Magiczny Kraków

Reklama w mieście na nowych zasadach

2020-06-30

Od środy, 1 lipca zaczną obowiązywać przepisy tzw. uchwały krajobrazowej, która została przyjęta przez Radę Miasta Krakowa pod koniec lutego. Dokument reguluje zasady i warunki sytuowania na terenie miasta obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

Podstawowym celem uchwały jest poprawa estetyki przestrzeni publicznej. W myśl uchwały miasto zostanie podzielone na trzy strefy, z czego III strefa zostanie podzielona dodatkowo na trzy podobszary – Stare Miasto, Nowa Huta i Śródmieście.

Z nowymi przepisami powinny się zapoznać osoby lub podmioty, które obecnie reklamują się w przestrzeni publicznej. Po wejściu w życie uchwały mają 24 miesiące na dostosowanie swoich reklam do jej wymogów oraz te, które dopiero planują reklamę. Dokument bowiem dopuszcza ograniczony katalog nośników reklamowych: bannery, billboardy o powierzchni 12 m² lub 18 m², słupy plakatowo-reklamowe (tzw. okrąglaki), panele reklamowe, murale reklamowe, totemy, pylony, wolnostojące tablice reklamowe lub wolnostojące urządzenia reklamowe o powierzchni ekspozycji reklamy mniejszej niż 5 m², szczegółowo określa tablice i urządzenia reklamowe, które mogą być umieszczane na obiektach budowlanych. Określa również warunki lokalizacji tych nośników w poszczególnych strefach czy ich podświetlenie.

Dokument precyzuje odległość montażu billboardu od budynku, umieszczanie paneli reklamowych np. w przejściach podziemnych, odległość tablic od skrzyżowań czy minimalną odległość między wolnostojącymi reklamami na terenach ulic wlotowych. Znajduje się w nim bardzo ważny zapis o zakazie umieszczania reklam na słupach oświetleniowych (w 2019 r. wydano 1 365 decyzji na umieszczenie reklam na słupach oświetlenia ulicznego). – Zachęcamy wszystkich, którzy mają reklamy w przestrzeni miasta do zapoznania się z nowymi przepisami regulującymi te kwestie od 1 lipca – mówi Marcin Hanczakowski, dyrektor Zarządu Dróg Miasta Krakowa. W przypadku niedostosowania się do wymogów trzeba będzie się liczyć z dodatkowymi opłatami, które wynikają z odrębnych zarządzeń Prezydenta Miasta Krakowa.

Na mocy przepisów nowej uchwały zmodyfikowana zostanie procedura ZDMK-27 (obecnie – Zezwolenie na zajęcie pasa drogowego dróg publicznych/ dróg wewnętrznych/ innych terenów w celu umieszczenia nośnika lub elementu informacji wizualnej, w tym na potrzeby prowadzenia kampanii wyborczej), która wraz z procedurą ZDMK-61 jest niezbędna do otrzymania decyzji na umieszczenie reklamy. – Wszystkie decyzje wydane przed datą wejścia w życie uchwały zachowują ważność, do momentu upływu terminu decyzji lub w przypadku dłuższego terminu maksymalnie do 30 czerwca 2022 r. (koniec okresu dostosowawczego) – podkreśla dyrektor Hanczakowski. Należy pamiętać, że pod koniec ubiegłego roku weszły nowe, wyższe opłaty za umieszczenie reklamy bez ważnej decyzji, co będzie miało odbicie w wysokości kary, w przypadku jej umieszczenia niezgodnie z przepisami nowej uchwały krajobrazowej. Zarząd Dróg Miasta Krakowa będzie naliczał opłaty w oparciu o przepisy ustawy o drogach publicznych.