.....  
podpis (y)

**UWAGI:**

<sup>1</sup> Jeżeli oświadczenie składa więcej niż jedna osoba, należy wpisać wszystkie osoby składające oświadczenie oraz ich dane.

<sup>2</sup> Dokumenty te mogą być przedstawione w formie kopii poświadczonych notarialnie lub przez występującego w sprawie pełnomocnika strony będącego adwokatem, radcą prawnym, rzecznikiem patentowym lub doradcą podatkowym (art. 76a § 2 Kpa).

<sup>3</sup> Należy wskazać właściciela nieruchomości.

<sup>4</sup> Należy wskazać dokument, z którego wynika tytuł do dysponowania zabytkiem.

<sup>5</sup> Dotyczy wyłącznie osób posiadających pełnomocnictwo do reprezentowania osób prawnych.

## NOTATKI



## STOPKA REDAKCYJNA

### WYDAWCA

Urząd Miasta Lublin

- *Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków*  
ul. Złota 2, 20-112 Lublin,  
tel. +48 81 466 2650, fax +48 81 466 2651  
[zabytki@lublin.eu](mailto:zabytki@lublin.eu), [www.zabytkilublina.lublin.eu](http://www.zabytkilublina.lublin.eu)
- *Wydział Projektów Nieinwestycyjnych*  
ul. Okopowa 11, 20-022 Lublin  
tel. +48 81 466 2850, fax +48 81 466 2851  
[projekty@lublin.eu](mailto:projekty@lublin.eu), [www.projekty.lublin.eu](http://www.projekty.lublin.eu)

### TEKSTY

Anna Fortuna-Marek  
Bogusław Szmygin

### REDAKCJA

Katarzyna Czerlunczakiewicz  
Hubert Mącik  
Michał Trzewik

### ZDJEĆIA

*okładka: fot.1 Iwona Burdzanowska, fot.2 Jacek Scherer,  
fot.3 Marcin Majda*  
*środek: Krzysztof Jan Chuchra, Katarzyna Czerlunczakiewicz,  
Krzysztof Mazur, Hubert Mącik, Marcin Moszyński,  
Paulina Sobczyk, Aleksandra Stępień, Michał Trzewik*

### OPRACOWANIE GRAFICZNE I SKŁAD

Susanne Schiessl  
Agnieszka Stępień

LUBLIN 2014



Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej o projekcie HerMan,  
odwiedź naszą stronę [www.herman-project.eu](http://www.herman-project.eu)  
oraz zakładkę "Lublin w europejskim projekcie HerMan"  
na stronie [www.zabytkilublina.lublin.eu](http://www.zabytkilublina.lublin.eu).



---

[WWW.HERMAN-PROJECT.EU](http://WWW.HERMAN-PROJECT.EU)