

UCHWAŁA „KRAJOBRAZOWA”

Projekt uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Gminy Miasto Zakopane (tzw. uchwały krajobrazowej) został sporządzony zgodnie z ustawą z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz przepisami odrębnymi.

Procedura formalno-prawna sporządzenia projektu uchwały jest prowadzona zgodnie z art. 37a ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

Projekt uchwały uzyskał pozytywne opinie i uzgodnienia wszystkich wymaganych przepisami organów. Możliwe to było dzięki ustaleniu daleko idących ograniczeń możliwości sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niestanowiących szyldów. Dla szyldów przewidziano znacznie szersze możliwości, by umożliwić lokalnym przedsiębiorcom dotarcie do usługobiorców. Ideą było uczynienie Zakopanego miastem wolnym od powszechnej „reklamozy”, w celu ochrony jego unikatowych, na skalę światową, walorów krajobrazowych. Oznacza to praktyczny zakaz lokalizacji reklam innych niż dopuszczone przepisami uchwały, tj. generalnie, okolicznościowych i wyborczych. Niepowtarzalny charakter regionu, tradycje miejsca, cenne historycznie i kulturowo walory Zakopanego, jak również poszanowanie dobrego sąsiedztwa (rozumianego jako przeciwdziałanie degradacji przestrzeni publicznej, a także przeciwdziałanie zawłaszczaniu przestrzeni publicznej) – uzasadniają tak radykalne ograniczenie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

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

REKLAMA – upowszechnianie w jakiegokolwiek 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 znajduje.

Budowa projektu uchwały „krajobrazowej”

Ustalenia uchwały obejmują cztery rozdziały, które obowiązują łącznie:

- 1) Rozdział I – przepisy ogólne:
 - a) § 2 – definicje,
 - b) § 3 – sposoby pomiarów,
 - c) § 4 – wyłączenia stosowania przepisów uchwały;
- 2) Rozdział II – ustalenia szczegółowe:
 - a) Dział I – obiekty małej architektury,
 - b) Dział II – tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, niestanowiące szyldów,
 - c) Dział III – szyldy,
 - d) Dział IV – ogrodzenia;
- 3) Rozdział III – przepisy dostosowujące;
- 4) Rozdział IV – przepisy końcowe.

Gabaryty obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń ustalono jako maksymalne dla poszczególnych parametrów. Należy spełnić wszystkie warunki dotyczące gabarytów danego obiektu, co oznacza, że w wielu przypadkach poszczególne wymiary będą niższe od możliwych maksymalnych. Przykładowo, przy ustalonych gabarytach tablicy reklamowej: wysokość maks. 1,0 m, szerokość maks. 1,0 m, powierzchnia maks. 0,5 m², powierzchnia ekspozycji reklamy maks. 0,5 m², realne wymiary tablicy w terenie mogą wynosić: 0,5 m wysokości, 1,0 m szerokości i 0,5 m² powierzchni, całkowicie zajętej przez reklamę.

W przypadku obszarów, na którym obowiązują różne przepisy prawa miejscowego, jak uchwała krajobrazowa i uchwała w sprawie utworzenia parku kulturowego – obowiązują one równorzędnie, a w pokrywającym się zakresie – decydują przepisy najbardziej ograniczające i restrykcyjne w tym zakresie.

Możliwości sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w projekcie uchwały „krajobrazowej” przedstawiają się następująco:

Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, niestanowiące szyldów:

- tablice z informacjami dotyczącymi płatności kartami, objęcia obiektów ochroną oraz na urządzeniach automatycznych,
- panele na kioskach, w przejściach podziemnych oraz na przystankach,
- reklamy okolicznościowe promujące wydarzenia miejskie,
- reklamy okolicznościowe w miejscu organizacji wydarzeń miejskich,
- reklamy wyborcze.

Szyldy:

- maks. 2 szyldy dla jednego podmiotu na danej nieruchomości, w tym:
 - maks. 2 szyldy płasko na ścianie
 - maks. 1 szyld na wysięgniku
 - maks. 1 szyld podwieszony do okapu zadaszenia
 - maks. 1 szyld powyżej parteru na ścianie
 - maks. 1 szyld powyżej parteru w witrynie
 - maks. 1 szyld na ogrodzeniu
 - maks. 1 szyld w formie wolnostojącej
- dodatkowo:
 - szyldy w witrynach i na drzwiach
 - szyldy na lambrekinach markiz i parasoli
 - na dużym budynku – 1 szyld w obrębie parteru
 - na dużym budynku – 1 szyld powyżej parteru
 - na dużym budynku z dachem płaskim – 1 szyld powyżej parteru (na ścianie lub na dachu)
 - na budynku instytucji kultury – 2 szyldy w formie paneli na ścianie
 - na nieruchomości usług hotelarskich – 1 szyld z informacją o wolnych miejscach noclegowych
 - na stacji paliw – 1 szyld z ofertą paliwową
 - dla gastronomii – 1 szyld z ofertą gastronomiczną

Projekt uchwały „krajobrazowej”, określając precyzyjne zasady, na jakich mogą funkcjonować reklamy w przestrzeni publicznej i ich standardy, powinien przynieść zdecydowane korzyści, przede wszystkim poprzez umożliwienie skutecznej walki z wszechobecnymi tzw. dzikimi reklamami. Te nośniki, które będą spełniały wymogi prawa miejscowego, z całą pewnością będą lepiej wyeksponowane, a więc komunikaty reklamowe będą docierały do większej liczby odbiorców.