

Częstochowa, 9 września 2015 r.

Szanowny Pan  
**Tomasz Haładaj**  
Redaktor Naczelny  
„Gazety Wyborczej” w Częstochowie

W nawiązaniu do tekstu „Miasto w chaosie” zamieszczonego w częstochowskim wydaniu „Gazety Wyborczej” z 28 sierpnia 2015 r., zawierającego nieścisłości i pomijającego istotne działania miasta w zakresie porządkowania miejskiej przestrzeni - pozwalam sobie przesłać poniższe wyjaśnienia, wnioskując o ich publikację „ad vocem”.

Pragnę poinformować, że miasto, korzystając z dostępnych narzędzi, konsekwentnie porządkuje własne tereny, eliminując nielegalne reklamy z pasów drogowych (MZDiT od 2011 r. usunął ponad 1000 urządzeń reklamowych), nieruchomości zarządzanych przez ZGM „TBS” w Częstochowie Sp. z o. o. oraz Wydział Mienia i Nadzoru Właścicielskiego, a także z ogrodzeń placówek szkolno-wychowawczych. Miasto optymalizuje także zapisy w przyjmowanych planach miejscowych i wprowadza zmiany w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta. Ponadto urządzenia reklamowe przewidziane do zainstalowania na nieruchomościach będących własnością gminy - przed przyjęciem przez Wydział Administracji Architektoniczno-Budowlanej zgłoszenia zamiaru wykonania robót budowlanych - są uprzednio opiniowane przez Zespół ds. Estetyki Miasta.

Nadmieniam przy tym, że zadania Pełnomocnika Prezydenta Miasta ds. Estetyki Miasta realizowane są we współpracy z Zespołem ds. Estetyki Miasta i określone zostały w Zarządzeniu Nr 32/04 Prezydenta Miasta Częstochowy z dnia 4 października 2004 r. (ze zm.) *ws. sposobu koordynowania działań związanych z estetyką miasta*.

Do zadań Pełnomocnika należy formułowanie wytycznych i opiniowanie projektów (zgłaszanych przez Wydziały Urzędu Miasta czy samorządowe jednostki organizacyjne) dotyczące nieruchomości stanowiących mienie Miasta Częstochowy lub pozostających w jego zarządzie.

Biorąc pod uwagę swobodę działalności gospodarczej służby miejskie nie posiadają jednak prawnych możliwości ingerencji w sposób prowadzenia działalności, w tym reklamy zlokalizowane na budynkach niebędących własnością Gminy Miasta Częstochowy. Ograniczenia co do formy reklam mogą być ujęte w treści umów cywilnoprawnych zawieranych pomiędzy właścicielem nieruchomości a przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą w danym lokalu. Działania administratorów lub właścicieli nieruchomości niestety nie zawsze uwzględniają elementarne zasady estetyczne. Umieszczane reklamy mają zazwyczaj nie do końca przemyślaną kompozycję, a ich lokalizacja bywa przypadkowa i często zaburza podziały architektoniczne budynków. W wielu przypadkach rozmiar i forma reklam nie współgrają z otaczającą je architekturą.

Co istotne, zgodnie z art. 36 ust. 1 pkt 10 ustawy *o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami* umieszczanie na obiektach wpisanych do rejestru zabytków tablic, reklam oraz napisów wymaga uzyskania pozwolenia wojewódzkiego konserwatora zabytków. Ponieważ układ urbanistyczny Częstochowy - obejmujący m. in. Aleję Najświętszej Maryi Panny, Plac Daszyńskiego i Plac Biegańskiego - wpisany jest do rejestru zabytków, obszar ten podlega szczególnej ochronie prawnej. Wyraża się to m. in. w obowiązku uzyskania pozwolenia wojewódzkiego konserwatora zabytków na podejmowanie działań mających wpływ na walory przestrzenne i estetyczne chronionego obszaru.

Należy podkreślić, że w obrębie Alei Najświętszej Maryi Panny Miasto Częstochowa jest właścicielem tylko kilku nieruchomości.

Przypominam jednocześnie, że sprawa samowolnie umieszczanych nośników reklamowych, powodujących swym wyglądem oszpecenie otoczenia, zagrażających życiu i zdrowiu ludzi lub bezpieczeństwu mienia - należy do kompetencji Powiatowego Inspektora Nadzoru Budowlanego.

Informuję także, że przy okazji prowadzonej przez Stowarzyszenie LOKALNI Akcji „Czyściochy” Pełnomocnik Prezydenta Miasta ds. Estetyki Miasta wystosowała pisma do Śląskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków oraz do Powiatowego Inspektora Nadzoru Budowlanego dla miasta Częstochowy z prośbą o podjęcie działań zgodnych z kompetencjami tych instytucji. Ponadto wszyscy właściciele wymienionych w przygotowanym raporcie kamienic, uznanych za najbardziej „zaśmiecone” reklamami (tj. obiektów znajdujących się przy Alei Najświętszej Maryi Panny), otrzymali od Pełnomocnika pisma zawierające prośbę o usunięcie nieaktualnych reklam oraz wymianę uszkodzonych elementów reklamowych na nowe, bądź prośbę o opracowanie kompleksowego projektu zagospodarowania elewacji urządzeniami reklamowymi.

