

PANOVA

P.A.NOVA SA


Ul. Górnych Wałów 42, 44-100 Gliwice




UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA

- NA CO ZWRÓCIĆ SZCZEGÓLNA UWAGĘ


NA CO ZWRÓCIĆ SZCZEGÓLNA UWAGĘ PRZED OPRACOWANIEM ZAŁOŻEŃ UCHWAŁY?



– **identyfikacja obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w obszarze całej gminy** (ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich są wykonane)



– **identyfikacja obszarów podlegających ochronie ze względów krajobrazowych** (chronionych ustawą o zabytkach i opiece nad zabytkami oraz chronionych ustawą o ochronie przyrody) – na podstawie przepisów prawa oraz dokumentów planistycznych (gminnych i wyższego rzędu)



– **identyfikacja osób fizycznych i prawnych, na które będą miały wpływ przepisy uchwały krajobrazowej – interesariuszy** (tj.: reklamodawców – przedsiębiorców lokalnych zamieszczających reklamy, firmy reklamowe będące właścicielami nośników reklamowych, mieszkańców – na ich posesjach umieszczane są reklamy)

ZAŁOŻENIA DO UCHWAŁY



– **identyfikacja skali problemów**: gdzie obserwujemy największe natężenie braku estetyki i przypadkowości?

- od tego kroku zależą ewentualny podział obszaru gminy na strefy, dla których ustalone zostaną różne wymagania i zasady



– **identyfikacja problemów**: co i czy chcemy regulować:

- jakie reklamy/szyldy wymagają wprowadzenia ustaleń?
- czy ogrodzenia są problematyczne?
- kto ma wpływ na małą architekturę?



– **identyfikacja przestrzenna**: w jaki sposób i gdzie chcemy regulować?

- reklamy: na budynkach, przy drogach, w przestrzeni publicznej?
- ogrodzenia: osiedli mieszkaniowych, zabudowy produkcyjnej?
- małą architekturę: w przestrzeni publicznej?

REKLAMY I SZYLDY

- ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym szczegółowo precyzuje **pojęcia związane z reklamą: reklamę, tablicę reklamową, urządzenie reklamowe i szyld**
- **doprecyzowania mogą wymagać pojęcia związane z powierzchniami reklamowymi** jak: baner, kaseton, logo, mural, pylon reklamowy, totem reklamowy, słup ogłoszeniowy, „potykacz”, stojak reklamowy, „semafor”, wysięgnik, witryna, panel podświetlany oraz inne nazwy pojawiające się w ofertach firm zajmujących się reklamą itp.
- **identyfikacja skali i przestrzenna pozwala na obserwację niekorzystnych lub korzystnych zjawisk związanych z reklamą w przestrzeni publicznej**



Wadowice, droga krajowa nr 52 (w kier. Kalwarii Zebrzydowskiej),
źródło: <https://www.google.pl/maps> (stan na czerwiec 2013)



Wadowice, droga krajowa nr 52 (w kier. Kalwarii Zebrzydowskiej),
źródło własne, stan na sierpień 2017



Rynek w Wadowicach
źródło: <https://www.google.pl/maps> (stan na czerwiec 2013)



