Magiczny Kraków

Wciąż bez decyzji o uchwale krajobrazowej

2018-09-27

Na sesji Rady Miasta Krakowa radni wciąż nie podjęli decyzji w sprawie uchwały krajobrazowej, czyli zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Po pierwszym wyłożeniu do publicznego wglądu (od 21 sierpnia do 29 września 2017 r.) wpłynęły 94 uwagi, po drugim (od 9 kwietnia do 9 maja 2018 r.) złożono 384 uwagi. W pierwszym i drugim wyłożeniu uwzględniono lub częściowo uwzględniono, bądź z zastrzeżeniem 240 postulatów mieszkańców, zawartych w przesłanych do miasta uwagach.

Stworzenie nowych przepisów nie jest rzeczą prostą, czego dowodem są wyroki sądów administracyjnych uchylających „uchwały krajobrazowe" w innych gminach. Mimo że Kraków przystąpił do sporządzania „uchwały krajobrazowej" jako pierwsze tak duże miasto, nie chcąc obierać drogi na skróty, prowadziliśmy szerokie – znacznie wykraczające poza wymagania ustawowe – konsultacje, staraliśmy się też uniknąć wad w projekcie uchwały. Analizowano zastrzeżenia, które kierowane są w stosunku do dokumentów opracowanych przez inne miasta i wyciągano z nich wnioski.

W czasie 3-letniego procesu opracowywania dokumentu był on nie tylko szeroko konsultowany, ale i dwukrotnie wykładany do publicznego wglądu. Po raz pierwszy od 21 sierpnia do 29 września 2017 r. Ponownie od 9 kwietnia do 9 maja 2018 r. Mieszkańcy w obu przypadkach mogli zgłaszać uwagi do projektu.

Uwagi do projektu złożone podczas pierwszego wyłożenia tzw. „uchwały krajobrazowej" zostały złożone przez **35** podmiotów. Ostateczna liczba rozpatrywanych przez prezydenta postulatów wynosiła **431** (zawartych w 94 uwagach), niemniej jednak postulaty te dotyczyły wielokrotnie podobnych zagadnień odnoszących się do zasad i warunków zawartych w projekcie uchwały. Uwzględniono 61 postulatów, częściowo lub z zastrzeżeniem – 120, nie uwzględniono – 169, z zastrzeżeniem – 55, a 26 postulatów nie stanowiło uwag.

Przychylając się do głosów mieszkańców, wprowadzone zostały m.in. zmiany w zakresie załączników graficznych. Zmiany dotyczyły zarówno przebiegu granic dla poszczególnych stref jak również liczby załączników. Ostatecznie opracowano jeden wspólny załącznik graficzny i zastosowano w nim podział na strefy dedykowany dla wszystkich trzech zagadnień regulowanych w uchwale: obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Zmieniany projekt uchwały został również uzupełniony w zakresie zapisów określających zasady i warunki dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do nowych przepisów, co wynikało w szczególności z analizy rozstrzygnięć organów nadzorczych w stosunku do uchwał reklamowych innych gmin.

Zapisy dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na czas wydarzeń plenerowych zostały przeredagowane w celu uniemożliwienia sytuowania w obszarze Starego Miasta tzw. „kubów", czyli banerów reklamowych sytuowanych na tymczasowych sześciennych konstrukcjach. Jednoznacznie sformułowany zostanie zakaz sytuowania takiej formy reklamy. Uwagi

złożone do projektu uchwały, miały swoje odzwierciedlenie również w zmianach, jakie zostały wprowadzone do zasad i warunków sytuowania szyldów. O możliwości sytuowania szyldów na nieruchomości decydować będzie nie tyle kwestia ilości szyldów, lecz kwestia łącznej dopuszczonej powierzchni szyldów na obiekcie. Powierzchnia elewacji przeznaczona do sytuowania komunikatów wizualnych w formie szyldów, a dla wybranych stref również w reklam, została określona w zakresie procentowym.

Przy ponownym wyłożeniu do publicznego wglądu uwagi złożyły **324 podmioty**. Łączna liczba rozpatrywanych przez prezydenta postulatów zawartych w tych uwagach wynosiła **687**. Niemniej jednak, w przypadku ponownego wyłożenia postulaty te dotyczyły wielokrotnie podobnych zagadnień odnoszących się do zasad i warunków zawartych również w projekcie uchwały i często było powieleniem postulatów składanych już podczas pierwszego wyłożenia, a nieuwzględnionych przez prezydenta.

Najliczniejsza grupa uwag – 324 uwagi – zawierała postulat zniesienia zakazu grodzenia niezabudowanych nieruchomości. Tak duża liczba uwag stanowiła efekt odbywającego się równocześnie (od 11 kwietnia do 11 maja 2018 r.) wyłożenia projektu miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego „Dla wybranych obszarów przyrodniczych miasta Krakowa”. Właściciele terenów objętych sporządzanym projektem planu miejscowego postulowali dopuszczenie możliwości sytuowania ogrodzeń niezabudowanych działek, pomimo, że obecnie większa część tych działek pozostaje nieogrodzona.

