



Lublin, 19. 06. 2013 r.

**RN-076-34/2013**

**Pan**

**Jakub Jasiński**

**Dyrektor**

**Biura Projektów Programowych**

**Kancelaria Prezydenta RP**

Szanowny Panie Dyrektorze,

Zwracam się do Pana w związku z prowadzonymi konsultacjami społecznymi dotyczącymi projektu ustawy o zmianie niektórych ustaw mających na celu **wzmocnienie narzędzi ochrony krajobrazu**. Po zapoznaniu się z projektem ustawy stwierdzam, że wiele proponowanych zapisów dotyczy regulacji w zakresie lokalizacji oraz dopuszczalnej formy powierzchni reklamowych (billboardów). Mając na uwadze zarówno troskę o jakość polskiego krajobrazu jak i rozwój gospodarczy kraju ( w tym również sektora branży reklamowej), Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie podjął w 2012 roku autorskie badania naukowe nad wpływem powierzchni reklamowych na jakość krajobrazu miejskiego.

Decyzją Narodowego Centrum Nauki (DEC-2012/07/D/HS4/01569) w maju br. Uniwersytetowi Przyrodniczemu w Lublinie przyznany został grant badawczy na realizację zadania pt. „*Modelowanie widoczności powierzchni reklamowych w ocenie presji widokowej na publiczną przestrzeń miejską – podejście GIS*”. W ramach tego projektu badawczego opracowywana jest metoda zbierania i przetwarzania danych przestrzennych w sposób pozwalający na wygenerowanie modelu zasięgu widoczności powierzchni reklamowych, będącego podstawą do obliczania wskaźników presji widokowej jaką wywierają one na

przeestrzeń publiczną. W oparciu o stworzony **model widoczności i wskaźniki presji widokowych, możliwe stanie się racjonalne planowanie rozmieszczenia, liczby oraz typu reklam w przestrzeni miejskiej.**

Dzięki zaproponowanym wskaźnikom presji widokowej powierzchni reklamowych na przestrzeń publiczną, możliwa jest identyfikacja stref, w których wskaźniki przyjmują najwyższą wartość, a tym samym sugerują konieczność modyfikacji rozmieszczenia, kolorystyki oraz typu powierzchni reklamowych. Ponadto, wstępne wyniki badań pozwalają już dziś stwierdzić, iż pobieranie opłat za umieszczenie powierzchni reklamowych może odbywać się nie tylko na podstawie pola ich powierzchni ale przede wszystkim na podstawie wielkości obszaru na jaką emitowana jest treść reklamowa.

Projekt badawczy trwać będzie 3 lata (od czerwca 2013 do czerwca 2016), publikacje pierwszych wyników spodziewane są pod koniec 2014 r.

Z uwagi na powyższe, liczymy, iż wyniki prac badawczych prowadzonych przez Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie pomogą efektywnie kształtować wartości estetyczne krajobrazu miejskiego wraz z uwzględnieniem potrzeb rynku reklamy zewnętrznej.

Łączę wyrazy szacunku



.....  
Prof. dr hab. Stanisław Baran  
Prorektor ds. Nauki i Współpracy z Zagranicą  
Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie