

Lublin ma projekt kodeksu reklamowego

Utworzono: środa, 12, październik 2016 10:22



Znane są już wstępne założenia do projektu uchwały w sprawie reklam w śródmieściu Lublina, tzw. kodeksu reklamowego. Dokument trafi teraz do konsultacji oraz uzgodnień z instytucjami, a następnie zostanie skierowany do Rady Miasta. Po jego przyjęciu przedsiębiorcy będą mieli 12 miesięcy na wprowadzenie zmian.

Zasady odnośnie lokalizacji reklam i szyldów w pierwszej kolejności zostaną wdrożone w ścisłym śródmieściu, w tym na terenie Starego Miasta. Zgodnie z ich założeniami, na tym obszarze reklam i urządzeń reklamowych zajmą znacznie bardziej estetyczne szyldy, ujednolicone pod względem rozmiaru i kolorystyki. Każdy podmiot na swojej elewacji będzie mógł umieścić maksymalnie dwa takie obiekty, wyłącznie na wysokości parteru budynku.

- Zależy nam na poprawie estetyki przestrzeni publicznych, szczególnie na terenie zabytkowego Starego Miasta i śródmieścia. Obecny stan jest skutkiem braku właściwych mechanizmów umożliwiających skuteczne zarządzania tymi przestrzeniami. Ustawa krajobrazowa z 2015 r. otwiera przed nami nowe możliwości i wyposaża w konkretne narzędzia – mówi Krzysztof Żuk, prezydent Lublina.

Obszar śródmieścia będzie pierwszym, gdzie obowiązywałby kodeks reklamowy. Natomiast zasady dla pozostałych obszarów będą wypracowywane sukcesywnie, w kolejnych latach, także na podstawie doświadczeń z już wdrożonych przepisów na obszarze śródmiejskim.

Regulacje przyjmowane przez miasta mogą określać ilość i dopuszczalne rozmiary nośników reklamowych, rodzaje materiałów i standardy jakościowe nośników. Są one sporządzane dla całego terenu gminy, ale mogą być zróżnicowane na poszczególnych jej częściach. Maksymalna wysokość opłat przewidziana przez ustawę: część stała, od ilości nośników – 2,50 zł dziennie od sztuki, część zmienna – od powierzchni nośnika: 0,20 zł od m² powierzchni). Opłata karna, w przypadku, gdy reklama nie odpowiada zasadom określonym w uchwale – 40-krotność opłaty określonej w uchwale. Szyldy są zwolnione z opłat.

W granicach administracyjnych Lublina jest około 3500 systemowych nośników

Lublin ma projekt kodeksu reklamowego

Utworzono: środa, 12, październik 2016 10:22

reklamowych - billboardów w formacie dużym lub średnim, oraz dziesiątki tysięcy mniejszych nośników. Znacząca część z nich jest zlokalizowana przy głównych traktach komunikacyjnych, część także w historycznym śródmieściu.

To przyjęta rok temu tzw. ustawa krajobrazowa dała miastom większe kompetencje w zakresie ochrony krajobrazu. Nie tylko Lublin rozpoczął prace nad uchwałą regulującą możliwości reklamowania się w przestrzeni publicznej. Podobne konsultacje odbyły się (lub trwają) w Krakowie, Łodzi, Szczecinie czy Warszawie.

Kraków do grudnia br. ma przedstawić projekt uchwały radnym, a rok 2017 będzie rokiem przejściowym dla nowych przepisów. W 2018 roku miasto ma wyglądać już zupełnie inaczej.

Koncepcja uchwały to trzy działy tematyczne, dotyczące obiektów małej architektury, reklam i ogrodzeń. W zakresie małej stworzony ma być np. katalog materiałów budowlanych, z jakich mogą być one zbudowane, formy i rodzaje obiektów, kolorystyka oraz podstawowe parametry. Uzupełnieniem tych regulacji jest System Informacji Miejskiej (SIM) - jednolite wizualnie i konstrukcyjnie nośniki przekazujące informacje miejskie.

