

# Typologia i waloryzacja

tablic i urządzeń reklamowych (w tym szyldów),  
ogrodzeń i obiektów małej architektury



31 marca 2026 r.

**Zamawiający:**  
Gmina Stare Babice  
ul. Rynek 32  
05-082 Stare Babice



**Autor opracowania:**  
BARTOSZ PONIATOWSKI, „Projekt: Miasto”  
605 694 795  
b.a.poniatowski@uchwala-krajobrazowa.pl  
[www.uchwala-krajobrazowa.pl](http://www.uchwala-krajobrazowa.pl)



## Spis treści

1. Tablice i urządzenia reklamowe.....	4
1.1 Baner .....	6
1.2 Billboard.....	7
1.3 Kaseton.....	8
1.4 Semafor kasetonowy .....	9
1.5 Tablica płaska.....	10
1.6 Tablica na dystansach.....	11
1.7 Reklama kierunkowa.....	12
1.8 Naklejka pełna .....	13
1.9 Naklejka ażurowa.....	14
1.10 Litery i znaki przestrzenne .....	15
1.11 Litery i znaki płaskie .....	16
1.12 Neon .....	17
1.13 Szyld świetlny .....	18
1.14 Flaga reklamowa .....	19
1.15 Winder.....	20
1.16 Stojak reklamowy.....	21
1.17 Słup ogłoszeniowo-reklamowy .....	22
1.18 Tablica ogłoszeniowo-reklamowa.....	23
1.19 Pylon/totem .....	24
1.20 Przyczepa reklamowa.....	25
1.21 System szyldów .....	26
1.22 Reklama niestandardowa.....	27
2. Ogrodzenia .....	28
2.1 Ogrodzenia pełne.....	28
2.2 Ogrodzenia ażurowe.....	33
3. Mała architektura.....	38
3.1 Ławki.....	38
3.2 Kosze na śmieci.....	41
3.3 Gazony i osłony.....	43
3.4 Stojaki na rowery.....	46
3.5 Latarnie i lampy.....	48
3.6 Słupki, separatory i barierki .....	49

Prace na uchwałą krajobrazową rozpoczęto od szczegółowej analizy terenowej, obejmującej dokładne rozpoznanie warunków w terenie poprzez przeprowadzenie wizji lokalnej. W jej trakcie zgromadzono obszerną dokumentację fotograficzną tablic i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń. Materiał ten umożliwił ocenę skali występujących zjawisk, uchwycenie kluczowych detali oraz precyzyjne zdefiniowanie problemów. Wizja lokalna pozwoliła również na lepsze poznanie charakteru miejsca – atmosfery gminy, jego struktury przestrzennej, osiedli i jednostek osadniczych oraz ich specyficznych potrzeb. Na podstawie zgromadzonej dokumentacji fotograficznej możliwe było opracowanie typologii tablic i urządzeń reklamowych, ogrodzeń oraz elementów małej architektury występujących w Gminie Stare Babice, a także dokonanie ich waloryzacji.

## 1. Tablice i urządzenia reklamowe

Definicje reklam, tablic reklamowych oraz szyldów określa ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz. U. z 2024 r. poz. 1130 z późn. zm.). Dokładne brzmienie definicji zostało przytoczone poniżej.

**Reklama** – należy przez to rozumieć upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne;

**Tablica reklamowa** – należy przez to rozumieć przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklamę naklejaną na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem;

**Urządzenie reklamowe** – należy przez to rozumieć przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem;

**Szyld** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują.

Dla uproszczenia ustawowych definicji, można przyjąć, że:

- **reklamą** nazywa się reklamowaną treść,
- **tablica reklamowa** to reklama umieszczona na powierzchni płaskiej (o płaskiej konstrukcji), a **urządzenie reklamowe** to reklama umieszczona na powierzchni niepłaskiej (o konstrukcji niepłaskiej),
- **szylde**m nazywamy taką tablicę lub urządzenie reklamowe, które jest umieszczone w tym samym miejscu, w którym realizowana jest treść przedstawiona na reklamie (ta sama nieruchomość – działka/działki jednego właściciela, również nieruchomość, na której jest wynajmowany lokal, a także wyodrębniony lokal lub budynek itp.),
- **nośnik reklamy**, nie występuje jako formalna definicja, jednak przyjęto nazywanie w ten sposób wszystkich tablic i urządzeń reklamowych, niebędących szylde

W dalszej części opracowania przedstawiono przykłady typów nośników występujących na opracowywanym terenie.

## 1.1 Baner

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	TAK
<b>GABARYTY</b>	Zwykle od 2 do 8m <sup>2</sup> . Banery wielkoformatowe osiągają powierzchnię nawet do 150 m <sup>2</sup> .	<b>POŁOŻENIE</b>	ogrodzenia, elewacje
<b>MOCOWANIE</b>	Zazwyczaj poprzez przypięcie do siatki, ogrodzenia lub metalowej ramy za pomocą linek lub opasek zaciskowych, wykorzystując metalowe oczka umieszczone na krawędziach baneru.	<b>MATERIAŁY</b>	PCV (winyl)

Baner reklamowy, ze względu na swoją powszechność wynikającą z niskich kosztów oraz nieskomplikowanej technologii wykonania i montażu, stał się w Polsce jednym z najczęściej spotykanych nośników reklam i jednym z głównych źródeł chaosu wizualnego. Jego duża podatność na zniszczenia oraz negatywny wpływ warunków atmosferycznych skutkują szybkim zużyciem, deformacjami, rozdarciami oraz zabrudzeniami, które znacząco obniżają jego walory estetyczne. Nierzadko banery pozostają w przestrzeni miejskiej mimo utraty czytelności lub aktualności przekazu, co dodatkowo pogłębia wrażenie nieładu i zaniedbania. Możliwość estetycznego zastosowania baneru reklamowego wymaga szczególnej staranności zarówno na etapie projektowania, jak i montażu.



