

U Z A S A D N I E

do uchwały nr Rady Miasta Kielce z dnia
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

Dnia 11 września 2015 r. weszła w życie ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. *o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu* (jt. Dz. U. z 2015 r. poz. 774 z późn. zm.), tzw. ustawa krajobrazowa, która wprowadziła do obrotu prawnego szereg nowych instrumentów prawnych, mających na celu ochronę krajobrazu i ładu przestrzennego. Ustawodawca w tym zakresie dokonał kilku istotnych zmian w obowiązujących przepisach, m.in. w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. *o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym*, w ustawie z dnia 21 marca 1985 r. *o drogach publicznych*, ustawie z dnia 12 stycznia 1991 r. *o podatkach i opłatach lokalnych*, ustawie z dnia 23 lipca 2003 r. *o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami*, ustawie z dnia 16 kwietnia 2004 r. *o ochronie przyrody*. W efekcie poszerzeniu uległy kompetencje organów gminy w zakresie kształtowania ładu przestrzennego, poprzez umożliwienie radom gmin ustalenie w formie uchwały na terenie całej gminy zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów, z jakich mogą być wykonane – tzw. uchwały reklamowej.

Na podstawie ww. przepisów ustawowych 19 listopada 2015 r. Rada Miasta Kielce podjęła uchwałę XVI/288/2015 Rady Miasta Kielce o przygotowaniu projektu 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. Przedstawiany niniejszy projekt regulacji w tym zakresie stwarza realną szansę na skuteczniejszą niż do tej pory walkę z wszechobecnym i narastającym chaosem reklamowym, którego konsekwencją jest postępująca degradacja przestrzeni publicznej Kielce i wizerunku miasta, co przekłada się negatywnie na pozostałe dziedziny lokalnego życia społeczno-gospodarczego. Należy też zwrócić uwagę na bezsporny fakt, że chaos informacyjno-wizualny znacząco obniża czytelność i skuteczność przekazu reklamowego, zaś uporządkowanie tych kwestii leży także w interesie przedsiębiorców i reklamodawców.

Przedstawiane przepisy aktu prawa lokalnego mają na celu uporządkowanie przestrzeni, zatrzymanie rozprzestrzeniającego się chaosu reklamowego, jednocześnie zachowując i budując szerokie możliwości dla estetycznej informacji wizualnej i skutecznej oraz czytelnej dla klientów prezentacji działalności.

Ww. regulacje dla Miasta Kielce zostały opracowane przy założeniu równoważenia możliwości eksponowania m.in. tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z elementarnymi zasadami estetyki i harmonii krajobrazu kulturowego w ujęciu całościowym oraz w odniesieniu do tzw. porządku architektonicznego budynków, budowli i innych elementów zagospodarowania przestrzennego tworzących wizerunek przestrzeni miejskiej. Celem przedmiotowych przepisów nie jest znacząca redukcja czy eliminacja tablic reklamowych z przestrzeni miasta, a jedynie ich uporządkowanie i odmienne rozłożenie w przestrzeni w zależności od poszczególnych typów i rodzajów tablic oraz lokalizacji. Za podstawową konieczność uznano likwidację licznych zjawisk lokalnego chaotycznego nagromadzenia w jednym miejscu lub na jednym obiekcie budowlanym dużej ilości tablic reklamowych różnego rodzaju, formatu i materiału.

Dla osiągnięcia tego celu przestrzeń Miasta Kielce została podzielona na Załączniku graficznym nr 2 do uchwały „rysunek granic stref” na cztery odrębne strefy, w których obowiązują odmienne regulacje szczegółowe – za wymagające szczególnych rygorów uznano reprezentacyjną strefę „A” (teren centralny miasta oraz główne obszary ochrony dziedzictwa kulturowego) oraz strefę „D” (tereny lasów, parków, skwerów, cmentarzy, dolin rzecznych, zieleni urządzonej i naturalnej oraz inne cenne pod względem przyrodniczym i krajobrazowym). Jako obszar o stosunkowo najmniejszych rygorach – z racji funkcji naturalnie predysponowany do ekspozycji treści konsumpcyjnych - ustalono strefę „C” (tereny

o dominujących funkcjach gospodarczych; przemysł, bazy, składy, obszary rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m², obszary koncentracji funkcji usługowych, obszary obiektów oraz urządzeń sportowych). Cały pozostały obszar miasta określono jako strefę „B” o rygorach pośrednich.

W zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących wprowadzono standaryzację ich gabarytów w zakresie podstawowych formatów o określonych wymiarach i proporcjach, regulując jednocześnie minimalne odległości pomiędzy poszczególnymi ich typami. Dla zbiorów tablic reklamowych sytuowanych na obiektach budowlanych określono precyzyjne zasady ich sytuowania w odniesieniu do porządku architektonicznego płaszczyzn elewacyjnych.

Uchwałą wprowadza także zakaz grodzenia nieruchomości na których znajdują się budynki mieszkalne wielorodzinne zawierające w jednym budynku więcej niż 5 lokali mieszkalnych – przepis ten ma zapobiec zjawisku powstawania w mieście stref niedostępnych, zamkniętych wskutek grodzenia intensywnych wielorodzinnych struktur mieszkaniowych, który to proces prowadzi do poważnych dysfunkcji użytkowych przestrzeni, dezintegracji tkanki miejskiej, niepożądanego izolacji, barier i podziałów społecznych oraz osłabieniem więzi i aktywności międzyludzkich. Zasady te nie dotyczą ogrodzeń powstałych przed wejściem w życie przepisów uchwały.

Ponadto uchwałą określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu wejścia jej w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych – ustalony nieprzekraczalny trzyletni termin dostosowania do nowych przepisów uznano za optymalny w celu uniknięcia zbędnych napięć, pośpiechu, konfliktów i nerwowości w trudnym, często kosztownym, wymagającym przygotowania logistycznego oraz negocjacji procesie obejmującym dostosowanie wielu tysięcy nośników informacyjnych przez większość podmiotów gospodarczych. Okres ten pozwoli na względnie spokojną i pozbawioną napięć społeczną powszechną operację dostosowawczą.

Wprowadzenie na terenie Miasta Kielce spójnych zasad w zakresie sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń przyczyni się do estetyzacji i poprawy wizerunku miasta a także pozwoli na skuteczne realizowanie ochrony i właściwego wyeksponowania wysokich walorów lokalnego krajobrazu kulturowego. Ograniczenie reklamowego chaosu, poprzez wyeliminowanie nieestetycznej, szpecącej obraz miasta reklamy przeciwdziałać będzie postępującej degradacji przestrzeni publicznej. Ład estetyczny i jakość przestrzeni miejskiej jest ważnym czynnikiem wpływającym na poprawę środowiska zamieszkania, promocję, oraz na ocenę miasta przez odwiedzających, a dodatkowo jest atutem dla przyciągnięcia kapitału inwestycyjnego. Powszechne uporządkowanie przestrzenne nośników informacyjnych zdecydowanie poprawi także marketingową skuteczność i czytelność przekazu dla klientów.

Przekładana uchwałą nie spowoduje dodatkowych obciążeń dla budżetu Miasta Kielce – poza potencjalną koniecznością dostosowania niektórych tablic i urządzeń reklamowych przez miejskie instytucje sportu, kultury itp. Jednocześnie przewidziane ustawą ewentualne kary pieniężne lub urządzenie reklamowe nakładane na podmiot, który umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe niezgodnie z przepisami uchwały będą stanowiły dochód miasta. Nadmieniamy także, że ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu wprowadza dodatkowo możliwość ustalenia przez radę gminy, na podstawie art. 17a ust. 1 ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych (Dz.U. z 2014 r. poz. 849 z późn. zm.) opłaty reklamowej od umieszczanych na terenie gminy tablic lub urządzeń reklamowych, co może stanowić nowe niebagatelne źródło dochodów finansowych miasta. Ustalenie stawek ww. opłaty – w drodze odrębnej uchwały - będzie jednak możliwe dopiero po uchwaleniu przez Radę Miasta Kielce lokalnych zasad sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie miasta Kielce.

Mając na uwadze powyższe, podjęcie niniejszej uchwały należy uznać za zasadne i celowe.