

**Uchwała Nr 681/LXIX/98
Rady Miejskiej w Lublinie
z dnia 4 czerwca 1998 r.**

w sprawie określenia założeń polityki miasta w zakresie lokalizacji dużych obiektów handlowo — usługowych.

Na podstawie art. 7 i art. 18 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie terytorialnym (j.t. Dz. U. z 1996 r. Nr 13, poz. 74 z późn. zmianami) — **Rada Miejska w Lublinie uchwala, co następuje:**

§ 1

Ustala się założenia polityki miasta w zakresie lokalizacji dużych obiektów handlowo — usługowych, zgodnie z treścią załącznika nr 1 do uchwały.

§ 2

Założenia polityki miasta, o których mowa w § 1, stanowią wytyczne dla Zarządu Miasta i miejskich służb architektoniczno — urbanistycznych przy opracowywaniu studium uwarunkowań i zagospodarowania przestrzennego miasta oraz aktualizacji miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego miasta.

§ 3

Wykonanie uchwały powierza się Zarządowi Miasta Lublina.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

**Przewodniczący
Rady Miejskiej**


mgr Edmund Dąbrowski

Załącznik nr 1 do
Uchwały Nr 681/LXIX/98
Rady Miejskiej w Lublinie
z dnia 4 czerwca 1998 r.

ZAŁOŻENIA
POLITYKI MIASTA W ZAKRESIE LOKALIZACJI
DUŻYCH OBIEKTÓW HANDLOWO – USŁUGOWYCH
NA OBSZARZE MIASTA LUBLINA

Lublin, czerwiec 1998 r.

Spis treści:

1. Realizacja planu zagospodarowania przestrzennego miasta w zakresie obiektów handlowo – usługowych.
2. Przesłanki do formułowania polityki w zakresie lokalizacji dużych obiektów handlowo – usługowych.
3. Typy obiektów wielkokubaturowych oraz rejony ich lokalizacji
4. Wytyczne do określenia warunków lokalizacyjnych dużych obiektów handlowo – usługowych w studium uwarunkowań i zagospodarowania przestrzennego miasta oraz w aktualizowanych i nowych miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.

1. Realizacja planu zagospodarowania przestrzennego miasta w zakresie lokalizacji dużych obiektów handlowo-usługowych.

Przyjęty uchwałą Miejskiej Rady Narodowej w Lublinie Nr XV/91/86 z dnia 30 grudnia 1986 r. Plan Ogólny miasta Lublina, aktualizowany w 1993 r. — uchwała Nr L/500/93 Rady Miejskiej w Lublinie z dnia 21 października 1993 r., zakładał 3-stopniowy model obsługi mieszkańców, kształtujący strukturę urządzeń infrastruktury społecznej miasta, obejmujący:

I stopień — osiedlowy — przewidziany do urządzeń podstawowych lokalizowanych w granicach obsługiwanym przez nie terenów mieszkaniowych.

II stopień — dzielnicowy — przewidziany do urządzeń ponadpodstawowych związanych z obsługą zespołów strukturalnych jednostek mieszkaniowych wzbogacony wybranymi elementami programu ogólnomiejskiego.

III stopień — centralny — grupujący usługi ogólnomiejskie i elementy programu obsługi województwa i regionu.

Program zaspokojenia potrzeb mieszkańców w urządzenia infrastruktury społecznej wymiarowany był w planie w oparciu o średnie wskaźniki krajowe, które urealniono do lubelskich uwarunkowań i możliwości realizacyjnych.

Przyjęte w planie ustalenia uwzględniały odrobienie narosłych zaniedbań w wyposażeniu miasta w zakresie poszczególnych rodzajów usług powstałych w okresie poprzedzającym sporządzenie planu, jak również dalszy ich rozwój pozwalający na osiągnięcie średnich standardów krajowych.

Założeń planu nie udało się konsekwentnie realizować, głównie z powodów uwarunkowań gospodarczych. Rozwój miasta odbywał się w sposób bardzo selektywny. Większość środków kierowana była na zaspokojenie potrzeb mieszkaniowych odkładając realizację usług na bardziej sprzyjający okres.