Fot. 1.1-1 Baner na ogrodzeniu



Fot. 1.1-2 Baner na ogrodzeniu



Fot. 1.1-3 Baner na ogrodzeniu



Fot. 1.1-4 Baner na ścianie

## 1.2 Billboard

SZYLD	NIE	NOŚNIK REKLAMY	TAK
<p><b>GABARYTY</b></p> <p>Billboardy występują najczęściej w kilku standardowych formatach: 18m<sup>2</sup> (6,0m x 3,0m) – tzw. eurobillboard, 12m<sup>2</sup> (5,04m x 2,38m), 36m<sup>2</sup> (12,0m x 3,0m) lub 48m<sup>2</sup> (12,0m x 4,0m).</p>		<p><b>POŁOŻENIE</b></p> <p>przy drogach, na budynkach</p>	
<p><b>MOCOWANIE</b></p> <p>Zwykle billboard umieszcza się na stalowej konstrukcji osadzonej na jednym lub kilku słupach zakotwionych w fundamencie betonowym. Może być przytwierdzony również do ściany za pomocą stalowej ramy.</p>		<p><b>MATERIAŁY</b></p> <p>plakat papierowy, PCV (winył)</p>	

Billboardy, w przeciwieństwie do reklam o niestandardowych formach, cechują się względną jednolitością rozwiązań, aby ułatwić ich produkcję i montaż. Ich formaty są w dużej mierze powtarzalne i mieszczą się w określonych przedziałach wymiarowych – taka standaryzacja teoretycznie sprzyja porządkowi wizualnemu i czytelności przekazu reklamowego. W praktyce, jednym z najbardziej problematycznych zjawisk w przestrzeni miejskiej jest brak spójności w zakresie konstrukcji nośnych billboardów. Tablice o zbliżonych, standardowych gabarytach często różnią się formą techniczną, rodzajem zastosowanej konstrukcji, a przede wszystkim wysokością posadowienia. Prowadzi to do wrażenia przypadkowości i braku ładu przestrzennego.



Fot. 1.2-1 Billboard wolnostojący



Fot. 1.2-2 Billboard wolnostojący



Fot. 1.2-3 Billboard wolnostojący



Fot. 1.2-4 Billboard wolnostojący

### 1.3 Kaseton

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	NIE
<b>GABARYTY</b>	Zwykle w kształcie prostokąta, o powierzchni od 2 do 8m <sup>2</sup> . Widoczna jest ich grubość.	<b>POŁOŻENIE</b>	nad wejściami do lokali, na fasadach, elewacjach
<b>MOCOWANIE</b>	Kaseton przytwierdza się bezpośrednio do ściany za pomocą kotew, śrub lub kołków.	<b>MATERIAŁY</b>	aluminium, tworzywa sztuczne (PCV, poliwęglan), czasami podświetlenie LED

Ze względu na rozwinięte techniki graficzne, kasetony oferują niemal nieograniczone możliwości kształtowania przekazu – od swobodnego doboru kolorystyki i krojów pisma, przez stosowanie różnorodnych symboli i logotypów, aż po znacznie zróżnicowanie wielkości oraz formy. Dodatkowym elementem jest powszechne stosowanie podświetlenia, które zwiększa widoczność reklamy, szczególnie po zmroku. Forma kasetonu, najczęściej sprowadzająca się do prostopadłościanu z nadrukowaną grafiką, niekiedy uzupełnioną o litery przestrzenne lub elementy wykraczające poza obrys bryły, bywa postrzegana jako prosta i banalna. Z tego względu nie zawsze sprawdza się w każdej przestrzeni, zwłaszcza w miejscach o wysokich walorach krajobrazowych lub architektonicznych. Mimo tych ograniczeń kaseton pozostaje chętnie wybieranym nośnikiem reklamy zarówno przez duże korporacje, jak i mniejsze, lokalne podmioty gospodarcze.



Fot. 1.3-1 Kaseton na wejściem do lokalu



Fot. 1.3-2 Zestaw kilku kasetonów na budynku



Fot. 1.3-3 Kaseton nad wejściem do lokalu



Fot. 1.3-4 Kaseton nad wejściem do lokalu

## 1.4 Semafor kasetonowy

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	RZADKO
<p><b>GABARYTY</b></p> <p>Semafor występuje zazwyczaj w okrągłych/eliptycznych lub prostokątnych kształtach. Zwykle powierzchnia szyldu wynosi od 0,5 do 1,5m<sup>2</sup>.</p>		<p><b>POŁOŻENIE</b></p> <p>mocowanie prostopadle do ściany, na wysokości ok. 3m, umożliwiającej swobodne przejście pod nim</p>	
<p><b>MOCOWANIE</b></p> <p>Zwykle semafor mocuje się na wspornikach, prostopadle do ściany.</p>		<p><b>MATERIAŁY</b></p> <p>aluminium, tworzywo sztuczne (PCV, poliwęglan, pleksi)</p>	

Semafor kasetonowy to jedna z najczęściej stosowanych form szyldu przez niewielkie działalności usługowe i handlowe zlokalizowane w lokalach na parterach budynków pierzejowych. Istotną zaletą kasetonu jest bardzo dobra widoczność powierzchni ekspozycyjnej, ustawionej prostopadle do osi ulicy. Taki sposób montażu sprawia, że reklama jest czytelna przede wszystkim dla pieszych poruszających się wzdłuż ciągów komunikacyjnych, co ma kluczowe znaczenie w przestrzeniach o intensywnym ruchu pieszym. Kasetonowa konstrukcja umożliwia wykorzystanie stosunkowo dużej powierzchni reklamowej, a zastosowanie podświetlenia, zapewnia dobrą ekspozycję także po zmroku oraz w warunkach ograniczonej widoczności.



