

UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA W PIGUŁCE

Celem sporządzenia uchwały krajobrazowej jest przede wszystkim ochrona unikatowych walorów krajobrazowych Zakopanego, tradycji miejsca, cennych historycznie i kulturowo obiektów i układów urbanistycznych, podniesienie jakości życia w mieście, poszanowanie dobrego sąsiedztwa rozumiane jako przeciwdziałanie degradacji przestrzeni publicznej i terenów zielonych oraz przeciwdziałanie zawłaszczaniu przestrzeni publicznej – poprzez ograniczenie liczby i gabarytów tablic i urządzeń reklamowych na terenie Gminy Miasto Zakopane.

Na etapie przystąpienia do sporządzenia projektu uchwały, ustalono główne założenia. Obejmowały one: radykalne ograniczenie nadmiernego zagęszczenia nośników reklamowych w przestrzeni, likwidację nośników reklamowych najbardziej ingerujących w tę przestrzeń (wielkoformatowych i średnioformatowych, wysokich, na dachach, daszkach i zadaszeniach, na budynkach powyżej parteru, zmieniających się, migających), radykalne ograniczenie ilości nośników reklamowych w formie banerów, ograniczenie ilości wolnostojących nośników reklamowych, ograniczenie ilości nośników reklamowych na ogrodzeniach, przy jednoczesnym pozostawieniu szerszych możliwości sytuowania szyldów. Jednym z głównych założeń sporządzenia uchwały było uporządkowanie Zakopanego w zakresie rozmieszczenia i gabarytów tablic i urządzeń reklamowych, które obecnie dominują w przestrzeni miejskiej, zakłócając wizualny odbiór terenów o najwyższych w skali kraju walorach krajobrazowych. Innym głównym założeniem było uregulowanie kwestii sytuowania ogrodzeń, w tym pozostawienie terenów zielonych, niezabudowanych – jako otwartych, bez barier przestrzennych. Niezwykle istotna jest ochrona spójności terenów otwartych, cennych przyrodniczo, zwłaszcza w mieście położonym na przedpolu parku narodowego. Założenia te zostały odzwierciedlone w przepisach projektu uchwały.

Struktura projektu uchwały krajobrazowej

Ustalenia uchwały obejmują cztery działy, które obowiązują łącznie:

Dział I – przepisy ogólne:

§ 2 – definicje

§ 3 – zasady dotyczące gabarytów oraz liczby tablic i urządzeń reklamowych

Dział II – przepisy szczegółowe:

Rozdział I – tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:

- Oddział I – przepisy dotyczące wszystkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, tj. stanowiących szyldy i niestanowiących szyldów
- Oddział II – przepisy dotyczące tablic i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy
- Oddział III – przepisy dotyczące tablic i urządzeń reklamowych niestanowiących szyldów

Rozdział II – obiekty małej architektury

Rozdział III – ogrodzenia

Dział III – przepisy dostosowujące

Dział IV – przepisy końcowe

Istotne definicje z ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym:

reklama – upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne;

tablica reklamowa – przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklamę naklejaną na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem;

urządzenie reklamowe – przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem;

szyld – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują.

Projekt uchwały krajobrazowej dopuszcza następujące **możliwości sytuowania szyldów**:

- na elewacjach w strefie parteru, równolegle do elewacji:
 - na ścianach w polu szyldowym,
 - w witrynach,
 - na lambrekinach markiz stanowiących zadaszenie witryn – w przypadku niesytuowania szyldów w witrynach, które te markizy zadaszają,
 - na ścianach poza polem szyldowym,
 - podwieszone pod okapem dachu, podcieniem, portykiem, przejazdem bramnym, zadaszeniem nad wejściem lub witryną;
- na elewacjach w strefie parteru, prostopadle do elewacji:
 - na ścianach w polu szyldowym,
 - podwieszone pod okapem dachu, podcieniem, portykiem, przejazdem bramnym, zadaszeniem nad wejściem lub witryną;
- na elewacjach powyżej strefy parteru, równolegle do elewacji:
 - na ścianach budynków użyteczności publicznej,
 - w przeszkleniach o powierzchni min. 4 m² budynków usługowych;
- na elewacjach powyżej strefy parteru, prostopadle do elewacji:
 - na ścianach budynków użyteczności publicznej – w przypadku niesytuowania innych szyldów powyżej strefy parteru danego budynku;
- na tymczasowych obiektach budowlanych pełniących funkcje usługowe i innych obiektach usługowych nieposiadających elewacji, w tym wiatach i stoiskach wystawienniczych;
- na ogrodzeniach;
- na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych;
- na urządzeniach automatycznych;
- na wyposażeniu ogródków gastronomicznych;
- w formie wolnostojącej.

