

**OGÓLNE WYTYCZNE KONSERWATORSKIE DOTYCZĄCE REKLAM I
SEZONOWYCH STOISK HANDLOWO-GASTRONOMICZNYCH
W STREFIE ZABYTEKOWEJ MIASTA KAZIMIERZ DOLNY**

I. REKLAMY.

1. Zasady ogólne.

Na fasadach obiektów dopuszczalne jest sytuowanie znaków informacyjnych o firmach / usługach prowadzonych wyłącznie w tych obiektach. Znak winien ograniczać się w swej treści do podstawowej informacji o nazwie (logo) firmy i usłudze (szyld). Informacje reklamowe o szczegółowym, zakresie, ofercie i czasie usług należy umieszczać we wnętrzu obiektu lub w formie wystawianych czasowo niskich stojaków.

Inne znaki (informacje) mogą być zamieszczane na zewnątrz wyłącznie na czas ściśle określony - w sytuacjach uzasadnionych (np. okazjonalne imprezy ogólnomiejskie, promocje itp.).

Obowiązuje zakaz montażu wielkogabarytowych reklam (bilbordy, plansze, pylony). Plansze, tablice dot. informacji turystycznej (mapy okolic, trasy wycieczkowe itp.) winny mieć stałą, starannie opracowaną formę i miejsce lokalizacji.

Reklama na rusztowaniach, stelażach może być dopuszczona jedynie w związku z prowadzonymi w oparciu o wydane pozwolenia robotami budowlanymi lub konserwatorskimi.

Znak informacyjny winien być każdorazowo indywidualnie zaprojektowany – z dostosowaniem do miejsca ekspozycji i charakteru obiektu.

Pozwolenie konserwatorskie wydawane jest jedynie na umieszczanie znaków reklamowych na nieruchomościach wpisanych indywidualnie do rejestru zabytków.

W odniesieniu do pozostałych reklam regulacje i egzekwowanie prawne leży po stronie gminy (odpowiednie przepisy lokalne w ramach specjalnej uchwały Rady Gminy lub poprzez ustalenia w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego gminy).

2. Lokalizacja znaków informacyjnych.

Przy umieszczaniu znaków informacyjnych należy kierować się zasadą ich dostosowania do obiektu i otoczenia. Należy uwzględniać wpisanie się w kompozycję i porządek architektoniczny elewacji, ekspozycję detalu i wystroju.

Miejsce i sposób montażu znaku winno być starannie dobrane.

Preferowane są elementy montowane punktowo do elewacji (szyld na wysięgniku, litery ażurowe).

W przypadku reklam wolnostojących (w przestrzeni otwartej) należy dodatkowo uwzględnić strefy ekspozycji widokowych obiektów zabytkowych (widok „z obiektów” i „na obiekty”), porządek przestrzenny miasta.

3. Materiał, forma plastyczna znaków.

Należy stosować rozwiązania indywidualne (z uwzględnieniem logo firmy), nietypowe, dostosowane do miejsca lokalizacji.

Liternictwo, kolorystyka, materiał, wyraz plastyczny znaku winny być dostosowane do charakteru zabytkowego miasta. Preferowane materiały naturalne: drewno, kute żelazo, kamień.

Nie dopuszcza się stosowania typowych rozwiązań znaków – plastikowe, podświetlane kasetony, naklejane plansze, banery itp.

Podświetlenie reklam dopuszczalne jest ze źródła zewnętrznego.

II. SEZONOWE STOISKA HANDLOWO-GASTRONOMICZNE

1. Zasady ogólne.

Dopuszczalność – wyłącznie sezonowa wg ściśle określonych warunków.

Regulacje dot. tego typu miejsc handlu (czas funkcjonowania, wyznaczenie dopuszczalnych miejsc, zasady opłat, warunki dot. sposobu organizacji, form, estetyki, wymogów konserwatorskich itp.) winny być ustalone w drodze prawa lokalnego (specjalna uchwała Rady Miasta), jako że gmina jest dysponentem terenu użyczanego na cele sezonowych usług. Pozwolenie konserwatorskie nie jest wymagane.

2. Lokalizacja.

Stoiska można lokalizować wyłącznie przy lokalach stanowiących ich stałe zaplecze - magazynowe i sanitarne.

Wyznaczane strefy na stoiska/stoliki winny uwzględniać zapewnienie: ekspozycji zabytków (obiekty, otwarcia widokowe), dostępności komunikacyjnej (wejścia do obiektów, komunikacja piesza i kołowa), porządku przestrzennego.

3. Materiał i forma plastyczna.

Wskazane rozwiązania indywidualne, dostosowane do charakteru zabytkowego miasta i miejsca lokalizacji. Preferowane materiały naturalne: drewno, kute żelazo, wiklina – meble, płótno impregnowane – osłony. Nie dopuszcza się typowych mebli i przekryć plastikowych.

Przy doborze form stoisk, parasoli, stolików, siedzisk, wygrodzeń itp. elementów wyposażenia należy kierować się zasadą stosowania: elementów wysokiej jakości, drobnowymiarowych, o starannych rozwiązaniach plastycznych i stonowanej, pastelowej kolorystyce. Niedopuszczalne są np. formy osłon i przekryć namiotowych, osłon wielkoprzestrzennych typu markizy na stojących stelażach, wielkie parasole, otwarte werandy, lekkie pawilony, altanki itp.

Typowe, proponowane przez producentów elementy sezonowego wyposażenia mogą być dopuszczone wyłącznie pod warunkiem odpowiedniego do charakteru miasta doboru wzorów i form.

Reklamy firmowe nie mogą mieć formy dominującej (np. logo winno być umieszczane na falbanach parasoli, a nie na ich czaszy).

*Lubelski Wojewódzki
Konserwator Zabytków*

dr inż. arch. Halina Landecka