Fot. 1.4-1 Semafor kasetonowy prostokątny



Fot. 1.4-2 Semafor kasetonowy okrągły



Fot. 1.4-3 Semafor kasetonowy okrągły



Fot. 1.4-4 Semafor kasetonowy niestandardowy

## 1.5 Tablica płaska

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	TAK
<b>GABARYTY</b>	Tablice występują w różnych rozmiarach, zależnie od potrzeby. Zwykle w kształcie prostokąta o niewielkiej grubości.	<b>POŁOŻENIE</b>	ściany, elewacje budynków, ogrodzenia
<b>MOCOWANIE</b>	Zwykle tablice mocuje się bezpośrednio do ściany za pomocą śrub, kołków, kotew.	<b>MATERIAŁY</b>	aluminium, tworzywo sztuczne (PCV, płyta kompozytowa)

Jeden z podstawowych nośników reklamy zewnętrznej, charakteryzujący się płaską, sztywną powierzchnią przeznaczoną do prezentacji przekazu reklamowego. Zastosowanie usztywnionej powierzchni sprawia, że przekaz reklamowy jest bardziej estetyczny i trwały w porównaniu do banerów wykonanych z elastycznych materiałów. Sztywna konstrukcja ogranicza deformacje, fałdowanie oraz negatywny wpływ warunków atmosferycznych, dzięki czemu reklama zachowuje czytelność i uporządkowany wygląd przez dłuższy czas. W efekcie tego typu nośniki są często postrzegane jako bardziej profesjonalne i lepiej wpisujące się w przestrzeń publiczną niż tradycyjne banery.



Fot. 1.5-1 Zestaw tablic płaskich mocowanych do ściany



Fot. 1.5-2 Zestaw tablic płaskich mocowanych do drzwi



Fot. 1.5-3 Tablica płaska mocowana do ogrodzenia



Fot. 1.5-4 Tablica płaska mocowana do ogrodzenia

## 1.6 Tablica na dystansach

SZYLD	TAK	NOŚNIK REKLAMY	NIE
<b>GABARYTY</b>	Tablice zwykle o niewielkich rozmiarach i niewielkiej grubości, w kształcie prostokąta.	<b>POŁOŻENIE</b>	przy wejściach do lokali, bram, na elewacjach, ogrodzeniach murowanych
<b>MOCOWANIE</b>	Mocowanie za pomocą śrub dystansowych.	<b>MATERIAŁY</b>	szkło, aluminium, tworzywo sztuczne

Tabliczki mocowane na dystansach stanowią estetyczną i uporządkowaną formę oznakowania, powszechnie stosowaną w strefach wejściowych do budynków, biur, lokali usługowych oraz instytucji publicznych. Charakterystyczny sposób montażu polegający na odsunięciu tabliczki od płaszczyzny ściany za pomocą specjalnych śrub dystansowych, nadaje jej efekt trójwymiarowości, a jednocześnie sprawia wrażenie lekkości. Tablice są najczęściej wykonywane z materiałów o wysokiej jakości, takich jak metal czy szkło hartowane, co przekłada się na ich trwałość oraz odporność na uszkodzenia i warunki atmosferyczne. Dzięki prostej formie i stonowanej estetyce tablice tego typu harmonijnie wpisują się zarówno w architekturę współczesną, jak i w obiekty o charakterze bardziej tradycyjnym. Pełnią przede wszystkim funkcję informacyjną i orientacyjną, bez nadmiernego ingerowania w przestrzeń i bez wywoływania efektu wizualnego przeciążenia.



Fot. 1.6-1 Zestaw tablic na dystansach



Fot. 1.6-2 Zestaw tablic na dystansach

## 1.7 Reklama kierunkowa

<b>SZYLD</b>	NIE	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	TAK
<b>GABARYTY</b>	Wymiary zróżnicowane, zależne od potrzeb. Zwykle w kształcie prostokąta, czasami w kształcie strzałki.	<b>POŁOŻENIE</b>	przy drogach, na skrzyżowaniach
<b>MOCOWANIE</b>	Zwykle mocowane do stelaża stalowego.	<b>MATERIAŁY</b>	tworzywo sztuczne, aluminium

Tablica kierunkowa jest elementem oznakowania przestrzeni, którego podstawowym zadaniem jest wskazanie drogi do określonego miejsca lub obiektu oraz ułatwienie orientacji użytkownikom przestrzeni. Pełni ona przede wszystkim funkcję informacyjną, pomagając odnaleźć lokalizację danej instytucji, firmy czy obiektu użyteczności publicznej. Tego rodzaju tablice są często sytuowane poza terenem nieruchomości, na której faktycznie prowadzona jest wskazywana działalność, dlatego co do zasady nie są traktowane jako szyldy. Istotnym aspektem rozróżnienia charakteru takiej tablicy jest jej forma graficzna i zakres przekazywanych informacji. W przypadku, gdy tablica kierunkowa zawiera elementy identyfikacji wizualnej, takie jak logo, znak firmowy lub inne wyraźne odniesienia promocyjne, przestaje pełnić wyłącznie funkcję informacyjną i staje się szyldem lub nośnikiem reklamy. W takiej sytuacji podlega ona regulacjom wynikającym z uchwały krajobrazowej.



Fot. 1.7-1 Reklama kierunkowa



Fot. 1.7-2 Reklama kierunkowa



Fot. 1.7-3 Reklama kierunkowa



Fot. 1.7-4 Reklama kierunkowa

## 1.8 Naklejka pełna

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	CZASAMI
<b>GABARYTY</b>	Częściowe lub całkowite wypełnienie szyby lokalu. Powierzchnia zależy od powierzchni szyby.	<b>POŁOŻENIE</b>	witryny i szyby lokali
<b>MOCOWANIE</b>	Folia samoprzylepna klejona do szyby od wewnątrz lub na zewnątrz.	<b>MATERIAŁY</b>	folia samoprzylepna

Wyklejanie powierzchni przeszklonych elewacji jest jednym z najczęściej wykorzystywanych sposobów promocji, porównywalnym pod względem popularności do banerów. Wynika to z podobnych zalet tych rozwiązań, takich jak relatywnie niski koszt realizacji, prostota wykonania oraz łatwość montażu i wymiany treści reklamowej. Poza funkcją reklamową, wyklejanie szyb pełni również istotną rolę użytkową. Ogranicza wgląd do wnętrza lokalu, co dla wielu działalności ma praktyczne znaczenie, zwłaszcza tam, gdzie ekspozycja wnętrza nie jest pożądana. Zasłonięcie witryn umożliwia bardziej elastyczne zagospodarowanie przestrzeni przy oknach, na przykład poprzez ustawienie regałów, półek ekspozycyjnych czy zaplecza technicznego, takiego jak tyły lodówek lub urządzeń chłodniczych. W efekcie, naklejki na przeszkleniach łączą funkcję promocyjną z organizacyjną, wpływając zarówno na sposób komunikacji z klientem, jak i na aranżację wnętrza lokalu.



