

Uchwała krajobrazowa
podsumowanie dotychczasowego okresu obowiązywania przepisów,
problemy, dobre praktyki.

Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu dała szereg możliwości prawnych do tego, aby zadbać o panoramę polskich miast. Jednym z konkretnych wymiarów stanowienia prawa w tym względzie jest uchwała „reklamowa”, której celem było i jest troska o odpowiednie rozmieszczenie obiektów reklamowych tak, aby wyeksponować krajobraz polskich miejscowości.

Ochrona krajobrazu polega przede wszystkim na dążeniu do zachowania i wyeksponowania tkanki urbanistycznej oraz na dbałości o harmonijne jej wzbogacanie o nowe, dobrze w nią wkomponowane struktury. Sytuacja, w której krajobraz przesłaniany jest wtórnymi, przypadkowo rozmieszczonymi w przestrzeni nośnikami reklamowymi powodującymi zmiany w rozłożeniu akcentów i dominant układów urbanistycznych jest nie do zaakceptowania oraz nie sprzyja zachowaniu ładu i estetyki w krajobrazie.

Krajobraz gminny stanowi dobro wspólne, dlatego też z uwagi na szczególną troskę o nasz krajobraz w dniu 24 listopada 2020 roku Rada Miasta Wisła podjęła uchwałę nr XXIV/336/2020 w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie Wisły obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz urządzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

Uchwała została opublikowana w Dzienniku Urzędowym Województwa Śląskiego w dniu 27 listopada 2020 roku, poz. 8299 i weszła w życie 12 grudnia 2020 roku. Przepisy uchwały w całości obowiązują w odniesieniu do wszystkich reklam, niezależnie od tego czy powstały przed czy po 12 grudnia 2020 roku. Przedmiotowa uchwała szczegółowo reguluje m.in. kwestie reklam oraz szyldów na gruntach zarówno publicznych jak i prywatnych. Chroni także przed nadmierną ilością reklam w przestrzeni publicznej. Nowe szyldy i reklamy oraz obiekty małej architektury mogą być sytuowane tylko i wyłącznie na podstawie przepisów ww. uchwały.

Zgodnie z § 10 załącznika do przedmiotowej uchwały, od wejścia w życie przedmiotowej uchwały czyli od 12 grudnia 2020 roku obowiązuje całkowity zakaz umieszczania nowych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących szyldami. Zgodnie z przepisami każda uchwała krajobrazowa powinna uwzględniać czas dostosowania obiektów reklamowych do obowiązujących warunków. Okres ten nie powinien być krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie, dlatego wprowadzono trzy terminy dostosowawcze dla istniejących w dniu wejścia w życie ww. uchwały tj. 12 grudnia 2020 roku, tablic i urządzeń reklamowych:

1. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, które nie zostały posadowione / zainstalowane na podstawie decyzji pozwolenia na budowę, termin na dostosowanie minął w dniu 12 czerwca 2022 roku.
2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych posadowionych na podstawie decyzji pozwolenia na budowę, termin na usunięcie minął w dniu 12 grudnia 2024 roku.
3. Dla tablic kierunkowych:
 - dla ruchu pieszego o ile nie przekraczają powierzchni 0,4 m²
 - dla ruchu kołowego o ile nie przekraczają powierzchni 0,6 m²termin dostosowawczy minął 12 grudnia 2025 roku.

Od wejścia w życie uchwały czyli od 12 grudnia 2020 roku badana była oraz nadal jest zgodność wszelkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z zapisami uchwały, w wyniku czego w mieście Wisła zniknęło 99% wszystkich reklam (tych legalnych i nielegalnych). W szczególności zmiany można zaobserwować już na wjeździe do miasta od strony Ustronia.

Efekty uchwały krajobrazowej to zauważalne zmiany w estetyce i porządku przestrzennym naszego miasta. Dzięki niej ograniczono chaos reklamowy, uporządkowano przestrzeń publiczną i stworzyło się warunki do bardziej harmonijnego i spójnego wyglądu otoczenia. To nie tylko kwestia wizualna, ale także poprawa komfortu życia mieszkańców, którzy mogą korzystać z przestrzeni bardziej przyjaznej i uporządkowanej. W praktyce oznacza to mniej nachalnych reklam, lepiej zaprojektowane tablice informacyjne oraz spójniejszą kompozycję przestrzeni publicznej, co w efekcie tworzy bardziej atrakcyjne i uporządkowane środowisko.

