

Konin, 12 kwietnia 2021 r.

**Raport z konsultacji społecznych „TU tworzymy ŁADny Konin”
dotyczących uchwały krajobrazowej
z dnia 12 kwietnia 2021 roku**

Konsultacje ogłoszone zostały na podstawie Zarządzenia Prezydenta Miasta Konina nr 11/2021 z dnia 25 stycznia 2021 roku w sprawie przeprowadzenia konsultacji społecznych dotyczących uchwały krajobrazowej w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

Konsultacje trwały od 8 lutego do 15 marca 2021 roku i były przeprowadzone poprzez badanie ankietowe na stronie internetowej miasta Konina.

Ogłoszenie o konsultacjach ukazało się na stronie internetowej miasta, na tablicy ogłoszeń Urzędu Miejskiego oraz na profilu portalu społecznościowego - Facebook.

Przeprowadzenie konsultacji powierzone zostało Architektowi Miejskiemu Urzędu Miejskiego w Koninie.

W wyżej wymienionym terminie wpłynęło **217** ankiet.

Załączniki do raportu:

Załącznik 1 – [Szczegółowa prezentacja wyników „TU tworzymy ŁADny Konin”.](#)

Załącznik 2 – [Zestawienie odpowiedzi ankietowanych w kategorii inne.](#)

Załącznik 3 – [Zestawienie odpowiedzi ankietowanych zawartych w pytaniu „Jaki jest Twój pomysł na uporządkowanie przestrzeni w mieście?”](#)

Na pytania zawarte w ankiecie uczestnicy odpowiedzieli:

1. Czy jesteś mieszkańcem Konina?

- **Tak** – głosowało **206** osób, co stanowi **94,9%**
- **Nie** – głosowało **11** osób, co stanowi **5,1%**

2. Podaj swój wiek:

- **poniżej 18 lat** – głosowało **5** osób co stanowi **2,3%**
- **18-35 lat** – głosowało **83** osób, co stanowi **38,2%**
- **36-45 lat** – głosowało **58** osób, co stanowi **26,7%**
- **powyżej 45 lat** – głosowało **71** osób, co stanowi **32,7%**

3. Gdzie mieszkasz?

- **Chorzeń** - głosowało **30** osób, co stanowi **13,8%**
- **Cukrownia** - głosowało **0** osób, co stanowi **0%**
- **Czarków** - głosowało **7** osób, co stanowi **3,2%**
- **Gosławice** - głosowały **2** osoby, co stanowi **0,9%**
- **Gaj** - głosowało **0** osób, co stanowi **0%**
- **Glinka** - głosowało **13** osób, co stanowi **6%**
- **Grójec** - głosowały **3** osoby, co stanowi **1,4%**
- **Janów** - głosowały **2** osoby, co stanowi **0,9%**
- **Laskówiec** - głosowało **14** osób, co stanowi **6,5%**
- **Łęzyn** - głosowała **1** osoba, co stanowi **0,5%**
- **Maliniec** - głosowało **0** osób, co stanowi **0%**
- **Mieczysławów** - głosowało **0** osób, co stanowi **0%**
- **Międzylesie** - głosowało **5** osób, co stanowi **2,3%**
- **Morzysław** - głosowały **2** osoby, co stanowi **0,9%**
- **Niesłusz**- głosowało **10** osób, co stanowi **4,6%**
- **Osada** - głosowało **0** osób, co stanowi **0%**
- **Osiedle I** - głosowała **1** osoba, co stanowi **0,5%**
- **Osiedle II** - głosowały **3** osoby, co stanowi **1,4%**
- **Osiedle III** - głosowało **8** osób, co stanowi **3,7%**
- **Osiedle V** - głosowało **28** osób, co stanowi **12,9%**
- **Pawłówek** - głosowało **7** osób, co stanowi **3,2%**
- **Pątnów** - głosowała **1** osoba, co stanowi **0,5%**
- **Przydziałki** - głosowało **9** osób, co stanowi **4,1%**
- **Starówka** - głosowało **29** osób, co stanowi **13,4%**
- **Wilków** - głosowały **4** osoby, co stanowi **1,8%**
- **Zatorze** - głosowało **28** osób, co stanowi **12,9%**
- **Osiedle IV** - głosowało **0** osób, co stanowi **0%**

- **Inne** - głosowało **10** osób, co stanowi **4,6%** (Dębicz, Grochowy, Osiedle Diamentowe, gmina Kazimierz Biskupi, Kramsk, Nieświastów, Posada, Rychwał)

4. Kim jesteś?

(236 odpowiedzi)

