

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.

Przede wszystkim, 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.

Nie ulega wątpliwości, że nowe regulacje stwarzają realną szansę na skuteczniejszą, niż do tej pory, walkę z wszechobecnym i narastającym chaosem reklamowym, którego konsekwencją jest postępująca degradacja przestrzeni publicznej.

W związku z wejściem w życie ustawy krajobrazowej w Urzędzie Miasta Częstochowy - Zarządzeniem Prezydenta Miasta Częstochowy Nr 504.2015 z dnia 22 września 2015 r., zm. Zarządzeniem Prezydenta Miasta Częstochowy Nr 1274.2016 z dnia 5 października 2016 r. - został powołany międzywydziałowy Zespół ds. opracowania „zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń” na terenie miasta Częstochowy.

Miejska Pracownia Urbanistyczno-Planistyczna wraz z Zespołem, rozpoczęła intensywne przygotowania zmierzające do wdrożenia przepisów nowej ustawy. W dniu 25 stycznia 2016 r. wstępne założenia koncepcji poprawy wizerunku przestrzeni miejskiej zostały zaprezentowane Zespołowi Konsultacyjnemu Radnych ds. Planowania i Zagospodarowania Przestrzennego, a działania zmierzające do opracowania projektu uchwały reklamowej uzyskały rekomendację dwóch Komisji Rady Miasta Częstochowy: Komisji Infrastruktury oraz Komisji Rozwoju Regionalnego i Gospodarki.

Rezultatem podjętych działań było przyjęcie przez Radę Miasta Częstochowy w dniu 28 stycznia 2016 r. uchwały Nr 253.XXI.2016 w sprawie przygotowania przez Prezydenta Miasta Częstochowy projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Częstochowy obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów, z jakich mogą być wykonane, w której zobowiązano Prezydenta Miasta Częstochowy do przygotowania projektu uchwały reklamowej.

Podjęta przez Radę uchwała intencyjna uruchomiła procedurę sporządzenia przez Prezydenta Miasta Częstochowy projektu uchwały, o której mowa w art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (jt. Dz.U. z 2015 r. poz. 199 z późn.

zm.), w której określone zostaną zasady i warunki zagospodarowania przestrzeni publicznej w zakresie sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń – co umożliwi kompleksowe uporządkowanie tych kwestii na terenie miasta Częstochowy oraz poprawę wizerunku przestrzeni miejskiej.

Zgodnie z ustawą krajobrazową przyszłe uregulowania będą dotyczyły obszaru całej gminy, z wyłączeniem jedynie terenów zamkniętych ustalonych przez inny organ niż ministra właściwego do spraw transportu, a nie jak dotychczas, niewielkich tylko obszarów na terenie gminy. Dotąd kwestie sytuowania urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury i ogrodzeń można było regulować w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, lecz dotyczyły one tylko tych obszarów na terenie gminy, na których został uchwalony plan miejscowy. Od 11 września 2015 r. brak już prawnych możliwości określania tych spraw w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.

Co istotne, uchwała reklamowa będzie miała status aktu prawa miejscowego, a więc będzie stanowiła prawo powszechnie obowiązujące na terenie całej gminy. Ponadto, będzie w niej można ustanawiać zakazy sytuowania tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, jak również wprowadzać różne zasady dla różnych obszarów gmin, określając w sposób jednoznaczny granice tych obszarów. Obowiązkowo w uchwale należy określić warunki i termin dostosowania, istniejących w dniu wejścia w życie uchwały, obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, lecz nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie tej uchwały, co oznacza, że w określonym w uchwale terminie będzie istniał prawny obowiązek dostosowania istniejących obiektów do nowych zasad.

Wprowadzenie na terenie miasta Częstochowy spójnych zasad w zakresie sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń **przyczyni się do estetyzacji i poprawy wizerunku miasta**. Ograniczenie reklamowego chaosu, poprzez wyeliminowanie nieestetycznej, szpecącej obraz miasta reklamy pozwoli przeciwdziałać postępującej degradacji przestrzeni publicznej.

Priorytetem dla miasta Częstochowy w tej kwestii jest ograniczenie reklamowego chaosu w centrum miasta, jak również na obszarach objętych ochroną konserwatorską, na obiektach zabytkowych oraz na obszarach cennych przyrodniczo i krajobrazowo. Pożądanym efektem wprowadzenia lokalnych zasad jest **wykreowanie wysokiej jakości, estetycznej, wielkomiejskiej przestrzeni wolnej od chaosu reklamowego**.

W szczególności należy mieć na względzie, że miasto z zadbaną przestrzenią łatwiej przyciąga turystów, jak również stanowi lepsze środowisko zamieszkania. Ład estetyczny i jakość przestrzeni miejskiej jest ważnym czynnikiem wpływającym na promocję oraz na ocenę miasta przez odwiedzających, a dodatkowo jest atutem dla przyciągnięcia kapitału inwestycyjnego. Nadmienić także należy, że ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu – dodatkowo wprowadziła możliwość ustalenia przez radę gminy, na podstawie art. 17a ust. 1 ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych (jt. Dz.U. z 2014 r. poz. 849 z późn. zm.) - w drodze odrębnej uchwały - opłaty reklamowej od umieszczanych na terenie gminy tablic

lub urządzeń reklamowych. Opłatę reklamową można będzie wprowadzić dopiero po uchwaleniu przez Radę Miasta Częstochowy lokalnych zasad sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie miasta Częstochowy.

