

Urząd Miejski w Łomiankach

<https://lomianki.pl/pl/aktualnosci/2271,Mieszkańcy-chca-ograniczen-dla-reklam.html>
02.07.2024, 17:02

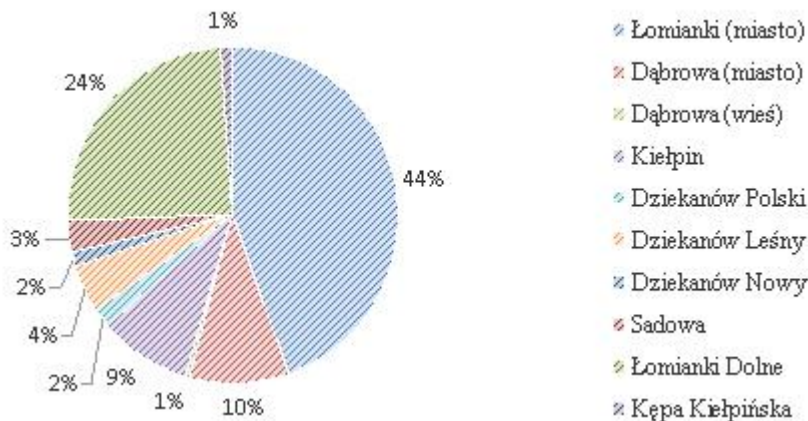
Mieszkańcy chcą ograniczeń dla reklam

Jak wynika z przeprowadzonych konsultacji społecznych w naszej gminie, większość ankietowanych odczuwa nadmiar reklam na terenie Łomianek. Około 80% badanych jest zdania, że Gmina powinna określić wygląd reklam i szyldów.

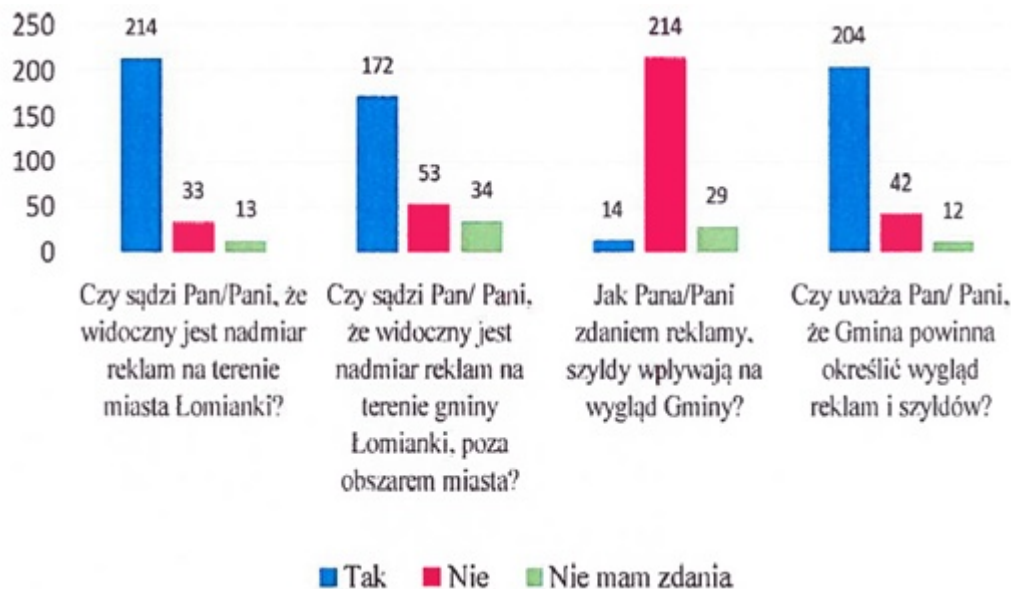
Mieszkańcy chcą ograniczeń dla reklam



Wczoraj został opublikowany [wynik konsultacji społecznych dotyczących tzw. "Kodeksu Krajobrazowego Łomianek"](#). Zdecydowana większość ankietowanych stanowili mieszkańcy Miasta Łomianki (44% ogółu badanych).



97% ankietowanych zauważa reklam znajdujące się na terenie Łomianek. Większość z nich odczuwa nadmiar reklam na terenie Miasta Łomianki i poza nim. Ponad 80% ankietowanych twierdzi również, że reklamy i szyldy wpływają na wygląd Gminy.



Znaczna część ankietowanych (około 80% ogółu badanych) jest zdania, że Gmina powinna określić wygląd reklam i szyldów lokalizowanych w Łomiankach.



Podsumowanie:

- Większość ankietowanych zauważa nadmiar reklam na obszarze miasta i gminy Łomianki.
- Ok. 90% ankietowanych zauważa nadmiar reklam przy ulicach o znaczeniu ponadlokalnym m.in. na ulicy Warszawskiej, Wiślanej, Rolniczej i Kolejowej.
- Ok. 80% ankietowanych uważa, że Gmina powinna określić wygląd reklam i szyldów, w największym stopniu dotyczy to uregulowań związanych z powierzchnią oraz liczbą reklam i szyldów przypadających na dany obszar.
- Ok. 70% ankietowanych twierdzi, że ograniczenia związane z reklamami oraz szyldami powinny być uzależnione od lokalizacji i charakteru terenu, na którym się znajdują, m.in. zróżnicowanie ograniczeń na terenach przemysłowych, mieszkaniowych i usługowych.
- Zdecydowana większość mieszkańców zgadza się z twierdzeniem, że zasłanianie elewacji

budynków i ogrodzeń reklamami bez żadnych ograniczeń jest niedopuszczalne.

6. Respondenci proponują następujące rozwiązania: tereny zieleni jako miejsce wolne od reklam, osiedla mieszkaniowe jako obszary o znacznym ograniczeniu reklam, przystanki komunikacji i tereny przy głównych ciągach komunikacyjnych jako obszary o umiarkowanym ograniczeniu reklam.

7. Mrugające światło, wielkość, stan techniczny oraz niedostosowanie do architektury budynku to elementy reklam negatywnie obierane przez osoby ankietowane.

RGP, fot. LG

[Poprzedni Strona](#)

[Następny Strona](#)