Rynek w Wadowicach,
źródło własne, stan na sierpień 2017



ul. Gliwicka w Pyskowicach, źródło własne, stan na listopad 2019



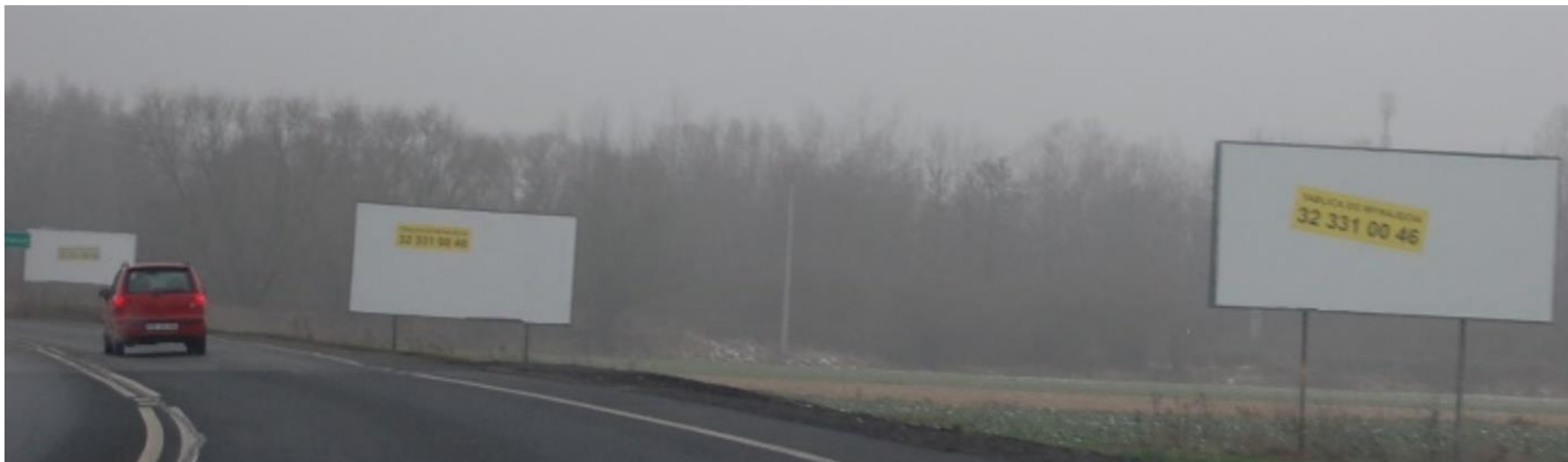
ul. Armii Krajowej w Pyskowicach, źródło własne, stan na listopad 2019



skrzyżowanie ul. Mickiewicza (DK40) z DK 94 w Pyskowicach, źródło własne, stan na listopad 2019



ul. Wyszyńskiego w Pyskowicach, źródło własne, stan na listopad 2019



DW 901, Gliwice, Pyskowice, źródło własne, stan na listopad 2019



ul. Powstańców w Pyskowicach, źródło własne, stan na listopad 2019



ul. Wyszyńskiego w Pyskowicach, źródło własne, stan na listopad 2019



ul. Cmentarna/Armii Krajowej w Pyskowicach, źródło własne, stan na listopad 2019



droga krajowa nr 28 (ul. Wojska Polskiego) w Wadowicach, źródło własne, stan na sierpień 2017

PARTYCYPACJA SPOŁECZNA

- **najważniejszy element** realizacji uchwały krajobrazowej
- **nie należy jej unikać** – ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w niewystarczający sposób uruchamia procesy konsultacyjne, co powoduje brak dostatecznej informacji o wprowadzanych przepisach i brak zrozumienia dokumentu
- należy **włączać i angażować wszystkie środowiska**: mieszkańców, aktywistów, społeczników, przedsiębiorców, radnych
- warto **precyzyjnie wskazać interesariuszy** – uwzględnić kluczowych w funkcjonowaniu gminy, np. największy zakład produkcyjny
- użycie **wielu technik konsultacyjnych** – dzięki temu trafimy do różnych środowisk i różnych grup wiekowych

PROBLEMY MERYTORYCZNO-PRAWNE

- **brak audytu krajobrazowego** dla województwa śląskiego – powoduje „uznaniowość” w wyznaczaniu krajobrazów cennych, obszary nie podlegające ochronie na podstawie przepisów prawa są pozbawione możliwości ograniczania ingerencji w ich zasięgu
- **niewystarczające narzędzia do identyfikacji problemów** – ocena stanu istniejącego nie jest obiektywna i może zostać zakwestionowana
- **niewystarczające narzędzia do realizacji przepisów uchwały** – przede wszystkim finansowe i kompetencyjne do wdrażania i kontroli ustaleń prawa miejscowego

DOŚWIADCZENIA....

