



Propozycje zmian w uchwale krajobrazowej

2023-10-25

11 października radni zdecydowali o przystąpieniu do zmian w uchwale krajobrazowej. Propozycje tych zmian opracował specjalny zespół zadaniowy powołany przez prezydenta Krakowa. Modyfikacje zwykle dotyczą niezbędnych korekt oraz uzupełnień w treści dokumentu, ale nie oznaczają powrotu do stanu sprzed obowiązywania uchwały. Jedną ze zmian miałyby być zakaz wieszania reklam na rusztowaniach remontowanych budynków.

Uchwała krajobrazowa zaczęła obowiązywać w odniesieniu do wszystkich tablic i urządzeń reklamowych bez wyjątków, od 1 lipca 2022 roku. Od tego momentu korzystnie zmienił się krajobraz miasta, jednak wiele osób musiało dostosować się do nowych przepisów i zgłaszało w związku z tym swoje wątpliwości.

W reakcji na opinie mieszkańców, radnych i przedsiębiorców

W odpowiedzi na pytania i sugestie, formułowane również przez miejskich radnych i przedsiębiorców, zarządzeniem nr 3532/2022 z dnia 1 grudnia 2022 r., prezydent Krakowa powołał specjalny zespół zadaniowy, który miał przeanalizować zasadność wprowadzenia zmian w uchwale, przedstawić swoje rekomendacje i wstępne propozycje nowych przepisów.

Zgłoszono w sumie **177 propozycji zmian**. Zaopiniowano pozytywnie 57 z nich, co przełożyło się na **41 propozycji zmian przepisów**.

Zespół potwierdził, że wprowadzenie zmian w uchwale byłoby uzasadnione, jeżeli służyłoby doprecyzowaniu niektórych zapisanych w niej definicji i zasad. Dlatego zaproponowano kilka korekt, np. **korektę definicji elewacji frontowej, billboardu czy nazwy własnej**.

Uznano za potrzebne wyraźne rozgraniczenie, co reguluje uchwała krajobrazowa, a co regulują uchwały o parkach kulturowych. Zgodnie z propozycją zespołu, na obszarach parków uchwała krajobrazowa określałaby zasadnicze parametry, **czyli lokalizację tablic i urządzeń reklamowych**. Pozostałe kwestie regulowałyby uchwały o parkach kulturowych.

- Wraz z obowiązywaniem uchwały krajobrazowej stworzyliśmy odpowiednią strukturę organizacji zarówno w Zarządzie Dróg Miasta Krakowa, jak i w Wydziale Architektury i Urbanistyki, który zajmuje się egzekwowaniem przepisów uchwały. Na najbliższej sesji radni prawdopodobnie podejmą uchwałę o przystąpieniu do zmiany uchwały krajobrazowej, biorąc pod uwagę sugestie, które zostały wypracowane podczas prac zespołu zadaniowego, który zakończył prace w czerwcu tego roku. Chcemy, by zmiany w uchwale, które zostały zaproponowane, nie niwelowały efektu, jaki osiągnęliśmy w naszej przestrzeni i wyglądzie miasta – mówi Jerzy Muzyk, zastępca prezydenta Krakowa ds. zrównoważonego rozwoju.

W przypadku podjęcia przez Radę Miasta Krakowa uchwały o przystąpieniu do sporządzania nowej uchwały krajobrazowej, ustalenia zespołu mogą być podstawą do sformułowania jej projektu.



W trosce o małych przedsiębiorców

Zaproponowano wyjście naprzeciw przedsiębiorcom zgłaszającym utrudnienia wynikające z treści uchwały – np. **dotyczące szyldów**. Brane jest pod uwagę dopuszczenie szyldów w nowych miejscach, jednak bez zwiększania ich liczby na budynku i wokół niego. Przewidziano też korektę wymiarów szyldów, zwłaszcza tych, które są zlokalizowane na dachach.

– Nasze codzienne obserwacje pozwoliły wypracować dwa rozwiązania, które pozwolą tę dobrą uchwałę jeszcze poprawić. Po pierwsze widzimy, że wzrosła liczba okrągłaków reklamowych, co do których istnieje konieczność zacieśnienia przepisów. Podobnie jest w przypadku słupów. Obecnie obowiązuje kategoriyczny zakaz wieszania reklam na słupach oświetleniowych, ale wiemy, że w przestrzeni publicznej są jeszcze słupy teletechniczne czy słupy sygnalizacji świetlnej i spotykamy się na przykład z sytuacją, że znajduje się tam naklejka, która jest reklamą. Stąd konieczność doprecyzowania takich przypadków, potrzebujemy narzędzi do egzekwowania tej uchwały. Z drugiej strony widzimy możliwość poluznienia przepisów w zakresie szyldów małych przedsiębiorców – mówi Agnieszka Zadak, zastępca dyrektora ZDMK.