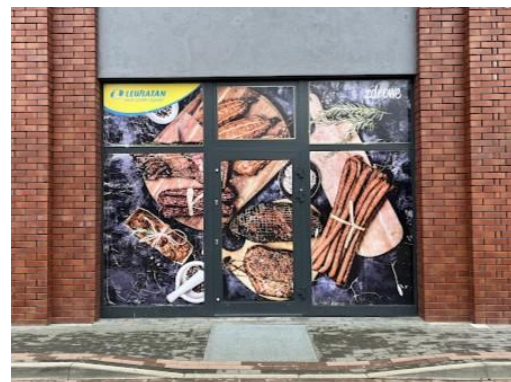
Fot. 1.8-1 Naklejka pełna



Fot. 1.8-2 Naklejka pełna



Fot. 1.8-3 Naklejka pełna



Fot. 1.8-4 Naklejka pełna

## 1.9 Naklejka ażurowa

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	CZASAMI
<b>GABARYTY</b>	Częściowe (ażurowe) wypełnienie szyby. Powierzchnia naklejki zależy od powierzchni szyby.	<b>POŁOŻENIE</b>	witryny i szyby lokali
<b>MOCOWANIE</b>	Folia samoprzylepna klejona do szyby od wewnątrz lub na zewnątrz.	<b>MATERIAŁY</b>	folia samoprzylepna

Jest to sposób oklejania przeszkleń, w którym folia reklamowa nie pokrywa całej powierzchni szyby. Zamiast tego stosuje się wycinane litery, znaki graficzne lub proste formy, dzięki czemu znaczna część szkła pozostaje przejrzysta. Takie rozwiązanie pozwala zachować dostęp światła dziennego oraz wizualny kontakt wnętrza lokalu z przestrzenią zewnętrzną, jednocześnie przekazując niezbędne informacje o prowadzonej działalności. Forma ta sprawdza się szczególnie w miejscach, gdzie reklama powinna mieć subtelny, lekki charakter i nie dominować nad architekturą ani otoczeniem. Dzięki częściowej transparentności witryny wewnątrz pozostaje widoczne dla przechodniów, a szyld pełni jednocześnie funkcję informacyjną i dekoracyjną.



Fot. 1.9-1 Naklejka ażurowa



Fot. 1.9-2 Naklejka ażurowa



Fot. 1.9-3 Naklejka ażurowa



Fot. 1.9-4 Naklejka ażurowa

## 1.10 Litery i znaki przestrzenne

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	RZADKO
<b>GABARYTY</b>		<b>POŁOŻENIE</b>	
Zróżnicowane gabaryty zależne od potrzeb, o widocznej grubości.		elewacje budynku, dachy	
<b>MOCOWANIE</b>		<b>MATERIAŁY</b>	
Zwykle znaki przestrzenne są mocowane na stelażu stalowym lub bezpośrednio do elewacji za pomocą śrub dystansowych.		PCV, tworzywo sztuczne, stal, aluminium	

Forma reklamy zewnętrznej (najczęściej szyld), która cechuje się dużą uniwersalnością i może być stosowana w niemal każdych warunkach przestrzennych. Właściwie zaprojektowana nie zakłóca ładunku wizualnego, a jej negatywny odbiór wynika zazwyczaj z błędów projektowych, takich jak nieodpowiednia skala, kolorystyka czy krój pisma. Przy zachowaniu zasad estetyki i proporcji, nośnik ten znacząco podnosi jakość wizualną oznakowania. Najczęściej szyldy tego typu montowane są bezpośrednio na elewacjach budynków, jednak w niektórych przypadkach spotyka się je także na dachach. Ich charakterystyczna ażurowa forma powoduje, że nawet przy stosunkowo dużych powierzchniach ekspozycyjnych, szyld sprawia wrażenie lekkiego, uporządkowanego i dobrze dopasowanego do otoczenia.



Fot. 1.10-1 Litery i tablice przestrzenne



Fot. 1.10-2 Litery przestrzenne



Fot. 1.10-3 Litery przestrzenne



Fot. 1.10-4 Litery przestrzenne, kaseton i naklejka pełna

## 1.11 Litery i znaki płaskie

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	RZADKO
<b>GABARYTY</b>		<b>POŁOŻENIE</b>	
Zróznicowane gabaryty, w zależności od potrzeb. Płaskie.		elewacje budynków, drzwi	
<b>MOCOWANIE</b>		<b>MATERIAŁY</b>	
Zwykle mocowane na wkręty, śruby lub klej.		tworzywo sztuczne, aluminium	

Jest to forma oznakowania zbliżona wizualnie do znaków przestrzennych, jednak różniąc się od nich brakiem wyraźnej grubości. Litery i znaki nie posiadają trójwymiarowej bryły, a ich charakter pozostaje zasadniczo płaski. Mimo tego, zachowują czytelność i estetykę, oferując uproszczoną, lecz nadal atrakcyjną formę przekazu wizualnego. Znaki tego typu mogą być lokalizowane w różnych miejscach, np. na elewacjach budynków lub drzwiach.