Działająca od 2020 roku uchwała krajobrazowa dla miasta Wisły ma bardzo pozytywny społeczny odbiór zarówno wśród mieszkańców czy przedsiębiorców naszego miasta jak i turystów z całej Polski. Stała się także przykładem m.in dla sąsiadujących miejscowości np. Ustronia oraz innych miast w Polsce. Reasumując, w związku z obowiązywaniem uchwały krajobrazowej w mieście Wisła zniknęło setki reklam.

Jako dobrą praktykę w trakcie obowiązywania uchwały można uznać że jeszcze przed pierwszym terminem na dostosowanie tj. przed 12 czerwca 2022 roku, przeprowadzono tzw. Kampanię reklamową uchwały krajobrazowej, w której rozesłano pisma informujące o uchwale krajobrazowej i terminach z nią związanych za pośrednictwem e-maila do wszystkich osób fizycznych będących płatnikiem podatku od nieruchomości, do bazy noclegowej, gastronomicznej, atrakcji czy wyciągów.

Ponadto, powyższa informacja została także wysłana do przedsiębiorców reklamujących się na terenie miasta zidentyfikowanych na podstawie przeprowadzonej inwentaryzacji oraz do wszystkich kościołów i związków wyznaniowych a także do Zarządu Dróg Wojewódzkich w Katowicach, Starosty Cieszyńskiego, Wojewody Śląskiego oraz Regionalnego Zarządu Gospodarki Wodnej w Gliwicach jako właścicieli nieruchomości położonych na terenie gminy, z prośbą o uwzględnianie zapisów uchwały, w prowadzonych przez nich postępowaniach.

Natomiast przed upływem drugiego terminu dostosowawczego pisemnie wystąpiono do przedsiębiorców z informacją, iż zbliża się termin na dostosowanie czyli w większości wypadków usunięcie tablic czy urządzeń reklamowych a w przypadku szyldów ich dostosowanie wraz z pouczeniem, że w przypadku braku dostosowania się do wymogów uchwały, mogą zostać nałożone kary administracyjne dla podmiotu, który umieścił reklamę bądź jeśli nie jest możliwe ustalenie podmiotu, który umieścił reklamę – dla właściciela nieruchomości lub użytkownika wieczystego nieruchomości. Powyższa informacja udostępniona była także na stronie miasta Wisła, celem dotarcia do jak największej liczby odbiorców.

Ustalony w uchwale trzeci termin dostosowawczy dla tablic kierunkowych dla ruchu pieszego i dla ruchu kołowego minął w dniu 12 grudnia 2025 roku, jednakże już w roku 2024 Spółdzielnia Socjalna Wisła Otwarta Turystycznie, przy współpracy z Referatem Gospodarki Przestrzennej i Nieruchomości Urzędu Miejskiego rozpoczęła montaż tablic kierunkowych dla ruchu kołowego na terenie miasta Wisła.

Dobre praktyki pokazują, że kluczem jest m.in. etapowanie zmian. Uchwała krajobrazowa działa najlepiej, gdy jest traktowana jako proces dialogu z przedsiębiorcami naszego miasta oraz z mieszkańcami, a nie tylko jako restrykcyjne prawo. Dialog pozwolił zmniejszyć opór i wypracowywać kompromisy np. po rewolucjach kuchennych właściciel Restauracji Mon Amour prowadzący działalność w budynku należącem do miasta, w wyniku rozmów odstąpił od sytuowania nowych nachalnych reklam.

Problemy związane z obowiązywaniem uchwały krajobrazowej to m.in. nałożenie kary za reklamę. Kluczowym wyzwaniem to konieczność precyzyjnego udowodnienia naruszenia (np. nielegalne umiejscowienie reklamy), trudność jednoznacznego wskazania kto odpowiada za nielegalną reklamę – właściciel nieruchomości, agencja reklamowa czy podmiot reklamowany. Samo nałożenie kary nie oznacza natychmiastowego zniknięcia reklamy, konieczne są długotrwałe procedury egzekucyjne.

