



Wiele hałasu o reklamy

2022-05-10

Radni z Komisji Planowania Przestrzennego i Ochrony Środowiska dyskutowali m.in. o realizacji tzw. uchwały krajobrazowej.

Uchwała w sprawie ustalenia „Zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń” podjęta została 26 lutego 2020 r., weszła w życie 1 lipca 2020 r. Natomiast do końca czerwca 2022 r. obowiązuje okres przejściowy. Nowe regulacje prawne dadzą realną możliwość walki z elementami przestrzeni publicznej, które negatywnie wpływają na jej odbiór. Przedmiotowa uchwała stanowi akt prawa miejscowego i dotyczy całego obszaru gminy, z wyłączeniem terenów zamkniętych, innych niż ustalonych przez ministra właściwego do spraw transportu. Przedmiotem regulacji uchwały ustalającej "Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń" są gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane nośniki reklamowe i urządzenia reklamowe oraz ogrodzenia i elementy małej architektury.

Zarządzeniem Prezydenta Miasta Krakowa z 15 lipca 2021 r. w Wydziale Architektury i Urbanistyki powstały dwa referaty ds. Realizacji uchwały krajobrazowej w zakresie tablic/urządzeń reklamowych. Od tego czasu wszczęto 903 postępowania. – Naszym głównym zamiarem jest skuteczne wyczyszczenie miasta z nieestetycznych reklam, niezgodnych z zapisami uchwały, a nie karanie ich właścicieli grzywnami – mówił Adam Bik-Multanowski, zastępca dyrektora Wydziału Architektury i Urbanistyki. Zarówno on, jak i Agnieszka Zadak, zastępca dyrektora Zarządu Dróg Miasta Krakowa ds. Zajęcia Pasa Drogowego podkreślali, że jest to postępowanie czasochłonne i drobiazgowie. ZDMK zajmuje się reklamami znajdującymi się w pasie drogowym. Obecnie toczy się 711 postępowań w sprawie usunięcia reklam z pasa drogowego, które są niezgodne z zapisami uchwały.

Radny Michał Starobrat pytał, do kiedy będzie zinwentaryzowane całe miasto i czy jest jakiś konkretny plan działania. Zastępca dyrektora Wydziału Architektury i Urbanistyki odpowiadał, że ze względu na specyfikę i zmienność lokalizacji reklam nie będzie to nigdy pełna inwentaryzacja. ZDMK skupia się obecnie na terenach parków kulturowych oraz ulic wlotowych do miasta, ale stopniowo będą też kontrolowane inne ulice w Krakowie.

Obecni na posiedzeniu Komisji przedstawiciele firm związanych z branżą reklamową mówili o konieczności wydłużenia okresu przejściowego. – W związku z zapisami uchwały spółka AMS straci 90 proc. nośników reklamowych w Krakowie – mówił podczas posiedzenia Komisji Wojciech Zdanowicz, członek zarządu AMS.

Radny Michał Starobrat mówił o potrzebie powołania zespołu, który wypracowałby potrzebne zmiany w uchwale krajobrazowej. Natomiast Jerzy Muzyk, zastępca Prezydenta Miasta Krakowa ds. zrównoważonego rozwoju podkreślał, że jakiegokolwiek działania w tym kierunku możliwe będą dopiero po upływie okresu dostosowawczego, czyli od lipca 2022 r.

Więcej o uchwale krajobrazowej można przeczytać tu.