Fot. 1.11-1 Litery płaskie



Fot. 1.11-2 Znaki płaskie



Fot. 1.11-3 Znaki płaskie



Fot. 1.11-4 Znaki płaskie

## 1.12 Neon

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	CZASAMI
<b>GABARYTY</b>	Zróznicowane gabaryty, zależne od potrzeb.	<b>POŁOŻENIE</b>	elewacje budynków, witryny, nad wejściem do lokalu
<b>MOCOWANIE</b>	Zwykle mocowanie na stelażu stalowym lub bezpośrednio do ściany za pomocą śrub, wkrętów.	<b>MATERIAŁY</b>	konstrukcja szklana z gazami szlachetnymi, alternatywnie tworzywo sztuczne i światło LED

Niewątpliwą zaletą tego typu nośników reklamowych jest ich wysoka skuteczność po zmroku, kiedy to dzięki emisji światła przekaz pozostaje widoczny i czytelny niezależnie od warunków oświetleniowych. Świecące reklamy w naturalny sposób przyciągają wzrok odbiorców, często działając na zasadzie mimowolnego skupienia uwagi, co zwiększa ich siłę oddziaływania i rozpoznawalność. Jednocześnie jednak rozwiązania te niosą ze sobą istotne konsekwencje dla użytkowników przestrzeni publicznej. Zbyt intensywne lub źle zaprojektowane oświetlenie może powodować dyskomfort u pieszych, prowadzić do zmęczenia wzroku, a w skrajnych przypadkach nawet do oślnienia. Szczególnie problematyczne są sytuacje, w których reklamy świetle oddziałują na kierowców – nadmierna jasność, dynamiczne efekty czy zmienna treść mogą odwracać uwagę od drogi i zwiększać ryzyko wystąpienia niebezpiecznych zdarzeń drogowych.



Fot. 1.12-1 Neony

## 1.13 Szyld świetlny

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	CZASAMI
<b>GABARYTY</b>	Zróżnicowane, zależnie od potrzeb. Mogą być nie większe niż 0,2 m <sup>2</sup> , w formie kasetonu lub wielkoformatowe umieszczane na konstrukcjach stalowych.	<b>POŁOŻENIE</b>	ściany, witryny, pylony
<b>MOCOWANIE</b>	Najpopularniejsze mocowanie do ściany na wsporniku (jak kaseton), ale mogą być mocowane też na specjalnych konstrukcjach wolnostojących, na dachach itd.	<b>MATERIAŁY</b>	aluminium, diody LED, tworzywo sztuczne

Dzięki ustawieniu prostopadle do płaszczyzny elewacji oraz własnej emisji światła, tego typu nośniki skutecznie eksponują informację o prowadzonej działalności. Są one dobrze widoczne z większej odległości i zachowują czytelność również po zmroku, co stanowi ich przewagę nad wieloma innymi formami oznakowania. Jednocześnie jednak takie rozwiązania wiążą się z określonymi zagrożeniami. Intensywne, jaskrawe światło, a zwłaszcza elementy migające lub dynamiczne, mogą negatywnie wpływać na komfort życia okolicznych mieszkańców, szczególnie w godzinach nocnych. Co istotniejsze, reklamy tego rodzaju mogą stanowić realne niebezpieczeństwo w przestrzeni publicznej – nadmiernie przyciągają uwagę kierowców, powodując rozproszenie, a niekiedy nawet chwilowe oślepienie. Z tego względu, w miarę możliwości, zaleca się rezygnację z takich form reklamy na rzecz rozwiązań bardziej stonowanych, lepiej dostosowanych do otoczenia i bezpieczniejszych dla użytkowników przestrzeni.



Fot. 1.13-1 Szyld świetlny nad wejściem do budynku



Fot. 1.13-2 Szyld świetlny  
w formie semafora słupkowego

## 1.14 Flaga reklamowa

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	NIE
<b>GABARYTY</b>	Możliwe są dowolne gabaryty, jednak najczęściej mają wysokość między 3 a 12m, a powierzchnię ekspozycyjną 3m x 1m lub 6m x 2m.		
<b>MOCOWANIE</b>	Maszt z flagą mocowany trwale do gruntu.		
<b>POŁOŻENIE</b>	przed budynkami, przy drogach, ogrodzeniach		
<b>MATERIAŁY</b>	maszt stalowy lub aluminiowy, flaga poliestrowa		

Flaga reklamowa wyróżnia się zmiennym, dynamicznym kształtem, który zależy od warunków atmosferycznych, przede wszystkim od siły i kierunku wiatru. Z tego względu jej jednoznaczne zaklasyfikowanie jako klasycznej tablicy reklamowej bywa utrudnione, gdyż w przeciwieństwie do sztywnych nośników nie posiada stałej, nieziennej formy ekspozycyjnej. Flagi bardzo często są sytuowane w grupach lub rzędach, w niewielkich odległościach od siebie. Często są postrzegane jako tańsza i lżejsza wizualnie alternatywa dla totemów reklamowych, szczególnie na terenach komercyjnych, przy centrach handlowych czy wzdłuż głównych ciągów komunikacyjnych. Istnieje wiele rozwiązań technicznych umożliwiających mocowanie materiału flagowego do masztu, takich jak systemy z linkami, ramionami czy prowadnicami, które pozwalają na ograniczenie nadmiernego falowania tkaniny i zapewniają bardziej stabilną oraz czytelną ekspozycję grafiki.