Plan w niezmiennych uwarunkowaniach prawnych funkcjonował przez okres 3-4 lat. Transformacja ustrojowa po 1989 r. wywołała zasadniczą zmianę potrzeb realizacyjnych. Między innymi reaktywowanie samorządu terytorialnego, prawa własności, jak również uwarunkowania gospodarki – spowodowały wyhamowanie realizacji funkcji publicznych, przy

gwałtownym wzroście programu usług komercyjnych. W najbardziej widoczny sposób uległy przeobrażeniom na przestrzeni kilku ostatnich lat, usługi w zakresie handlu, gastronomii i rzemiosła. Działalność w tej sferze przejęta została głównie przez sektor prywatny, często z udziałem kapitału zagranicznego. Jednakże pomimo znacznego przyrostu sieci tych urządzeń nie tworzą one zgodnie z przyjętym w planie miasta modelem – wielofunkcyjnych ośrodków usługowych.

Plan zagospodarowania przestrzennego miasta nie wyznaczał terenów pod lokalizację dużych supermarketów, ponieważ ta forma handlu nie była w latach 80-tych w Polsce rozpowszechniona. Dlatego też, dla tego typu usług zaczęto poszukiwać terenów w dzielnicach przemysłowo – składowych oraz na obrzeżach strefy zurbanizowanej miasta podobnie jak to czyniono w innych krajach europejskich.

2. Przesłanki do formułowania polityki w zakresie lokalizacji dużych obiektów handlowych – usługowych.

Głównymi przesłankami determinującymi potrzebę określenia i treści polityki miasta w zakresie lokalizacji wielkokubaturowych obiektów handlowych są:

- 1) rozwój gospodarki rynkowej, i związany z tym wzrost zapotrzebowania i oferty w zakresie handlu i usług,
- 2) konkurencja firm handlowo-usługowych, nie tylko cenowa, ale również w sferze jakości, szerokości ofert i wygody klientów,
- 3) wzrost zainteresowania i aktywność na obszarze miasta dużych koncernów handlowych, preferujących działalność w obiektach o dużej skali.
- 4) przemiany społeczne tj.:
 - a) zmiana modelu zakupów rodzinnych (zakupy cotygodniowe)
 - b) wzrost zamożności społeczeństwa i wynikająca stąd zmiana struktury zakupów,
- 5) przesłanki planistyczne, wynikające z konieczności:
 - a) ochrony roli i żywotności centrum miasta
 - b) zachowania ładu przestrzennego i ochrony krajobrazu miasta
 - c) poprawy warunków zaspokojenia potrzeb mieszkańców w zakresie handlu i usług
 - d) uwzględnienia zwiększenia udziału komunikacji indywidualnej w potokach

ruchowych wynikającego z rozmieszczenia placówek handlowo-usługowych w oddaleniu od miejsca zamieszkania

- c) zapewnienia możliwości obsługi transportowej dla miejsc parkingowych i dojazdów do centrów handlowo-usługowych przede wszystkim transportem publicznym (uzależnienie lokalizacji obiektów od powiązania ich z siecią transportu publicznego).

Szczególnym powodem i okazją dla określenia założeń polityki miasta w tej dziedzinie są poza tym, prowadzone aktualnie prace nad studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta oraz aktualizacją obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego. Założenia stanowiąc będą wytyczne dla służb miejskich wykonujących te opracowania.

3. Typy obiektów wielkokubaturowych oraz rejony ich lokalizacji

Przy formułowaniu planistycznych opracowań w częściach dotyczących obiektów wielkokubaturowych należy rozróżnić ich następujące typy, determinujące w istotny sposób lokalizację tych obiektów:

- 1) **Supermarkety** – magazyny spożywcze o 5.000 ÷ 10.000 m² powierzchni całkowitej, a z rozszerzonym wyborem towarów do ok. 15.000 m² powierzchni całkowitej. Przewaga towarów spożywczych i codziennego użytku uzupełnionych przez wybrane towary przemysłowe, głównie artykuły gospodarstwa domowego, a także odzieżowe i elektryczne. Głównie nastawione są na klientów zmotoryzowanych.
- 2) **Hipermarkety** – pełnią podobną funkcję jak supermarkety, przy czym są to jednostki ok. 20.000 m² powierzchni całkowitej z artykułami spożywczymi lub odzieżowymi. Obsługują głównie klientów zmotoryzowanych.

