

Uchwała krajobrazowa przynosi efekt

Mniej reklam w mieście

Widać efekty obowiązujących od prawie dwóch lat „Zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń”, czyli w skrócie tzw. uchwały krajobrazowej. Dzięki jej zapisom w przestrzeni miasta liczba reklam przy ulicach Krakowa znacząco się zmniejszyła.

Kontrole i postępowania trwają

Od początku obowiązywania uchwały krajobrazowej Zarząd Dróg Miasta Krakowa wszczął szereg postępowań administracyjnych względem właścicieli reklam znajdujących się w przestrzeni pasa drogowego. W decyzjach administracyjnych orzeczono nałożenie kar pieniężnych. ZDMK realizuje również coroczny plan kontroli.

Coraz mniej reklam (po 1 lipca br widać to gołym okiem)

W trakcie dotychczasowych kontroli zinwentaryzowano nośniki reklamowe i doprowadzono do usunięcia reklam, które naruszały zapisy uchwały krajobrazowej.

Od wejścia w życie uchwały ZDMK nie wydaje nowych zezwoleń, w tym na umieszczanie reklam na słupach oświetlenia ulicznego. Usunięto też te, którym wygasł termin ważności zezwolenia. W przypadkach reklam znajdujących się poza pasami dróg sprawy prowadzi Wydział Architektury i Urbanistyki UMK. Pracownicy tego wydziału kontrolują legalność zamieszczanych reklam i zajmują się zgłoszeniami zarówno ze strony mieszkańców, jak i jednostek miejskich.

Okres dostosowawczy

Uchwała krajobrazowa obowiązuje od 1 lipca 2020 r., co oznacza, że każda nowa reklama umieszczana po tej dacie ma być w pełni zgodna z zawartymi w uchwale zasadami. Natomiast reklamy istniejące w przestrzeni publicznej przed datą wejścia w życie tej uchwały, objęte zostały okresem dostosowawczym, który wynosi 24 miesiące (do 30 czerwca 2022 r.)

Uchwała dzieli miasto Kraków na trzy strefy, z czego trzecia z nich została podzielona na mniejsze obszary: Stare Miasto, Nowa Huta i Śródmieście. W uchwale wyróżniono też ciągi ulic wylotowych z miasta oraz tereny towarzyszące obiektom prowadzącym handel. Dla każdej z tych stref i obszarów określono odrębne zasady i standardy jakościowe – obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

Przypomnijmy, po długiej dyskusji, z udziałem m.in. mieszkańców i przedstawicieli branży reklamowej, krakowscy radni miejscy w 2020 r. podjęli uchwałę w sprawie ustalenia „Zasad warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń”, czyli tzw. uchwałę krajobrazową. Za było 36 radnych, 3 wstrzymało się od głosu.

Poprawa standardów jakościowych i estetyki przestrzeni publicznej to podstawowy cel tzw. uchwały krajobrazowej, której projektem zajmowała się Rada Miasta Krakowa od jesieni 2015 r. Projekt był trzykrotnie wykładany do publicznego wglądu (w 2017, 2018 i 2019 r.). Do pierwotnej propozycji wprowadzano zmiany, a nowe rozwiązania były szeroko dyskutowane i

Uchwała krajobrazowa przynosi efekt

Wpisany przez Podwawelski.pl
poniedziałek, 04 lipca 2022 14:41

konsultowane ze wszystkimi zainteresowanymi stronami. Do projektu wpłynęło ponad 30 poprawek, ale większość z nich ich autorzy wycofali, uznając argument podnoszony przez Grzegorza Janygę, zastępcę dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego UMK, że ich przyjęcie spowoduje konieczność powtórzenia czynności proceduralnych.

– Powinniśmy dać szansę tej uchwale. Dokument może nie jest idealny, ale staraliśmy się uwzględnić sugestie mieszkańców. Zdaje sobie jednak sprawę, że nasze propozycje budzą sprzeciw części branży reklamowej – mówił Jerzy Muzyk, zastępca prezydenta Krakowa ds. zrównoważonego rozwoju.

(Źródło: KROPKA, UMK)