

Koniec oszpecania miast!

18 kwietnia 2015

Ustawa krajobrazowa została poprawiona po protestach prezydentów miast, organizacji społecznych i mieszkańców. Nowa, ostrzejsza wersja pozwoli nareszcie wytoczyć skuteczną walkę dzikiej reklamie, szpecącej polski krajobraz.

Jak informuje serwis wyborcza.pl, pod listem otwartym do Senatu z apelem o poprawienie ustawy podpisało się ponad 13 tys. osób.

Do tej pory samorzady w walce z nielegalną reklamą były bezsilne. Procedury usuwania płacht wielkoformatowych zasłaniających całe kwartały miast trwały latami i nie przynosiły żadnych rezultatów. Reklamy znikwały na kilka dni, a gdy wracały, całą procedurę trzeba było zacząć od nowa, bo, zgodnie z interpretacją przepisów, nowa reklama jest nową samowolą budowlaną.

Kwestia obecności reklam w przestrzeni publicznej zostanie wkrótce rozwiązana. Teraz o tym, co pojawi się na budynkach miast, będą decydować radni na podstawie jednolitych audytów krajobrazowych, które samorzady będą miały obowiązek sporządzać co trzy lata, a których zadaniem będzie ułatwienie oceny obszarów pod kątem estetyki.

Jak informuje „Newsweek”, zmieniono definicje kilku istotnych pojęć: reklamy, szyldu, krajobrazu kulturowego i krajobrazu priorytetowego. Sejmiki województw będą miały także możliwość ustalania norm dotyczących wysokości, kształtu budynków i ewentualnie stosowania materiałów miejscowych lub tradycyjnej architektury.

Najważniejsza zmiana, którą zaproponował Senat do ustawy, dotyczy naliczania kar za nielegalne reklamy. Zgodnie z poprawką Senatu byłaby to 40-krotność opłaty reklamowej, której wysokość będzie zależała od stawek określonych przez

samorządy. Senator Janusz Sepioł, przewodniczący komisji samorządu terytorialnego i administracji państwowej, powiedział, że ustawa określa stawki maksymalne, jakie mogą przyjąć gminy. Jest to 2,5 zł opłaty stałej za dzień postawienia reklamy plus 20 gr za każdy metr kwadratowy powierzchni reklamy (także naliczane dziennie).

W poprzedniej, popartej przez posłów wersji ustawy, kary za nielegalne reklamy mogły wynosić najwyżej 5 tys. zł. W obecnej wersji kara dla reklamy o powierzchni 100 m kw. wyniesie do 27 tys. zł miesięcznie.

Zgodnie z propozycją Senatu, dodatkowa opłata byłaby naliczana za czas, w którym właściciel reklamy zewnętrznej będzie ją likwidował. Ma to przyspieszyć działania ukaranych. Kary będą w pierwszej kolejności nakładane na podmioty, które umieściły reklamę. Jeśli ich ustalenie nie będzie możliwe, karani mają być właściciele nieruchomości, na których stoją reklamy.

„Zdecydowany głos samorządów oraz organizacji pozarządowych przyniósł efekt. Ta ustawa to pierwszy krok na drodze do realizacji iście herkulesowego zadania, jakim jest uporządkowanie polskiej przestrzeni” – mówi Wojciech Wagner, naczelnik wydziału estetyki przestrzeni publicznej warszawskiego ratusza.

W trakcie prac nad ustawą pojawiły się również szkodliwe głosy tych, którzy w obwieszaniu wszelkich dostępnych powierzchni reklamami dopatrują się nie oszpecania kraju, lecz szans na łatwy zarobek – jeden z posłów PO proponował wypłacanie odszkodowań właścicielom zdelegalizowanych przez samorząd reklam wielkoformatowych. Inny bezskutecznie żądał wyłączenia z ustawy reklam wyborczych.

„W miastach mogą i powinny funkcjonować reklamy, ale nowoczesne, nie tak agresywne i zaśmiecające przestrzeń, jak reklamy wielkoformatowe” – mówi wiceprezydent stolicy Jacek Wojciechowicz.

Ustawa reguluje także kwestie szyldów (rady miast będą mogły określić ich rozmiary), specyfikuje również szczegóły dotyczące reklam przy drogach, jak choćby fakt, że niedopuszczalne będzie wyświetlanie na nich ruchomych, rozpraszających kierowców obrazów.

Źródło: NowyObywatel.pl