Obliczenie kary jest trudnym postępowaniem Karę pieniężną wymierza się od dnia, w którym organ wszczął postępowanie w sprawie, do dnia dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do przepisów w najczęstszym przypadku ich usunięcia. Momentem wszczęcia postępowania jest data dostarczenia stronie zawiadomienia w sprawie. Przed wysłaniem zawiadomienia, nośnik reklamowy bądź urządzenie reklamowe winno być dokładnie zinwentaryzowane czyli dokładnie musi zostać określona jego powierzchnia. Wysokość kary pieniężnej ustala się jako iloczyn pola powierzchni tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego wyrażonej w metrach kwadratowych. Drugą zmienną jest 40-krotność uchwalonej przez radę gminy stawki części zmiennej opłaty reklamowej powiększony o 40-krotność uchwalonej przez radę gminy stawki części stałej tej opłaty, za każdy dzień niezgodności tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego z przepisami. Zasadniczo im dłużej będzie się strona postępowania spierać z organem tym większa kara zostanie naliczona, dlatego najrozsądniejszym sposobem obrony swoich praw jest szybki demontaż reklamy. Przykładem problemu zidentyfikowania właściciela urządzenia reklamowego jest właściciel pylonu przy „wiślańskiej galerii” lub tablic reklamowych reklamujących produkt Unihaus.

Innym problematycznym wątkiem związanym z regulacją uchwały krajobrazowej są tzw rowery z winderem, samochody oklejone reklamami pozostawione np na parkingu bądź same przyczepy samochodowe. Reklamą w rozumieniu art. 4 pkt 23 ustawy z dnia 21 marca 1985 roku o drogach publicznych jest umieszczona w polu widzenia użytkownika drogi tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, a także każdy inny nośnik informacji wizualnej wraz z jej elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, natomiast urządzeniem reklamowym zgodnie z ustawą z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, jest każdy przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem. Powyższe przepisy dotyczą tablic i urządzeń reklamowych, które są widoczne z przestrzeni publicznej przez 24 godziny na dobę, przesunięcie tych urządzeń np. o 1 metr nie stanowi podstawy do wszczęcia postępowania.

Należy odróżnić krótkotrwałe parkowanie w pasie drogowym pojazdu opatrzonego niewielką ilością napisów czy reklam (rozładunek, odpoczynek kierowcy, załatwianie spraw związanych z przewozem) od długotrwałego parkowania np. przyczepy opatrzonej reklamami w pasie drogowym ulic znajdujących się w dużej odległości od siedziby firmy. Powyższe nie oznacza, że przyczepa nie może w ogóle parkować na parkingu w pasie drogowym albowiem zakaz bądź ograniczenie czasowe takiego parkowania może wynikać tylko z odpowiednio ustawionych znaków drogowych. Umieszczając jednak na parkingu przyczepę opatrzoną reklamami, jej właściciel winien mieć na uwadze, że przyczepa pozostawiona przez dłuższy czas w pasie drogowym, bez związku z prowadzoną działalnością gospodarczą, staje się nośnikiem reklamy a zatem jej umieszczenie podlega .

Dodatkowo należy omówić sytuację umieszczania na nieruchomościach banerów (różnego rodzaju), które nie są reklamą w świetle prawa:

- Ogłoszenia o wydarzeniach lokalnych lub społecznych – w przypadku informacji o wydarzeniu kulturalnym, społecznym, charytatywnym lub religijnym, jeśli baner nie jest częścią komercyjnej kampanii marketingowej - tzw reklama okolicznościowa.
- Banery wyborcze w okresie kampanii – pod warunkiem przestrzegania terminów i zasad wynikających z ordynacji wyborczej.
- Własna działalność na własnej nieruchomości – jeśli baner dotyczy działalności prowadzonej dokładnie na tej samej posesji, na której został zamontowany (np. warsztat samochodowy w garażu).

Burmistrz Miasta
Tomasz Bujok

Kierownik Referatu
Gospodarki Przestrzennej
i Nieruchomości

inż. Agata Szarzec