Z uwagi na funkcje jakie pełnią, supermarkety i hipermarkety powinny być lokowane poza obszarami intensywnego zainwestowania miejskiego, z dala od istniejących centrów handlowo-usługowych, przy zachowaniu zasady dogodnego i niekolizyjnego dojazdu oraz parkowania (w przypadku hipermarketów miejsca postojowe na kilka tysięcy samochodów), jak również przy trasach wylotowych z miasta, również na kierunkach sobotnio – niedzielnego wypoczynku. Pożądane są również dogodne powiązania z liniami transportu publicznego. Możliwości lokalizacyjnych należy szukać na terenach rezerwowanych pod składy i bazy (z uwagi na podobny wielkogabarytowy charakter zabudowy, jak również formę w jakiej składowany jest towar).

Ponadto występują także formy dużych obiektów handlowych o bardziej zróżnicowanych formach architektonicznych, z możliwością bardziej elastycznego dostosowania do tkanki urbanistycznej :

3) Megasamy – duże samoobsługowe sklepy spożywcze do ok. 5000 m² powierzchni całkowitej. Obsługują klientów zarówno zmotoryzowanych jak i pieszych. Oferują szeroki asortyment towarów spożywczych i zaspokajają potrzeby w zakresie tak codziennych jak i tygodniowych zakupów. Lokalizacja tych obiektów głównie w terenach skupisk zabudowy mieszkaniowej w ich centrum lub na obrzeżu, przy zapewnieniu miejsc parkingowo – postojowych oraz bezpiecznego włączenia do miejskiego układu drogowego.

4) Centra handlowo – usługowe – obiekty wielofunkcyjne. Są to atrakcyjnie i wygodnie urządzone zespoły sklepów prowadzących sprzedaż różnego typu towarów oraz firm handlowych i usługowych znajdujących się przeważnie pod wspólnym dachem i posiadających zintegrowany system komunikacji klientów i obsługi zaplecza. Wielkość dużych hal sprzedażnych nie przekracza 3.000 m² powierzchni całkowitej, ale przeważająca część powierzchni użytkowej (ponad 50%) zorganizowana jest jako niewielkie lokale do wynajęcia. Lokalizacja w dużych dzielnicach mieszkaniowych i w centrach obsługujących ich mieszkańców przy spełnieniu warunków komunikacyjnych wskazanych w punkcie 3.

4. Wytyczne do określenia warunków lokalizacyjnych dużych obiektów handlowo – usługowych w studium uwarunkowań i zagospodarowania przestrzennego miasta oraz w aktualizowanych i nowych miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego

Zastosowany w poprzedniej edycji planu trójstopniowy system ośrodków usługowych został zrealizowany w dość ubogim zakresie. Przemiany własnościowe i rozwój gospodarki rynkowej wymagają rewizji dotychczasowych ustaleń planistycznych i dostosowanie ich do nowych okoliczności. Mając na względzie wskazane w pkt 2 przesłanki, wśród nich zaś to, że duże centra handlowo-usługowe stają się nieodłącznym elementem rynku i struktury przestrzennej miasta, uznaje się za właściwe określenie warunków ich lokalizacji w opracowaniach planistycznych, w szczególności nowej edycji planu zagospodarowania przestrzennego, z uwzględnieniem następujących zasad:

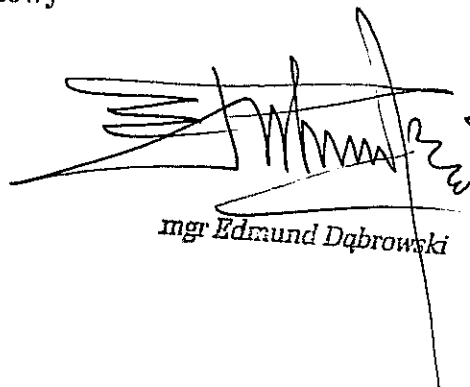
- 1) **przy wylotach dróg tranzytowych z miasta** – mogą być wyznaczone obszary pod hipermarkety, supermarkety lub megasamy o formie architektonicznej respektującej otoczenie krajobrazowe. Lokalizacje te wiążą się z przeznaczeniem znacznej powierzchni terenu na parkingi naziemne, których urządzenie powinno być związane z wyjątkowo staranną aranżacją zieleni.
- 2) **w strefach przemysłowo-składowych miasta** – dopuszcza się supermarkety lub duże hale handlowe oferujące sprzedaż produktów przemysłowych (meble, art. gospodarstwa domowego, materiały budowlane) i spożywczych (o ile nie stoi to w sprzeczności z otaczającymi obiektami przemysłowymi), o powierzchni użytkowej wynikającej z chłonności terenu, z zapewnieniem dobrego dojazdu z głównych tras komunikacyjnych miasta i ze stosownym zapleczem parkingowym. Przy aranżacji parkingów naziemnych należy zwracać uwagę na realizację zieleni ochronnej. Z uwagi na charakter otoczenia wymogi architektoniczne dla tych obiektów nie wykraczają poza ogólne wskazania wynikające z ich kontekstu w krajobrazie miejskim dzielnic przemysłowych..