- **mieszkaniec – dom jednorodzinny** - głosowało **108** osób, co stanowi **45,8%**
- **mieszkaniec – dom wielorodzinny** - głosowało **107** osób, co stanowi **45,3%**
- **przedsiębiorca – wykonujący reklamy** - głosowały **4** osoby, co stanowi **1,7%**
- **przedsiębiorca – korzystający z reklamy** - głosowało **14** osób, co stanowi **5,9%**
- **właściciel – udostępniający miejsce pod reklamę** - głosowały **3** osoby, co stanowi **1,3%**

5. Czy zwracasz uwagę na reklamy podczas poruszania się po mieście?

- **Tak** – głosowało **176** osób, co stanowi **81,1%**
- **Nie** – głosowało **41** osób, co stanowi **18,9%**

6. Jaki wpływ Twoim zdaniem mają reklamy na krajobraz miasta?

- **Pozytywny** – głosowało **37** osób, co stanowi **17,1%**
- **Negatywny** – głosowało **180** osób, co stanowi **82,9%**

7. W których miejscach urządzenia reklamowe i reklamy Ci przeszkadzają?

(920 odpowiedzi)

- **reklamy w oknach** – głosowało **104** osób, co stanowi **11,3%**
- **reklamy na ogrodzeniach** – głosowało **153** osób, co stanowi **16,6%**
- **reklamy na obiektach sportowych** – głosowało **79** osób, co stanowi **8,6%**
- **reklamy na terenach zielonych** – głosowało **178** osób, co stanowi **19,3%**
- **reklamy na siatkach maskujących** – głosowało **105** osób, co stanowi **11,4%**
- **reklamy na głównych skrzyżowaniach** – głosowało **165** osób, co stanowi **17,9%**
- **reklamy na wjazdach do miasta** – głosowało **110** osób, co stanowi **12%**
- **inne** – głosowało **26** osób, co stanowi **2,8%**

Wykaz wypowiedzi mieszkańców zawartych w opcji inne stanowi [załącznik nr 2 do raportu](#).

8. Które miejsca powinny podlegać szczególnej ochronie pod względem ograniczenia reklam ze względu na reprezentację miasta?

(828 odpowiedzi)

- **Starówka** – głosowało **195** osób, co stanowi **23,6%**
- **dworzec PKP** – głosowało **112** osób, co stanowi **13,5%**
- **ul. Dworcowa** – głosowało **104** osób, co stanowi **12,6%**
- **Al. 1 Maja** – głosowało **117** osób, co stanowi **14,1%**
- **wjazdy do Konina** – głosowało **106** osób, co stanowi **12,8%**

- **widok Doliny Warty** – głosowało **169** osób, co stanowi **20,4%**
- **inne** – głosowało **25** osób, co stanowi **3%** (propozycjami mieszkańców były m.in. ul. Chopina, całe miasto, ul. Spółdzielców, ul. Paderewskiego, ul. Jana Pawła II, lawety na parkingu przy policji, telebim na skrzyżowaniu ul. Kleczewskiej i ul. Spółdzielców, miejsca w pobliżu szkół / przedszkoli, okolice kościołów, wszystkie budynki użyteczności publicznej)

Wykaz wypowiedzi mieszkańców zawartych w opcji inne stanowi [załącznik nr 2 do raportu](#).

9. Czy wjazdy do Konina powinny być całkowicie wolne od reklam?

- **Tak** – głosowało **105** osób, co stanowi **48,4%**
- **Nie** – głosowało **75** osób, co stanowi **34,6%**
- **Nie mam zdania** – głosowało **37** osób, co stanowi **17,1%**

10. Co ci przeszkadza w reklamach?

(607 odpowiedzi)

- **mocne światło LED** – głosowało **121** osób, co stanowi **19,9%**
- **grafika, kolory reklamy** – głosowało **119** osób, co stanowi **19,6%**
- **lokalizacja** – głosowało **148** osób, co stanowi **24,4%**
- **liczba** – głosowało **175** osób, co stanowi **28,8%**
- **inne** – głosowało **44** osób, co stanowi **7,2%** (brak estetyki, brak poszanowania historii, tandetna kolorystyka, słaba jakość wykonania, bałagan, chaos, brak spójności, wielkość, zbyt duże zagęszczenie tablic na danym terenie, bycie zmuszonym do ciągłego odbioru reklam, pstrokate i niepasujące do siebie reklamy przyłączone obok siebie, stan reklamy
- nieaktualne lub zniszczone, niedopasowanie względem stylu architektonicznego, przysłaniają krajobraz, treść)

Wykaz wypowiedzi mieszkańców zawartych w opcji inne stanowi [załącznik nr 2 do raportu](#).

11. Czy grafika i lokalizacja urządzeń reklamowych powinna być uzgadniana z wydziałem Urbanistyki i Architektury Urzędu Miejskiego?