W odniesieniu do tablic i urządzeń reklamowych celem jest ochrona cennych historycznie i kulturowo walorów widokowych miasta oraz przeciwdziałanie degradacji przestrzeni publicznej. Uznano, że konieczne są jednolite zasady sytuowania reklam i szyldów dla wszystkich podmiotów gospodarczych, uporządkowanie ulic wlotowych i głównych arterii miasta oraz usunięcie reklam siatkowych, a także ograniczenie zaklejania witryn. Wyznaczono cztery strefy krajobrazowe i dla każdej z nich określono zasady i warunki sytuowania reklam wolnostojących, reklam na obiektach i szyldów. W uchwale przyjęto również regulacje określające gabaryty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane nośniki reklamowe. Na podstawie przyjętych regulacji, sytuowanie reklam w przestrzeni publicznej będzie podlegało tzw. „opłacie reklamowej”. Każdy podmiot gospodarczy będzie miał prawo do jednego bezpłatnego szyldu informującego o prowadzonej działalności.

Natomiast w zakresie ogrodzeń, za najważniejszy cel przyjęto tworzenie pozytywnych relacji między terenami publicznymi a otaczającymi je nieruchomościami prywatnymi, przez ochronę interesu zbiorowego przed agresywnym zawłaszczaniem wobec przestrzeni publicznej. Zagrożeniami płynącymi z groduzenia, obok dezintegracji o charakterze przestrzennym, są zaburzone relacje społeczne. Tu też wyznaczono cztery strefy przestrzenne.

W konsultacjach projektu nowej uchwały krajobrazowej dla Gdańska wzięło udział około 5,5 tys. mieszkańców, którzy jednoznacznie chcą ograniczenia liczby reklam w przestrzeni miejskiej. Nie będą one oczywiście całkowicie zakazane, ale ich wygląd i

Lublin ma projekt kodeksu reklamowego

Utworzono: środa, 12, październik 2016 10:22

liczba będą określone w przepisach, aby nie zakłócały estetyki i nie zaśmiecały przestrzeni miejskiej. Gdańsk podzielony będzie na sześć stref. W każdej z nich obowiązywać będą różne zasady sytuowania nośników reklamowych. Najbardziej restrykcyjne przepisy obowiązywać będą w ścisłym centrum miasta, ta strefa będzie też "reklamowo najczystsza". Potem, im dalej od centrum, przepisy będą łagodniejsze i dopuszczać będą więcej zróżnicowanych form reklamowych. Wszystkie jednak nośniki oraz parametry sytuowania reklam (odległość od drogi czy budynku), powierzchnia, miejsce ekspozycji, lokacja względem zieleni, czy detali architektonicznych budynku będą dokładnie opisane i nie będzie możliwości dowolnej interpretacji zapisów uchwały.

W tym roku uchwałę krajobrazową konsultował też Szczecin. Miasto przygotowało m.in. szczegółowy harmonogram. W pierwszym etapie, w latach 2016-2019, zostaną wypracowane zasady zmierzające do uporządkowania przestrzeni publicznej w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ogrodzeń oraz obiektów małej architektury. Jeszcze w tym roku zakończony ma być proces legislacyjny nad projektem uchwały. Dwa lata przewidziano na okres dostosowania do nowych zasad. Likwidowanie nielegalnych tablic i urządzeń potrwa do 2019 roku. W kolejnym etapie (2020-2022) mogą zostać wprowadzone ustalenia wojewódzkiego audytu krajobrazowego uchwalonego przez sejmik województwa zachodniopomorskiego i ewentualne zmiany w zapisach, wynikające z analizy funkcjonowania uchwały. Ostatni etap, przypadający na lata 2023-2024, to przygotowanie przetargu oraz wyłonienie operatora systemu mebli miejskich i reklamy zewnętrznej w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego.

Podobny proces trwa w Łodzi i Warszawie.

Źródło: UM Lublin, Kraków, Gdańsk, Szczecin