

# Reklamy Świetlne

Opracowanie: Łukasz Szpot, Radosław Sitek

## Definicja reklamy

2

□ „Reklama jest to nośnik informacji wizualnej w jakiegokolwiek materialnej formie wraz z elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, umieszczony w polu widzenia użytkowników drogi, nie będący znakiem w rozumieniu przepisów o znakach i sygnałach lub znakiem informującym o obiektach użyteczności publicznej ustawionym przez gminę.”

art. 4 pkt. 23 ustawy z dnia 21 marca 1985r. O drogach publicznych (tj. w Dz. U. z 2007r. Nr 19, poz. 115 ze zm.)

## Rodzaje reklamy zewnętrznej

3

Obecnie IGRZ przyjmuje następujące rozróżnienie nośników reklamy zewnętrznej:

1. Nośniki tradycyjne
2. Nośniki podświetlane

Wśród nośników tradycyjnych rozróżniamy:

1. Frontlight (12 mkw., 6 x 3 m, 12 x 3 m, 12 x 4 m)
2. Inne nośniki wielkiego formatu
3. Nośniki małego formatu

Wśród nośników podświetlanych rozróżniamy:

1. Citylight (120 x 180 cm)
2. Backlight scroll (9 mkw.)
3. Backlight (6 x 3 m, 6 x 4 m, inne formaty)

Osobnymi kategoriami reklamy zewnętrznej są:

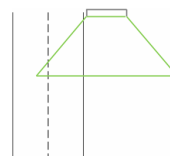
1. Reklama na środkach komunikacji miejskiej (tranzyt)
2. Digital signage (reklama elektroniczna)



## Rodzaje reklamy zewnętrznej 2

4

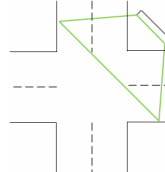
- Położenie prostopadłe do drogi



- Położenie równoległe do drogi



- Położenie na skrzyżowaniach



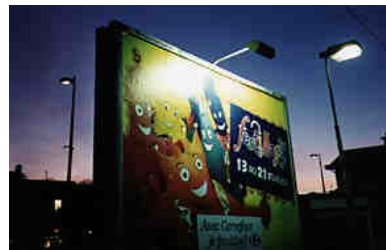
## Technika wykonania reklama świetlnych

5

- Diodowe



- Podświetlane halogenem



## Technika wykonania reklama świetlnych

6

- Podświetlane jarzeniówką



- Neony



## Regulacje prawne

7

- Reklamy świetlne i podświetlane wymagają uzyskania pozwolenia na budowę.

### Prawo budowlane :

- art. 3 ust. 1, pkt. 3 - wolno stojące trwale związane z gruntem urządzenie reklamowe jest obiektem budowlanym zaliczanym do grupy budowli.
- art. 29 ust. 2 pkt. 6 - pozwolenia na budowę nie wymaga instalowanie i remont tablic i urządzeń reklamowych, z wyjątkiem reklam świetlnych i podświetlanych usytuowanych poza obszarem zabudowanym w rozumieniu ustawy o ruchu drogowym.

## Regulacje prawne 2

8

- art. 43 ust. 1 Ustawy o Droгах publicznych określa minimalne odległości od krawędzi jezdni dróg, w jakich winny być lokalizowane reklamy:

Lp.	Rodzaj drogi	Na terenie zabudowy miast i wsi	Poza terenem zabudowy
1	Autostrada	30 m	50 m
2	Droga ekspresowa	20 m	40 m
3	Droga ogólnodostępna	krajowa	10 m
		wojewódzka i powiatowa	8 m
		gminna	6 m

## Regulacje prawne 3

9

- Prawo o ruchu drogowym
  - Zasadniczo zabrania się dokonywania w pasie drogowym czynności, które mogłyby zagrażać **bezpieczeństwu** ruchu drogowego. W myśl art. 39 ww. ustawy nie wolno przykładowo umieszczać reklam poza obszarami zabudowanymi, z wyjątkiem parkingów.
  - W szczególnie uzasadnionych przypadkach lokalizowanie w pasie drogowym tablic reklamowych czy billboardów może nastąpić wyłącznie za zezwoleniem właściwego zarządcy drogi, wydawanym w drodze decyzji administracyjnej.

## Reklama świetlna a bezpieczeństwo ruchu drogowego

10

- Badania amerykańskie
  - AAA Foundation for Traffic Safety
  - Departament Transportu U.S.



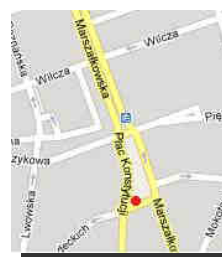
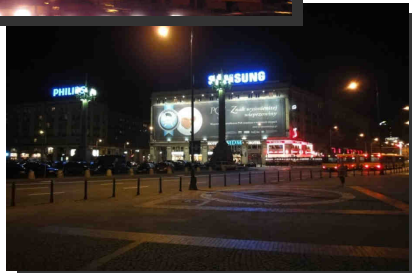
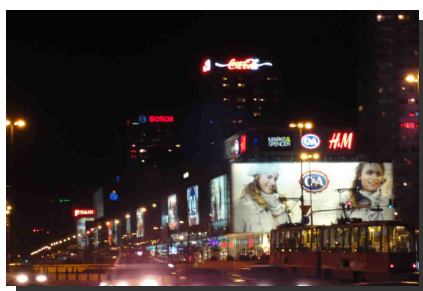
## Opinie kierowców o reklamach

13

- „Na wjeździe do Wrocławia od strony autostrady (jest jedna więc numeru nie ma po co wymieniać) są po prawej stronie drogi 52 reklamy zwykle. Większość z nich ma czarne napisy na białym tle. Jedna z tych tablic to oznaczenie obszaru zabudowanego Wrocławia, więc aby kierowca zastosował się do znaku musi go wyłowić z ogromnej liczby tablic.”
- „Ja ogólnie lubię, bo jak się stoi na światłach to można popatrzeć, nie lubię tylko agresywnie pulsujących bo wtedy mnie wku\*\*\*”
- „Czy tylko mnie się zdaje, że niektóre reklamy świetlne (telebimy) świecą zbyt intensywnym światłem i są na dodatek w niefortunnych miejscach ustawione? (...) Jadąc od strony Krosna i stając na rzeczonym skrzyżowaniu w ciemnościach dosłownie nie widać światła sygnalizacji świetlnej. Jaskrawość tego telebimu aż bije po oczach. Tak samo stojąc na "światłach" z przeciwnego kierunku. Ma się wrażenie, że na skrzyżowaniu stoi jakiś pojazd uprzywilejowany z włączonymi "kogutami".
- „Bardzo niebezpieczna sprawa, bo przez nieuwagę (zaczytanie) może dojść do wypadku. Niestety te reklamy umieszczają w miejscach narażonych na kolizje”

## Przykłady

14



# Przykłady

15

