



Mniej reklam w mieście dzięki uchwale krajobrazowej

2021-10-24

Minął rok od wejścia w życie w Krakowie uchwały krajobrazowej. Ma ona poprawić standard i estetykę przestrzeni publicznej. Już teraz widać, że przynosi widoczne efekty. Przypadki nielegalnych reklam można zgłaszać do Wydziału Architektury i Urbanistyki.

Od początku obowiązywania uchwały krajobrazowej Zarząd Dróg Miasta Krakowa wszczął 481 postępowań administracyjnych względem właścicieli reklam znajdujących się w przestrzeni pasa drogowego. Wydano 130 decyzji administracyjnych, orzekających o nałożeniu kary pieniężnej na ponad 585 tys. zł oraz ponad 600 opinii w kwestii lokalizacji reklam. ZDMK realizuje także coroczny plan kontroli. Plan ten obejmuje kontrole ciągów ulic wylotowych, parku kulturowego Stare Miasto, parku kulturowego Nowa Huta oraz tereny planowanego parku kulturowego Kazimierz ze Stradomiem.

Coraz mniej reklam

W wyniku przeprowadzonych kontroli, w tym roku zinwentaryzowano 1080 nośników reklamowych, z czego 313 znajduje się w przestrzeni pasa drogowego. Działania te doprowadziły do usunięcia 222 reklam. Od wejścia w życie uchwały krajobrazowej ZDMK nie wydaje nowych zezwoleń między innymi na umieszczanie reklam na słupach oświetlenia ulicznego, w związku z czym ponad 800 reklam tego typu zostało usuniętych po zakończeniu obowiązywania zezwoleń. Ponadto ZDMK wydał ponad 600 decyzji odmawiających zgody na umieszczenie reklamy ze względu na brak zgodności z zapisami uchwały krajobrazowej.

Badanie legalności reklam

W przypadku lokalizacji poza pasami dróg publicznych i wewnętrznych dróg gminnych, w zakresie rozpoznawania sprawy i ewentualnego wydania decyzji nakładającej karę, działa Wydział Architektury i Urbanistyki UMK.

Wszelkie przypadki zamieszczenia nielegalnej reklamy należy zgłaszać do Wydziału Architektury i Urbanistyki, ul. Mogilska 41, tel.: 12-616-81 64, 12-616-80 62.

Pracownicy tego wydziału zarejestrowali dotychczas prawie 60 spraw dotyczących badania legalności oraz zgodności nośników reklamowych z uchwałą krajobrazową. Był to efekt zgłoszenia mieszkańców, jednostek miejskich i czynności kontrolnych urzędu. W pozostałych przypadkach prowadzone są czynności wyjaśniające, mające na celu ustalenie, czy reklama została wykonana zgodnie z obowiązującymi przepisami (tj. w oparciu o pozwolenie na budowę lub zgłoszenie), ustalenie terminu zainstalowania reklamy (przed czy po 30 czerwca 2020 r.), ustalenie, kto umieścił dany nośnik oraz zbadanie jego zgodności z wymogami uchwały krajobrazowej.

Jeszcze rok okresu dostosowawczego



**Magiczny
Kraków**

Przypomnijmy, że 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 przedmiotowego aktu prawa miejscowego objęte zostały okresem dostosowawczym, który wynosi 24 miesiące, tj. do 30 czerwca 2022 r.

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