Jednym z głównych założeń projektu uchwały było uregulowanie kwestii sytuowania ogrodzeń, tak aby Kraków można było określać mianem miasta otwartego, bez tworzenia zamkniętych enklaw zabudowy, a także aby ograniczyć liczbę obiektów szpecących krajobraz. W tym miejscu należy zaznaczyć, że projekt uchwały od samego początku zakładał możliwość sytuowania ogrodzeń, ale określał zasady, na których może się to odbywać. Uwzględnione uwagi dotyczyły doprecyzowania zapisów projektu uchwały w zakresie regulacji dotyczących dopuszczenia sytuowania ogrodzeń, oraz umożliwienia grodzenia terenów zieleni, rekreacji i wypoczynku, w tym parki, wyposażonych w obiekty budowlane takie jak m.in.: place zabaw, ogródki jordanowskie, boiska sportowe, korty i inne urządzenia sportowe, wypożyczalnie sprzętu sportowego.

7 uwag dotyczyło kwestii sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na wyposażeniu ogródków gastronomicznych, stoisk targowych, handlowych i wystawienniczych. Wnosiły one o dopuszczenie dodatkowego szarego koloru czaszy parasola, o doprecyzowanie zapisów w taki sposób, by nie budziły wątpliwości interpretacyjnych, a także o dopuszczenie montażu tafli szklanych o wysokości do 1,8 m w okresie zimowym. Wszystkie te uwagi zostały uwzględnione.

Spośród pozostałej grupy uwag zdecydowana większość złożona została przez przedstawicieli branży reklamowej, firmy świadczące usługi dla branży reklamowej oraz podmioty prowadzące działalność gospodarczą głównie w zakresie handlu. **Uwagi odnośnie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych** (poza uwagami w zakresie targowisk oraz ogródków gastronomicznych) **wpłynęły od 23 podmiotów**. Z wyżej wymienionych uwag 21 zostało złożone przez firmy reklamowe bądź przedstawicieli tych firm, a **jedynie dwie uwagi** w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych **złożyły osoby prywatne**.

Magiczny Kraków

Uwagi składane do projektu uchwały w zakresie zasad sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, miały najczęściej bardzo złożony charakter i dotyczyły bardzo szczegółowych kwestii, wymagających indywidualnego rozpatrywania licznych postulatów w ramach jednej uwagi. W sytuacjach dotyczących dokonania nieznacznych korekt ustaleń, nie kolidujących z fundamentalnymi założeniami opracowywanego projektu uchwały, uwagi te były uwzględniane, tak jak w przypadku zwiększenia dopuszczalnej wysokości masztów flagowych z 10 m do 12 m, czy też zwiększenia dopuszczalnej wysokości wolnostojących reklam na terenach towarzyszących obiektom usług z 3 do 3,5 m i zwiększenia powierzchni ekspozycji reklamy z 4 do 5 m^2, tak aby gabaryty te były zbieżne z gabarytami innych wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

Uwzględnione również zostały uwagi dotyczące usunięcia z projektu uchwały zakazu sytuowania murali (ręcznie malowanych reklam). Kwestia sytuowania reklam w postaci murali reklamowych była już szeroko dyskutowana w ramach prowadzonych na wcześniejszym etapie konsultacji. Przychylając się do kolejnych głosów w tej sprawie, uznano ze zasadne jest, aby ta forma reklamy traktowana była równorzędnie z innymi nośnikami. Zmieniony i doprecyzowany został również zapis projektu uchwały definiujący pojęcie muralu reklamowego.

Doprecyzowana została kwestia sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obiekcie budowlanym, w sytuacji w której posiada on więcej niż jedno wejście lub więcej niż jedną elewację frontową. W efekcie uwzględnienia uwagi nastąpiła zmiana definicji elewacji frontowej parteru i głównego wejścia do obiektu. W wyniku uwzględnienia uwagi uproszczony został zapis określający możliwość zwiększenia powierzchni ekspozycji szyldów na obiekcie.

Uwzględniono także uwagę w zakresie umożliwienia prowadzenia usług gastronomicznych w restauracjach obsługujących osoby zmotoryzowanych, bez wysiadania z samochodu, poprzez dopuszczenie sytuowania podświetlanych tablic, na których, przedstawia się zdjęcie produktu i cenę zakupu.

Przychylono się również do postulatów zawartych w 12 uwagach, dotyczących dopuszczenia możliwości sytuowania słupów plakatowo-reklamowych tzw. okrąglaków na terenie I Strefy. Dopuszczona została możliwość umieszczania okrąglaków na części terenu Krowodrzy i Łagiewnik, tj. na obszarach, na których takie nośniki obecnie występują. Projekt uchwały dopuszcza sytuowanie słupów plakatowo-reklamowych na ww. obszarach I Strefy przy spełnieniu pozostałych zasad i warunków zawartych w uchwale, m.in dotyczących odległości pomiędzy słupami plakatowo-reklamowymi nie mniejszej niż 200 metrów.

Co ważne, wprowadzanie nowych przepisów dotyczących sytuowania tablic i urządzeń reklamowych może budzić sprzeciw. Warto jednak pamiętać, że projekt uchwały określając precyzyjne zasady, na jakich mogą funkcjonować reklamy w przestrzeni publicznej i ich standardy, powinien przynieść również korzyści, przede wszystkim poprzez umożliwienie skutecznej walki z wszechobecnymi tzw. dzikimi reklamami. Te nośniki, które będą spełniały wymogi prawa miejscowego, z cała pewnością będą lepiej wyeksponowane, a więc komunikaty reklamowe będą docierały do większej liczby odbiorców.