



**Magiczny
Kraków**

Mniej reklam w mieście dzięki uchwale krajobrazowej

2021-09-04

Widać efekty obowiązujących od ponad roku „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.

O skuteczności krakowskiej uchwały krajobrazowej pisze serwis [WhiteMad.pl](https://www.whitemad.pl). W artykule można przeczytać o tym, jak zmienił się Kraków przez rok obowiązywania przepisów dotyczących porządkowania przestrzeni publicznych z reklam.

Kontrole i postępowania trwają

Od początku obowiązywania uchwały krajobrazowej Zarząd Dróg Miasta Krakowa wszczął prawie pół tysiąca postępowań administracyjnych względem właścicieli reklam znajdujących się w przestrzeni pasa drogowego.

W decyzjach administracyjnych orzeczono nałożenie kar pieniężnych na prawie 600 tys. zł. Wydano też ponad 600 opinii dotyczących lokalizacji reklam.

ZDMK realizuje również coroczny plan kontroli. Obejmuje on kontrole ciągów ulic wylotowych, parków kulturowych Stare Miasto i Nowa Huta oraz teren planowanego parku kulturowego Kazimierz ze Stradomiem.

Coraz mniej reklam

W trakcie kontroli w tym roku zinwentaryzowano ponad tysiąc nośników reklamowych i doprowadzono do usunięcia 222 reklam.

Dla wszystkich kontrolowanych ulic ustalono przebieg pasa drogowego i zmierzono powierzchnie reklamowe nośników, znajdujących się w obrębie pasa drogowego lub na działkach.

Od wejścia w życie uchwały krajobrazowej ZDMK nie wydaje nowych zezwoleń, w tym na umieszczanie reklam na słupach oświetlenia ulicznego, w związku z czym usunięto ponad 800 takich reklam po wygaśnięciu terminu ważności zezwolenia.

Ponadto ZDMK w ponad 600 przypadkach nie zezwolił na umieszczenie reklamy ze względu na brak zgodności z zapisami uchwały krajobrazowej.

W przypadkach reklam znajdujących się poza pasami dróg sprawy prowadzi Wydział Architektury i Urbanistyki UMK.



Badanie legalności reklam

Pracownicy tego wydziału zarejestrowali dotychczas prawie 60 spraw dotyczących legalności oraz zgodności nośników reklamowych z uchwałą krajobrazową. Sprawy zgłaszali mieszkańcy, jednostki miejskie, były też wynikiem kontroli pracowników urzędu.

Zakończono działania wyjaśniające w 26 sprawach. W dziewięciu stwierdzono niezgodność nośnika z zapisami uchwały. W pozostałych przypadkach trwa ustalanie, czy reklama została wykonana zgodnie z obowiązującymi przepisami (w oparciu o pozwolenie na budowę lub zgłoszenie), kiedy zainstalowano reklamę (przed czy po 30 czerwca 2020 r.), kto umieścił dany nośnik reklamowy i czy jest on zgodny z wymogami uchwały krajobrazowej.

Jak dotychczas, nie zostało wszczęte żadne postępowanie w sprawie nałożenia kary pieniężnej na podstawie art. 37 d. ustawy z 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

Jeszcze rok okresu dostosowawczego

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. Wynosi on 24 miesiące, czyli 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.