Fot. 1.14-1 Flaga reklamowa



Fot. 1.14-2 Flaga reklamowa



Fot. 1.14-3 Flaga reklamowa



Fot. 1.14-4 Flaga reklamowa

## 1.15 Winder

<b>SZYLD</b>	<b>CZĘSTO</b>	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	<b>CZĘSTO</b>
<b>GABARYTY</b>	Wysokość zwykle od 2 do 3m.	<b>POŁOŻENIE</b>	przed wejściami do lokali, przy ciągach komunikacyjnych
<b>MOCOWANIE</b>	Maszt i stelaż z podstawą nietrwale związany z gruntem.	<b>MATERIAŁY</b>	maszt stalowy lub aluminiowy, flaga poliestrowa

Windery, czyli flagi reklamowe nietrwale związane z gruntem, stanowią powszechnie spotykaną formę reklamy zewnętrznej i pod wieloma względami można je porównać do banerów. Ich rosnąca popularność wynika przede wszystkim z niskich kosztów zakupu, prostoty montażu oraz możliwości szybkiego przestawiania w dowolne miejsce. Te same cechy sprawiają jednak, że w przestrzeni publicznej często występują w sposób chaotyczny i nieuporządkowany, co negatywnie wpływa na estetykę otoczenia. Brak trwałego związania z gruntem oraz jednoznacznych zasad lokalizacji powoduje, że są one ustawiane w nadmiernej liczbie, w przypadkowych miejscach i bez zachowania spójności wizualnej. W efekcie windery mogą prowadzić do wizualnego, a w skrajnych przypadkach nawet ograniczać widoczność lub komfort poruszania się pieszych.



Fot. 1.15-1 Winder



Fot. 1.15-2 Winder



Fot. 1.15-1 Winder



Fot. 1.15-2 Winder

## 1.16 Stojak reklamowy

SZYLD	CZĘSTO	NOŚNIK REKLAMY	CZĘSTO
<p><b>GABARYTY</b></p> <p>Zwykle mają wysokość do 1,2m i powierzchnię reklamową 0,6 x 0,9 m<sup>2</sup>. Stojaki występują zazwyczaj w dwóch rodzajach: A lub odwrócona litera T.</p>		<p><b>POŁOŻENIE</b></p> <p>przy wejściach do lokali, na chodnikach</p>	
<p><b>MOCOWANIE</b></p> <p>Stojaki nie są trwale związane z gruntem. Można je zazwyczaj złożyć i przenieść.</p>		<p><b>MATERIAŁY</b></p> <p>tworzywo sztuczne, aluminium, drewno, tablica kredowa</p>	

Wolnostojące stojaki reklamowe, określane również jako potykacze, należą do najbardziej widocznych i bezpośrednich form przekazu marketingowego w przestrzeni publicznej. Dzięki swojej lokalizacji na poziomie wzroku przechodniów, skutecznie przyciągają uwagę i pozwalają na szybkie przekazanie informacji, takiej jak oferta dnia, promocja czy zaproszenie do lokalu. Jednocześnie ich stosowanie wymaga rozważenia, ponieważ niewłaściwie ustawione mogą powodować utrudnienia w poruszaniu się. Szczególnie problematyczne stają się w wąskich ciągach komunikacyjnych, gdzie ograniczają przestrzeń przeznaczoną dla pieszych, osób z wózkami dziecięcymi czy użytkowników wózków inwalidzkich. W takich miejscach potykacze pełnią rolę niepożądaną bariery, obniżając komfort korzystania z przestrzeni publicznej.



Fot. 1.16-1 Stojak reklamowy typu A



Fot. 1.16-2 Stojak reklamowy typu T



Fot. 1.16-3 Stojak reklamowy typu A



Fot. 1.16-4 Stojak reklamowy typu A

## 1.17 Słup ogłoszeniowo-reklamowy

<b>SZYLD</b>	NIE	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	TAK
<b>GABARYTY</b>	Wysokość zwykle od 2 do 4m, średnica podstawy między 0,6 a 1,6m.	<b>POŁOŻENIE</b>	przy drogach, przy parkingach, chodnikach, przy ważnych budynkach użyteczności publicznej
<b>MOCOWANIE</b>	Słupy zwykle są posadowione na fundamencie betonowym. Są trwale związane z gruntem.	<b>MATERIAŁY</b>	beton, tworzywo sztuczne

Słupy ogłoszeniowo-reklamowe to wysokie, smukłe konstrukcje o układzie pionowym, przeznaczone przede wszystkim do ekspozycji treści reklamowych i informacyjnych. Ze względu na swoją formę oraz dobrą widoczność najczęściej lokalizowany jest w miejscach o dużym natężeniu ruchu, takich jak place miejskie, przedpola ważnych instytucji publicznych itd. Dzięki temu przekaz umieszczony na słupach może skutecznie docierać do przechodniów. Słupy występują w zróżnicowanych gabarytach, jednak najczęściej spotykaną formą jest walec, który sprzyja równomiernej ekspozycji treści z każdej strony. W ujęciu historycznym słup reklamowo-ogłoszeniowy to jedno z najstarszych i najbardziej uporządkowanych rozwiązań stosowanych w reklamie zewnętrznej. Mogą one przyjmować postać nawiązującą do historycznych wzorców, harmonizując z zabytkową zabudową lub mieć nowoczesny, minimalistyczny wygląd, odpowiadający współczesnym przestrzeniom miejskim.



Fot. 1.17-1 Słup ogłoszeniowo-reklamowy

## 1.18 Tablica ogłoszeniowo-reklamowa

<b>SZYLD</b>	NIE	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	TAK
<p><b>GABARYTY</b></p> <p>Zróżnicowane wymiary w zależności od potrzeb. Wysokość około 2,5m, tablica na wysokości wzroku człowieka.</p>		<p><b>POŁOŻENIE</b></p> <p>przy drogach, przy ciągach pieszych</p>	
<p><b>MOCOWANIE</b></p> <p>Zwykle mocowane na fundamencie betonowym. Są trwale związane z gruntem.</p>		<p><b>MATERIAŁY</b></p> <p>aluminium, drewno, tworzywo sztuczne</p>	

Tablica ogłoszeniowa to wolnostojący element małej architektury, przeznaczony do prezentowania ogłoszeń informacyjnych oraz materiałów reklamowych o charakterze lokalnym. Najczęściej spotykana w przestrzeni publicznej przy drogach, ciągach pieszych, szkołach, świetlicach czy osiedlach, gdzie pełni funkcję komunikacyjną i reklamową. Tablica umożliwia umieszczanie plakatów, reklam oraz ogłoszeń lokalnych. Jej obecność sprzyja ograniczaniu chaotycznego rozwieszania ogłoszeń w przestrzeni publicznej, a odpowiednio zaprojektowana forma może harmonijnie wpisywać się w krajobraz i podnosić estetykę miejsca.