Zespół nie znalazł z kolei wystarczającego uzasadnienia dla przyjęcia postulatów zwiększenia liczby reklam, wprowadzania ich nowych form i wielkości. Zasadniczo utrzymano ograniczenia w zakresie możliwości umieszczania tablic, bilbordów, totemów i pylonów reklamowych, słupów plakato-reklamowych i wszelkiego rodzaju innych urządzeń reklamowych. W tym zakresie rekomendowane zmiany dotyczą głównie usunięcia pojawiających się niejasności interpretacyjnych lub wyciągnięcia wniosków z tego, jak w praktyce zadziałała uchwała. Rekomendowano też uwzględnienie w treści uchwały odwołania do przepisów odrębnych, nakazujących niekiedy umieszczanie treści informacyjno-reklamowych.

Przykładowe propozycje zmian w uchwale:

- Doprecyzowanie relacji pomiędzy uchwałą krajobrazową, a uchwałami o parkach kulturowych: uchwała krajobrazowa powinna określać lokalizację reklamy, a pozostałe kwestie powinny regulować uchwały o parkach kulturowych
- Wskazanie wprost, że dopuszczalne są tylko te formy tablic i urządzeń reklamowych, które są wymienione w uchwale
- Doprecyzowanie definicji muralu, totemu, bilbordu i elewacji frontowej
- Wprowadzenie szeregu poprawek **w zakresie szyldów** (m.in. uściślających i ujednolicających wymiary i formę szyldów, powierzchnię jaką mogą zajmować na elewacji a także dopuszczających ich umieszczanie na elewacjach bocznych i ogrodzeniach oraz na osłonach urządzeń technicznych na dachu, gdzie dopuszczono także większe ich wymiary niż obecnie)
- Doprecyzowanie kwestii reklam na automatach paczkowych
- **Zwiększenie obostrzeń dotyczących tablic i urządzeń na ścianach „ślepych”** (zmniejszenie ich wymiaru i ograniczenie lokalizacji tylko do I strefy)
- Dopuszczenie oznaczania poprzez logo właścicieli tzw. okrągłaków, zwiększenie minimalnej odległości między nimi i opracowanie wzorników dla obu form tych słupów
- Doprecyzowanie sposobu oświetlania reklam i ich odległości od skrzyżowań
- Wyłączenie z regulacji uchwały totemów i pylonów cenowych na stacjach paliw, czy też innych



tablic, których umieszczenie jest wymagane na podstawie odrębnych przepisów

- **Wykluczenie możliwości lokalizowania banerów reklamowych na rusztowaniach**
- Częściowe dopuszczenie kodów QR poprzez wyłączenie z przepisów uchwały
- Wprowadzenie drobnych korekt dotyczących ogrodzeń i małej architektury.

Uchwała krajobrazowa a wybory

Kodeks wyborczy narzuca obowiązek zapewnienia bezpłatnego umieszczania urzędowych obwieszczeń wyborczych oraz plakatów wyborczych (art. 114).

Uchwała krajobrazowa nie ingeruje w treść upowszechnianych informacji umieszczanych na odpowiednich nośnikach, podobnie jak nie ogranicza treści reklamy. Uchwała określa jedynie zasady, jakim powinny odpowiadać miejsca i przedmioty służące ekspozycji reklam. Dzieli też miasto na strefy, określając przepisy dla każdej z nich.

Należy też pamiętać, że uchwała krajobrazowa nie dotyczy wielu form upowszechniania informacji lub reklamy, takich jak reklama mobilna, tzw. potykacze, reklama umieszczana we wnętrzach budynków, na i w pojazdach, reklama w mediach, radiu, telewizji itd. Dopuszcza też czasowe umieszczanie wielu reklam w ramach tzw. przedsięwzięć plenerowych (trwających do 30 dni), które w innych przypadkach nie są dozwolone.

Wykonując obowiązki wynikające z kodeksu wyborczego, należy pamiętać o spełnieniu wymogów nie tylko uchwały krajobrazowej, ale także wymogów określonych w innych przepisach – jak np. ustawa – Prawo budowlane, ustawa o drogach publicznych czy uchwały o parkach kulturowych.

Dlatego prezydent Krakowa wyjaśnił, że w okresie kampanii wyborczej 2023 r. nie podlegają regulacjom uchwały krajobrazowej te nośniki na materiały wyborcze (czyli upubliczniony przekaz informacji wyborczej), które spełnią łącznie następujące warunki:

- Nie wymagają uzyskania pozwolenia na budowę
- Lokalizowane są na terenach prywatnych (czyli między innymi poza pasami dróg publicznych) za zgodą ich właścicieli
- Lokalizowane są poza parkami kulturowymi.

Szczegółowe informacje dotyczące proponowanych zmian są dostępne w [**Biuletynie Informacji Publicznej**](#).