- **Tak** – głosowało **183** osób, co stanowi **84,3%**
- **Nie** – głosowało **14** osób, co stanowi **6,5%**
- **Nie mam zdania** – głosowało **20** osób, co stanowi **9,2%**

12. Czy reklama może dobrze wpisywać się w krajobraz miasta?

- **Tak** – głosowało **170** osób, co stanowi **78,3%**
- **Nie** – głosowało **47** osób, co stanowi **21,7%**

13. Czy mała architektura (ogrodzenia, ławki, śmietniki, place zabaw, oświetlenie) w miejscach publicznych powinna mieć określone parametry (wielkość, rodzaj materiałów, styl)?

- **Tak** – głosowało **187** osób, co stanowi **86,2%**

- **Nie** – głosowało **30** osób, co stanowi **13,8%**

14. Jaki jest Twój pomysł na uporządkowanie przestrzeni w mieście?

- wprowadzenie uchwały krajobrazowej: standaryzacja, wskazanie jednolitych zasad, prawo, które będzie regulować parametry reklam w zależności od terenu (kwartału miasta, osiedla, ulicy, jednego budynku): wielkość, ilość, jakość, wygląd, lokalizację, kolorystykę (np na starówce to mógłby być brązowy - biały), rodzaj czcionki oraz parametry małej architektury - wskazanie kolorystyki, wielkości, materiału, jednolite ławki i kosze w przestrzeni miasta; reklamy i mała architektura powinny być spójne;
- ograniczenie: liczby reklam, inteligentne reklam OOH, ograniczenie tych samych reklam w jednym miejscu, reklam w centrum miasta i starówce;
- lepsze komponowanie reklam z otoczeniem; powrót do dawnej dobrej sztuki reklamy, neonów, murali;
- wprowadzenie zamkniętego katalogu reklam i małej architektury (księgi znaków, szablonu): narzucenie wzorów dla np. reklam stosowanych na starówce; reklamy jednolite dla wszystkich, minimalistyczne; jednorodność materiałów;
- ujednolicony styl dla Starówki i innych dzielnic miasta; reklamy na Starówce powinny być dostosowane do zabytkowej zabudowy; dostosowanie do przestrzeni, np. na Starówce powrót do stylowych tabliczek z nazwami sklepów, dostosowana minimalistyczna reklama; w nowej części może być nowocześnie, ale estetycznie, wg ustalonego standardu, a nie jak kto chce i umie; nazwy i loga firm na murach kamienic na starówce powinny być wykonane z tych samych materiałów, np. z nierdzewnej blachy gdzie napisy i loga wycinane powinny być laserem;
- Stonowane szyldy na elewacjach budynków (pasaż Fryderyka);
- Szkoły, przedszkola i ich okolice wolne od reklam;
- wprowadzić obowiązek dbania o reklamy, wymiana zniszczonych na nowe;
- egzekwowanie przepisów uchwały krajobrazowej;

- uzgadnianie reklam z UM, pozyskanie zgody, zgłaszanie wizualizacji, akceptacja architekta krajobrazu oraz społecznego organu przedstawicieli miasta; konsultować tworzenie reklam z grafikami i ludźmi wykształconymi w tym kierunku;
- usunięcie reklam - reklam nieaktualnych; nielegalnych; starych; tam gdzie jest ich przesyt; niezgodnych z wytycznymi; plakatów wyborczych i zniszczonych reklam; likwidacja blach, plandek reklamowych na budynkach i ogrodzeniach; redukcja billboardów; z płotów i terenów zielonych; wyeliminowanie nośników wielkoformatowych (ul. Spółdzielców) i led (zlikwidowanie reklam z oświetleniem);
- redukcja reklam w autobusach i usunięcie reklam z autobusów; całkowite usunięcie reklam, zamiast reklam ujednolicone i zaprojektowane przez miasto małe tablice informacyjne;
- kary za nielegalne reklamy; opodatkować powierzchnię reklamową; karanie właścicieli za zły stan reklam (podarte bannery, pozdzierane reklamy wielkoformatowe, powyborcze resztki reklam, za reklamy zapomniane i zniszczone);
- ujednolicenie małej architektury; jednakowe bloki w stonowanych kolorach; subtelne reklamy i szyldy nad sklepami nie wylewające się na przechoźniów; zakaz ustawiania potykaczy reklamowych; ujednolicenie koszty na śmieci;
- podnieść świadomość poprzez warsztaty z marketingu i nauczyć ludzi działać w sieci;
- postawić miejskie billboardy w jednakowym stylu, zdobieniem nawiązujące do charakteru miasta i hasła "tu płynie energia" i niech miasto wynajmuje tę przestrzeń a nie prywatne firmy;

Wykaz wypowiedzi mieszkańców na pytanie „Jaki jest Twój pomysł na uporządkowanie przestrzeni w mieście?” stanowi [załącznik nr 3 do raportu](#).