GODNE POLECENIA



Wadowice, ul. Jagiellońska, źródło: własne, sierpień 2017



Wadowice, ul. Jagiellońska, źródło: własne, sierpień 2017



źródło: <http://www.elseo.pl/reklama/reklama-stojaca-totem-pylon>

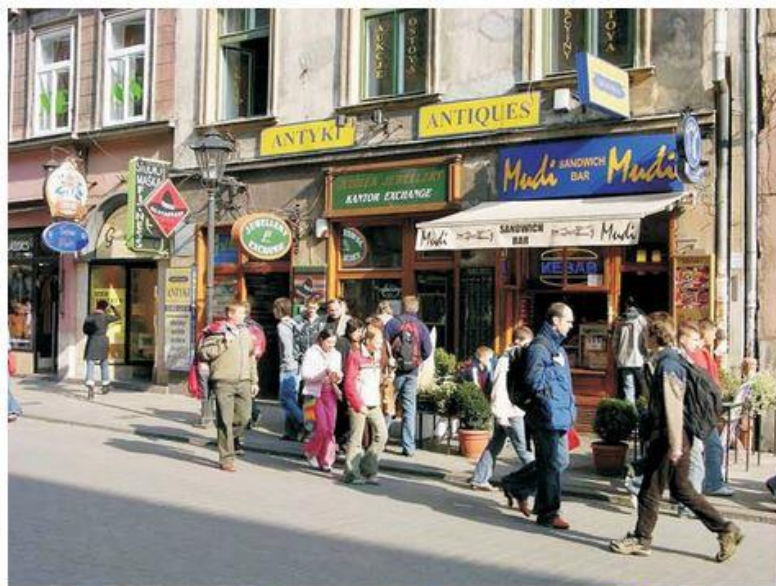


Gliwice, ul. Zygmunta Starego, źródło: <https://www.google.pl/maps/>, lipiec 2017

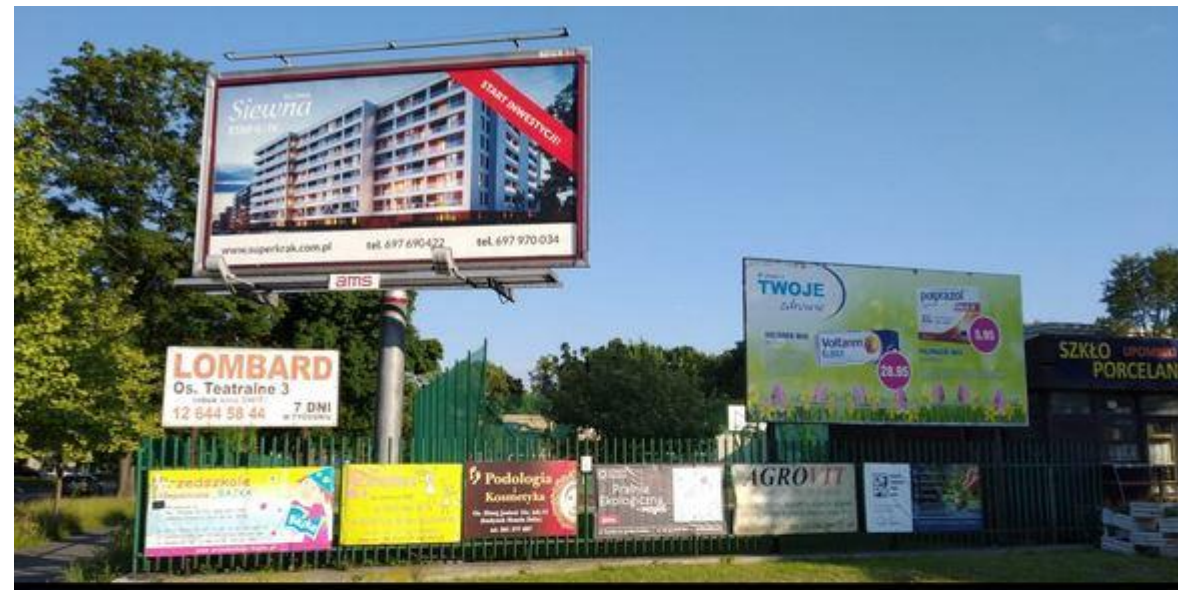


Cieszyn, ul. Stary Targ, źródło: własne, sierpień 2017

GODNE POLECENIA



źródło: <https://wiadomosci.onet.pl/krakow/zobacz-jak-krakow-pozbywa-sie-reklam/xsj8mbq>



źródło: <https://www.whitemad.pl/krakow-znikaja-kolejne-nielegalne-reklamy-przed-i-po/>

NIEOCZEKIWANE

zapis uchwały mówi:
**„...zakazuje się grodzenia pojedynczych
budynków wielorodzinnych”**

efekt: ogrodzono część nieruchomości przy
budynku wielorodzinnym...



DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

Katarzyna Bondek

P.A. NOVA SA, ul. Górnych Wałów 42, 44-100 Gliwice