Fot. 1.18-1 Tablica ogłoszeniowo-reklamowa



Fot. 1.18-2 Tablica ogłoszeniowo-reklamowa



Fot. 1.18-3 Tablica ogłoszeniowo-reklamowa



Fot. 1.18-4 Tablica ogłoszeniowo-reklamowa

## 1.19 Pylon/totem

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	NIE
<b>GABARYTY</b>		<b>POŁOŻENIE</b>	
Wysokość od 2 do kilkudziesięciu metrów wysokości.		przy drogach, przy siedzibach firm, stacjach paliw, centrach handlowych, przy wjazdach na posesję,	
<b>MOCOWANIE</b>		<b>MATERIAŁY</b>	
Zwykle konstrukcja stalowa na fundamencie betonowym z mocowanymi tablicami działalności.		stal, aluminium, tworzywo sztuczne, oświetlenie LED	

Pylon/totem reklamowy stanowi wolnostojący, zbiorczy nośnik, pełniący funkcję rozbudowanego szyldu kilku działalności. Tego typu rozwiązania stosowane są przede wszystkim w sytuacjach, gdy siedziba firmy, lokal usługowy lub cały zespół obiektów znajduje się w znacznej odległości od ulicy, jest cofnięty w głąb działki lub gdy na jednym terenie funkcjonuje kilka różnych podmiotów gospodarczych. W takich przypadkach pylon ułatwia orientację w przestrzeni i jednoznacznie wskazuje miejsce dojazdu lub wejścia. Dzięki znacznej wysokości, pionowej formie oraz często stosowanemu podświetleniu pylony i totemy są dobrze widoczne z dużej odległości, zarówno dla kierowców poruszających się z większą prędkością, jak i dla pieszych. Konstrukcje te zazwyczaj składają się z kilku oddzielnych paneli lub modułów, na których umieszczone są nazwy firm, logotypy lub informacje o dostępnych usługach.



Fot. 1.19-1 Totem przy centrum handlowym



Fot. 1.19-2 Totem przy centrum handlowym

## 1.20 Przyczepa reklamowa

SZYLD	RZADKO	NOŚNIK REKLAMY	TAK
<p><b>GABARYTY</b></p> <p>Zazwyczaj od 2 do 5 m szerokości, od 1,5 do 4 m wysokości, od 5 do 12 m<sup>2</sup>, może być jednostronna lub dwustronna.</p>		<p><b>POŁOŻENIE</b></p> <p>parkingi, pobocza</p>	
<p><b>MOCOWANIE</b></p> <p>Konstrukcja własna, przyczepa na kołach, mobilna.</p>		<p><b>MATERIAŁY</b></p> <p>aluminium PCV (winyl)</p>	

Przyczepa reklamowa stanowi formę mobilnego nośnika reklamy, który jest montowany do pojazdu i może być przemieszczany wraz z nim. Konstrukcje tego typu wykonywane są z różnych materiałów, takich jak metal, tworzywa sztuczne czy drewno, a ich wielkość, forma i sposób ekspozycji przekazu są każdorazowo dostosowywane do indywidualnych potrzeb reklamodawcy oraz charakteru kampanii. Dzięki swojej mobilności przyczepy reklamowe umożliwiają dotarcie do szerokiego grona odbiorców w wielu lokalizacjach, co czyni je atrakcyjnym narzędziem promocji m.in. podczas targów, wydarzeń plenerowych, akcji promocyjnych czy w intensywnie użytkowanych przestrzeniach miejskich. Z drugiej strony jest to nośnik o ograniczonych walorach estetycznych, który może wprowadzać wizualny chaos w przestrzeni publicznej.



Fot. 1.20-1 Przyczepa reklamowa



Fot. 1.20-2 Przyczepa reklamowa



Fot. 1.20-3 Przyczepa reklamowa



Fot. 1.20-4 Przyczepa reklamowa

## 1.21 System szyldów

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	NIE
<b>GABARYTY</b>	Zróżnicowane – od małych słupków i tablic po większe panele menu i gabloty.	<b>POŁOŻENIE</b>	przy wjazdach, parkingach, w strefach drive-thru, wokół budynku.
<b>MOCOWANIE</b>	Zazwyczaj konstrukcja stalowa na fundamentach, gabloty na wspornikach, wolnostojące tablice.	<b>MATERIAŁY</b>	stal, aluminium, tworzywo sztuczne PCV, czasem ekrany LCD/LED

Jest to rozbudowany układ wielu różnorodnych nośników informacji i reklamy, które razem tworzą jedną, logiczną i spójną całość komunikacyjną. Tego typu rozwiązania spotykane są przede wszystkim w miejscach o dużej skali i złożonej organizacji przestrzeni, takich jak lokale typu drive-thru, centra handlowe czy rozległe tereny usługowe. Ich głównym zadaniem jest prowadzenie klienta w sposób intuicyjny przez kolejne etapy korzystania z oferty – od wjazdu na teren obiektu, przez zapoznanie się z menu lub ofertą, złożenie zamówienia, aż po jego odbiór. System szyldów obejmuje zazwyczaj zestaw elementów takich jak gabloty informacyjne, tablice z instrukcjami, słupki i znaki kierunkowe, podświetlane panele menu, ekrany cyfrowe czy banery. Nie funkcjonują one jako pojedyncze, niezależne nośniki, lecz jako kompleksowe środowisko reklamowo-informacyjne. Dzięki spójnej formie graficznej i czytelnemu układowi przestrzennemu, system ten porządkuje ruch klientów, zwiększa czytelność komunikatów oraz wspiera proces podejmowania decyzji zakupowych, poprawiając jednocześnie komfort korzystania z danej przestrzeni.