- 3) **na terenach przewidywanych w planie pod budowę centrów handlowo-usługowych dla obsługi dużych osiedli należy uwzględnić** - jako element ich programu – obiektów w formie megasamów lub zespołów handlowo-usługowych hal głównych nie przekraczających 2.000 m² powierzchni całkowitej, z wymogiem stosowania starannej kompozycji architektonicznej stymulującej humanizację przestrzeni osiedlowej, z częścią przeznaczoną dla mniejszych lokali handlowo-usługowych do wynajęcia w ilości nie mniejszej niż 30% całkowitej powierzchni użytkowej obiektu. Parkingi dla tych obiektów należy rozwiązywać jako wielopoziomowe, w miarę możliwości terenowych - podziemne, przy rozważeniu ich wykorzystania jako parkingi dla mieszkańców osiedli poza godzinami handlu. Przy kształtowaniu otoczenia tych obiektów wymagane jest staranne urządzenie zieleni zapewniające izolację od terenów mieszkaniowych. Udział w całym zespole usług osiedlowych powierzchni przewidzianej pod duże obiekty handlowe powinien być limitowany w zależności od lokalnego zapotrzebowania mieszkańców otaczających osiedli na usługi niekomercyjne.
- 4) **na terenach żywiłowej aktywności handlowej o nieuporządkowanym obecnie charakterze zainwestowania** – gdy są to tereny o tradycji targowej (m.in. targowisko na Podzamczu lub tereny przy dworcu kolejowym, po przekształceniu układu komunikacyjnego), powinno się dopuścić - jeśli nie istnieją ważne powody dla innego przeznaczenia tych terenów w przyszłości – budowę centrów handlowo-usługowych uwzględniających specyfikę tych obszarów. Charakter przestrzenny tych obiektów powinien być analizowany każdorazowo indywidualnie — co wyklucza stosowanie typowych projektów architektonicznych. Podstawowym celem powstania takich centrów jest zapewnienie korzystniejszych warunków przestrzennych już działającym na tych obszarach podmiotom gospodarczym. Wprowadzanie nowych podmiotów handlowych ma charakter pomocniczy (ułatwienie finansowania inwestycji i rozszerzenie oferty handlowej lub usługowej). W przygotowaniu takich inwestycji samorząd odgrywać będzie rolę jednego z głównych partnerów, gwarantującego prawidłowość inwestycji (w tym towarzyszących im rozwiązań drogowych) i określającego wymogi jakościowe, a jednocześnie realizującego politykę lokalnego rozwoju gospodarczego i tworzenia miejsc pracy.

Powyższe warunki powinny z jednej strony zapewnić poprawę obsługi mieszkańców miasta i okolic i stymulować rozwój gospodarczy, z drugiej zaś zagwarantować odpowiednią jakość tych obiektów i ich prawidłowe „wpisanie się” w strukturę przestrzenną miasta. Zarazem ich spełnienie ograniczać będzie niebezpieczeństwo negatywnych skutków rozwoju tych obiektów dla drobnej działalności handlowo-usługowej.

Należy przewidywać, że rozwój sieci dużych obiektów handlowo-usługowych w oparciu o określone wyżej zasady mieć będzie pozytywny wpływ na:

- a) ożywienie gospodarcze
- b) przyciąganie kapitału międzynarodowego
- c) wzbogacenie rynku pracy
- d) rozszerzenie oferty dla obsługi ludności miasta i regionu
- e) urozmaicenie architektoniczne zabudowy



mgr Edmund Dąbrowski