Projekt uchwały reklamowej zostanie opracowany przez Zespół projektowy Miejskiej Pracowni Urbanistyczno-Planistycznej, pod kierunkiem Zastępcy Kierownika Pracowni oraz przy wsparciu Zespołu ds. opracowania „zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń” na terenie miasta Częstochowy.

Informacja o podjęciu przez Radę Miasta Częstochowy uchwały z dnia 28 stycznia 2016 r. Nr 253.XXI.2016 – zgodnie z art. 37b ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym - **została podana do publicznej wiadomości**.

Pomimo, iż nie ma ustawowego wymogu przeprowadzenia konsultacji w powyższym zakresie przyjęto, że przekazanie do publicznej wiadomości informacji o przystąpieniu do sporządzenia uchwały reklamowej będzie połączone z elementem konsultacji społecznych z mieszkańcami oraz z firmami reklamowymi, a w późniejszym etapie będzie przeprowadzone również badanie ankietowe online.

Ogłoszenie Prezydenta Miasta Częstochowy o przystąpieniu do sporządzenia projektu uchwały reklamowej ukazało się **11 lutego 2016 r.** na łamach Gazety Wyborczej oraz w Biuletynie Informacji Publicznej i na tablicy ogłoszeń Urzędu Miasta Częstochowy, z jednoczesną informacją o możliwości zgłaszania przez mieszkańców postulatów dotyczących estetyzacji przestrzeni miejskiej w zakresie sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń – w terminie do 31 marca 2016 r. Przedmiotowe ogłoszenie zostało przekazane również Przewodniczącemu Rady Miasta Częstochowy oraz Przewodniczącym Rad Dzielnic z prośbą o powiadomienie radnych i mieszkańców o możliwości zgłaszania – w terminie do 31 marca 2016 r. - postulatów dotyczących estetyzacji przestrzeni miejskiej w powyższym w zakresie.

O przystąpieniu przez Prezydenta Miasta Częstochowy do sporządzenia projektu uchwały reklamowej zawiadomiono także Izbę Gospodarczą Reklamy Zewnętrznej z/s w Warszawie oraz firmy reklamowe posiadające na terenie miasta Częstochowy nośniki reklamowe systemowe, z informacją o możliwości zgłaszania – w terminie do 31 marca 2016 r. - propozycji rozwiązań w zakresie sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na terenie miasta Częstochowy.

Na zaproszenie Prezydenta Miasta Częstochowy do zgłaszania propozycji dotyczących estetyzacji przestrzeni miejskiej w zakresie sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – w wyznaczonym terminie – odpowiedziały następujące podmioty: Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej, dwie firmy reklamowe posiadające swoje nośniki na terenie miasta Częstochowy, Rada Dzielnicy Błeszno oraz Stowarzyszenie Architektów Polskich Oddział w Częstochowie i jeden mieszkaniec.

Przeprowadzona na potrzeby sporządzanej uchwały reklamowej inwentaryzacja nośników

reklamowych w mieście, a następnie dokonana na jej podstawie analiza oddziaływania istniejących nośników reklamowych na przestrzeń publiczną Częstochowy pokazała liczne przykłady zeszpecenia krajobrazu miejskiego przez nadmiar różnego rodzaju komunikatów wizualnych. **Prezentacja zawierająca materiał z inwentaryzacji wraz z przykładowymi propozycjami działań naprawczych dostępna jest w dziale** Gospodarka w zakładce Zagospodarowanie przestrzenne pn. „Oddziaływanie istniejących nośników reklamowych na przestrzeń publiczną Częstochowy - Prezentacja”.

Należy pamiętać, że działania zmierzające do poprawy wyglądu miasta to proces złożony i długofalowy, uzależniony również od postawy samych mieszkańców. Dlatego też, chcąc poznać opinię mieszkańców na temat reklam funkcjonujących w przestrzeni naszego miasta oraz oczekiwanego zakresu regulacji przygotowywanej uchwały reklamowej opracowano internetowy formularz pytań ankietowych. **Ankieta dostępna była na stronie internetowej Urzędu Miasta Częstochowy do 31 grudnia 2016 r.**, a informacje o jej wynikach zostały podane do publicznej wiadomości w pierwszym kwartale 2017 r.

Wyniki ankiety będą stanowiły istotną wskazówkę, przy formułowaniu ostatecznego kształtu lokalnych przepisów, które to pozwolą właściwie uporządkować przestrzeń miasta. Chcemy, aby opracowywane przepisy spełniały, w jak najszerszym zakresie, oczekiwania mieszkańców w kwestii lokalizacji reklam i poprawy ładu przestrzennego w naszym mieście.

Zgodnie z procedurą określoną w art. 37b ust. 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym sporządzany obecnie projekt uchwały reklamowej, na dalszym etapie, będzie podlegał obligatoryjnemu opiniowaniu i uzgodnieniom z właściwymi organami, a następnie będzie wyłożony do publicznego wglądu, o czym w stosownym terminie będziemy informować w trybie przewidzianym w art. 37b ust. 2 pkt 8 cytowanej ustawy, tj. m.in. w drodze obwieszczenia i ogłoszenia w prasie miejscowej, a także na stronie internetowej Urzędu Miasta Częstochowy.

**Beata Michnicka**

Zastępca Kierownika  
Miejskiej Pracowni

Urbanistyczno-Planistycznej