Fot. 1.21-1 System szyldów supermarketu



Fot. 1.21-2 System szyldów baru szybkiej obsługi

## 1.22 Reklama niestandardowa

<b>SZYLD</b>	TAK	<b>NOŚNIK REKLAMY</b>	TAK
<b>GABARYTY</b>	zróżnicowane	<b>POŁOŻENIE</b>	zależnie od formy
<b>MOCOWANIE</b>	zależne od rodzaju	<b>MATERIAŁY</b>	zróżnicowane

Reklama niestandardowa, czyli reklama niewpisująca się w żadną powyższą definicję.



Fot. 1.22-1 Reklama na figurze przestrzennej



Fot. 1.22-2 Reklama na figurze przestrzennej

## 2. Ogrodzenia

### 2.1 Ogrodzenia pełne



*Fot. 2.1-1 Ogrodzenie pełne murowane*



*Fot. 2.1-2 Ogrodzenie pełne prefabrykowane porośnięte rośliną zimozieloną*



*Fot. 2.1-3 Ogrodzenie pełne murowane tynkowane*



*Fot. 2.1-4 Ogrodzenie pełne murowane*



*Fot. 2.1-5 Ogrodzenie ażurowe uzupełnione materiałem*



*Fot. 2.1-6 Ogrodzenie ażurowe uzupełnione deską drewnianą*



*Fot. 2.1-7 Ogrodzenie ażurowe stalowe uzupełnione deską drewnianą*



*Fot. 2.1-8 Ogrodzenie ażurowe stalowe uzupełnione deską drewnianą*



*Fot. 2.1-9 Ogrodzenie pelne blaszane*



*Fot. 2.1-10 Ogrodzenie pelne gabionowe*

## 2.2 Ogrodzenia ażurowe



*Fot. 2.2-1 Ogrodzenie ażurowe z siatki*



*Fot. 2.2-2 Ogrodzenie ażurowe aluminiowe z elementów poziomych*



*Fot. 2.2-3 Ogrodzenie ażurowe murowane*



*Fot. 2.2-4 Ogrodzenie ażurowe stalowe z elementów pionowych*



*Fot. 2.2-5 Ogrodzenie ażurowe drewniane z elementów pionowych*



*Fot. 2.2-6 Ogrodzenie ażurowe stalowe*



*Fot. 2.2-7 Ogrodzenie ażurowe stalowe z elementów pionowych*



*Fot. 2.2-8 Ogrodzenie ażurowe stalowe z elementów pionowych*



*Fot. 2.2-9 Ogrodzenie ażurowe z siatki*



*Fot. 2.2-10 Ogrodzenie ażurowe stalowe z elementów pionowych*

### 3. Mała architektura

#### 3.1 Ławki



*Fot. 3.1-1 Ławka drewniana z oparciem*



*Fot. 3.1-2 Ławka drewniana z oparciem*



*Fot. 3.1-3 Ławka pod zadaszeniem*



*Fot. 3.1-4 Ławka drewniana z elementami metalowymi*



*Fot. 3.1-5 Ławka drewniana z elementami betonowymi*



*Fot. 3.1-6 Ławka drewniana z elementami metalowymi*



*Fot. 3.1-7 Ławka drewniana z oparciem*



*Fot. 3.1-8 Ławka drewniana*



*Fot. 3.1-9 Ławka metalowa z funkcją dźwięku i podświetlenia*

### 3.2 Kosze na śmieci



Fot. 3.2-1 Kosz na śmieci przy przystanku autobusowym



Fot. 3.2-2 Kosz na śmieci metalowy



Fot. 3.2-3 Kosz na śmieci metalowy z osłoną drewnianą



Fot. 3.2-4 Kosz na śmieci betonowy



*Fot. 3.2-5 Kosz na śmieci metalowy*



*Fot. 3.2-6 Kosz na śmieci z tworzywa sztucznego*



*Fot. 3.2-7 Kosz na śmieci betonowy*



*Fot. 3.2-8 Kosz na śmieci metalowy*

### 3.3 Gazony i osłony



*Fot. 3.3-1 Donica wielopoziomowa*



*Fot. 3.3-2 Donica okrągła*



*Fot. 3.3-3 Donica okrągła*



*Fot. 3.3-4 Donica wygradzająca parking*



*Fot. 3.3-5 Donica okrągła*



*Fot. 3.3-6 Donica okrągła*



*Fot. 3.3-7 Oslona wysoka*



*Fot. 3.3-8 Oslona niska*



*Fot. 3.3-9 Oslona niska*

### 3.4 Stojaki na rowery



*Fot. 3.4-1 Stojak na rowery*



*Fot. 3.4-2 Stojak na rowery*



*Fot. 3.4-3 Stojak na rowery*



*Fot. 3.4-4 Stojaki na rowery*



*Fot. 3.4-5 Stojak na rowery*



*Fot. 3.4-6 Stojaki na rowery*

### 3.5 Latarnie i lampy



*Fot. 3.5-1 Latarnia z dwoma źródłami światła*



*Fot. 3.5-2 Latarnia z dwoma źródłami światła*



*Fot. 3.5-3 Latarnia z dekoracją świąteczną*



*Fot. 3.5-4 Latarnia z jednym źródłem światła*

### 3.6 Słupki, separatory i barierki



*Fot. 3.6-1 Słupki separujące*



*Fot. 3.6-2 Słupki separujące*



*Fot. 3.6-3 Słupki separujące*



*Fot. 3.6-4 Stupki separujące*



*Fot. 3.6-5 Stupki separujące*



*Fot. 3.6-6 Bariierka separująca*



*Fot. 3.6-7 Ogrodzenie separujące plac zabaw*



*Fot. 3.6-8 Bariierka separująca*



*Fot. 3.6-9 Ogrodzenie drewniane ogródka gastronomicznego*