W wybranych przypadkach zwrócono się także z pytaniem, czy planowany jest remont elewacji szczególnie zaniedbanych budynków. Jednocześnie Pełnomocnik wraz z Zespołem ds. Estetyki Miasta zadeklarował właścicielom/zarządcom ww. nieruchomości pomoc w określeniu i doborze form urządzeń reklamowych dla poszczególnych budynków. Niestety z tej propozycji skorzystał tylko jeden administrator nieruchomości położonej przy Alei Najświętszej Maryi Panny, pozostali właściciele/administratorzy kamienic nie kontaktowali się z Zespołem ds. Estetyki Miasta.

Mimo braku większego zainteresowania poprawą estetyki miasta ze strony właścicieli reklam Zespół opracował materiał „Architektura a reklamy” wyjaśniający podstawowe zasady funkcjonowania nośników informacji wizualnej w przestrzeni publicznej. Jest on pomocny podczas rozmów z osobami projektującymi urządzenia reklamowe, a mieszkańcom pomaga poznać dobre przykłady rozwiązań reklamowych. Opracowanie to prezentowane jest w zakładce *Estetyka Miasta* umieszczonej na stronie internetowej Urzędu Miasta.

Odnosząc się do kwestii reklam na odrestaurowanych budynkach informuję, że zgodnie z uchwałą Rady Miasta Częstochowy w sprawie zasad i trybu udzielania dotacji na prace przy zabytku wpisanym do rejestru, znajdującym się na terenie miasta Częstochowy, podmiot wnioskujący o udzielenie dotacji zobligowany jest do przedłożenia (wcześniej uzgodnionej z konserwatorem zabytków) koncepcji docelowego rozmieszczenia urządzeń reklamowych na elewacji frontowej budynku wraz z szczegółowym opisem co do ich formy, wielkości i materiału.

Nawiązując do informacji, że Częstochowa daje niechlubny przykład znajdując się na pierwszej stronie albumu autorstwa Elżbiety Dymnej i Marcina Rutkiewicza „Polski Outdoor. Reklama w przestrzeni publicznej”, pragnę podkreślić, że jest to jedyne zdjęcie z Częstochowy w tym albumie i zostało wybrane raczej w kontekście smutnej konkluzji, że w naszych czasach nie ma żadnych granic i nawet sąsiedztwo tablicy kierunkowej informującej o zabytkowym obiekcie (Jasna Góra) nie jest przeszkodą, aby umieścić reklamę firmy.

Ponadto tablica ta znajduje się na terenach PKP (poza pasem drogowym), na wjeździe do miasta od strony Katowic, a nie od strony Warszawy.

W czasie promocji ww. albumu i zorganizowanej w związku z tym faktem ogólnopolskiej dyskusji o jakości przestrzeni publicznej Elżbieta Dymna (wówczas Prezes Stowarzyszenia MIASTOMOJEAWNIM.PL) i Marcin Rutkiewicz uczestniczyli w zorganizowanej przez Pełnomocnika ds. Estetyki Miasta konferencji w maju 2010 r.

Nieprawdą jest, że władze Częstochowy nie dostrzegają chaosu przestrzennego i nie interesowały się przebiegiem prac legislacyjnych nad ustawą „krajobrazową”.

Częstochowa popierała inicjatywy mające na celu wzmocnienie narzędzi służących ochronie wartości krajobrazu oraz świadomemu i racjonalnemu kształtowaniu przestrzeni – w tym także regulowanie zasad funkcjonowania reklamy zewnętrznej.

Współpracowaliśmy z organizacjami pozarządowymi, które zainicjowały akcję „Wysoka Izba, posprzątaj reklamy!”. Z informacją na temat tego, jakie organizacje i które miasta oprócz Częstochowy oficjalnie poparły postulaty Stowarzyszenia MIASTOMOJEAWNIM.PL można zapoznać się odwiedzając stronę internetową <http://polskioutdoor.blogspot.com/>.

W 2013 r. wzięliśmy udział w konsultacjach nad prezydenckim projektem ustawy *o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu* i do Biura Projektów Programowych Kancelarii Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej przesłane zostało oficjalne stanowisko w tej sprawie. Informacje te prezentowane są na oficjalnej stronie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej <http://www.prezydent.pl/archiwum-bronislawa-komorowskiego/fdp/samorzad-terytorialny-dla-polski/inicjatywy-ustawodawcze/projekt-ustawy-o-ochronie-krajobrazu/konsultacje-spoeczne/>

Z tego zestawienia wynika, że - obok Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego - Częstochowa było jedynym samorządem w województwie, które czynnie uczestniczyło w procesie powstawania tej ustawy.

Przyłączyliśmy się także do apelu o przyspieszenie przez Sejm Rzeczypospolitej Polskiej prac nad wspomnianą ustawą i przesłaliśmy list poparcia w tej sprawie do Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej.

Elżbieta Idczak-Łydźba  
Pełnomocnik Prezydenta Miasta Częstochowy ds. Estetyki Miasta