Projekt uchwały krajobrazowej dopuszcza następujące **możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych niestanowiących szyldów**:

- na obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych:
 - na ścianach wiat przystankowych publicznego transportu zbiorowego,
 - na tymczasowych ogrodzeniach zorganizowanych terenów narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego,
 - na pojazdach funkcjonujących osobowych kolei linowych,
 - na urządzeniach automatycznych;
- na wyposażeniu ogródków gastronomicznych;
- w formie wolnostojącej:
 - na nieruchomościach zabudowanych znaczącym obiektem sportowym lub obiektem instytucji kultury oraz na zorganizowanych terenach narciarskich w trakcie sezonu narciarskiego;
- jako kierunkowskazy reklamowe;
- jako reklamy okolicznościowe promujące wydarzenia miejskie;
- jako reklamy okolicznościowe na terenach wydarzeń miejskich;
- jako reklamy wyborcze.

Sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych, w tym szyldów, **podlega ograniczeniom** – przede wszystkim ilościowym i gabarytowym, a także czasowym i sytuacyjnym.

Gabaryty ustalono jako maksymalne dla poszczególnych parametrów. Nośnik musi spełniać wszystkie warunki dotyczące gabarytów. Oznacza to, że w wielu przypadkach jego poszczególne wymiary będą znacznie mniejsze od podanych wartości maksymalnych. Przykładowo, przy ustalonych gabarytach tablicy reklamowej: szerokość maks. 1,0 m, wysokość maks. 1,0 m, powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,5 m², realne wymiary tablicy w terenie mogą wynosić, przykładowo: 1,0 m szerokości i 0,5 m wysokości – co da 0,5 m² powierzchni wykorzystanej do ekspozycji treści reklamowych.

Projekt uchwały krajobrazowej dopuszcza **sytuowanie ogrodzeń** dla potrzeb grodzenia następujących terenów:

- terenów zabudowy: mieszkaniowej, usługowej, zagrodowej i techniczno-produkcyjnej (obiektów produkcyjnych, składów i magazynów), ustalonych w obowiązujących miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego,
- nieruchomości zabudowanych budynkiem: mieszkalnym, usługowym, zagrodowym, produkcyjnym, składowym lub magazynowym, zrealizowanym legalnie w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności z zakresu prawa budowlanego,
- składowisk odpadów komunalnych,
- oczyszczalni ścieków komunalnych,
- cmentarzy komunalnych i wyznaniowych,
- rodzinnych ogrodów działkowych,
- znaczących obiektów sportowych,
- zlokalizowanych na terenach dostępnych publicznie: placów zabaw, ogródków jordanowskich, siłowni plenerowych i wybiegów dla psów.

Projekt uchwały krajobrazowej dopuszcza **sytuowanie ogrodzeń tymczasowych** dla potrzeb:

- grodzenia terenów robót budowlanych – na czas wykonywania robót budowlanych,
- koszarowania owiec – w trakcie sezonu wegetacyjnego,
- grodzenia upraw leśnych na terenach lasów publicznych,
- organizacji i bezpieczeństwa ruchu turystycznego i narciarskiego oraz ochrony przed dzikimi zwierzętami – na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego,
- grodzenia terenów targowisk – na czas trwania targowiska oraz dodatkowo do 2 dni przed jego rozpoczęciem i do 2 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 7 dni łącznie,
- organizacji wydarzeń miejskich – na czas trwania wydarzenia oraz dodatkowo do 3 dni przed jego rozpoczęciem i do 3 dni po jego zakończeniu, jednak nie dłuższy niż 14 dni łącznie,
- organizacji i bezpieczeństwa zorganizowanych terenów narciarskich – w trakcie sezonu narciarskiego lub w okresie funkcjonowania wyciągu lub przenośnika na danym terenie,
- organizacji ogródków gastronomicznych – w trakcie sezonu letniego.

Podjęcie uchwały krajobrazowej w brzmieniu dostosowanym do specyfiki terenu, ma istotne znaczenie z punktu widzenia ochrony krajobrazu Zakopanego oraz postrzegania przestrzeni wizualnej miasta przez mieszkańców i odwiedzających.