

# DYSKUSJA PUBLICZNA

NA TEMAT PROJEKTU  
UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ –  
ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA  
OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC  
REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ  
REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ DLA  
MIASTA KRAKOWA

odbyta w dniu  
24 października 2019 r.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Dzień dobry szanowni Państwo, chciałbym Państwa przywitać na dzisiejszym spotkaniu. Tematem dzisiejszego spotkania jest dyskusja na temat projektu w sprawie zasad sytuowania tablic i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń. Ja nazywam się Grzegorz Janyga i jestem Zastępcą Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego. Wraz ze mną są członkowie zespołu, którzy przygotowywali projekt tej uchwały, o którym dzisiaj będziemy rozmawiać, jest to Pani Kierownik Pracowni Prac Studialnych – Pani Barbara Stawarz, Tomasz Antosiewicz i Paulina Mol – to są osoby, które w Wydziale Planowania Przestrzennego, a wcześniej w Biurze Planowania Przestrzennego przygotowywały projekt tej uchwały. Jeżeli Państwo pozwolą, to ja sobie usiądę i tą dalszą część już na siedząco przedstawię.

Mamy taką krótką prezentację, po tej krótkiej prezentacji przewidujemy drugą część spotkania, która będzie polegała na możliwości zadawania przez Państwa pytań. Ponieważ dzisiejsze spotkanie jest rejestrowane i jest nagrywane, prosilibyśmy Państwa, żeby przed zadaniem pytania przedstawić się, następnie zadać pytania. Koleżanka będzie podchodziła do Państwa i będzie podawała mikrofon, żeby można było zadać pytanie.

Nasze dzisiejsze spotkanie jest trzecim spotkaniem w ramach opracowywania czy sporządzania projektu uchwały w sprawie zasad sytuowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, ogrodzeń, obiektów małej architektury. Kiedy Sejm w 2015 r. uchwalił ustawę o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu, która de facto zmieniała ustawę o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Rada Miasta Krakowa podjęła uchwałę o przystąpieniu do sporządzenia takiego projektu. Pomimo tego, że jakby nazwa tej ustawy wskazuje, że przedmiotem regulacji jest ochrona krajobrazu, to tak naprawdę ta nasza uchwała zgodnie z przepisami prawa może uregulować tylko niewielką kwestię dotyczącą krajobrazu, dotyczącą szeroko rozumianej przestrzeni publicznej, a mianowicie możemy w niej uregulować możliwość sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych jako takich nośników, na których umieszczana jest reklama, możliwość sytuowania ogrodzeń i możliwość sytuowania obiektów małej architektury. Jeżeli chodzi o założenia, to z jednej strony jest troszeczkę tak, że ustawodawca bardzo szeroko zdefiniował pojęcie reklamy – jest to w jakiegokolwiek formie upowszechnianie informacji promujące jakieś osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia, ruchy społeczne itp. Natomiast ta szeroko rozumiana reklama podlega regulacji tylko w takim zakresie w jakim jest umieszczana na tablicach reklamowych, czyli na takim przedmiocie materialnym o płaskiej powierzchni, albo na urządzeniach reklamowych, czyli taki inny przedmiot materialny, który nie ma tej płaskiej powierzchni, z reguły ma co najmniej 3 parametry, bo jeszcze ma głębokość.

Tak jak mówiłem, w 2015 r. została podjęta uchwała przez Radę Miasta Krakowa, która zainicjowała prace, i tutaj na tym slajdzie mamy przedstawione co dotychczas zrobiliśmy, bo z jednej strony to były takie konsultacje na początku, które się odbywały z mieszkańcami, była ankieta w Internecie, były prowadzone spotkania z różnymi zainteresowanymi grupami. Była prowadzona taka konsultacja w postaci przygotowania takiej wzorcowej uliczki, na

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

której miałyby być umieszczone nośniki reklamowe, w jakiej one formie miały być, było to zaprezentowane mieszkańcom i każdy zainteresowany mógł – to się odbywało na Brackiej, w budynku Urzędu Miasta przy ul. Brackiej – każdy zainteresowany mógł spotkać się i zobaczyć jak faktycznie to mogłoby wyglądać. W oparciu o te konsultacje społeczne, które były prowadzone na tym wczesnym etapie prac w 2015 r. i w 2016 r. przygotowaliśmy projekt uchwały, który dwukrotnie przekazaliśmy do konsultacji społecznych właśnie w takiej formie jak dzisiaj, tzn. odbyła się dyskusja publiczna, a następnie zainteresowani mieszkańcy mogli składać uwagi do tego projektu, który sporządzaliśmy. Ostatecznie projekt był przygotowany i przekazany Radzie Miasta Krakowa w zeszłym roku, pod koniec zeszłego roku, jesienią, we wrześniu 2018 r. Ówczesna Rada Miasta Krakowa zdecydowała, że ze względu na to, że kończy się kadencja, nie byłoby dobrze, żeby o tak ważnym projekcie uchwały decydowała Rada na ostatniej sesji, czy jednej z ostatnich sesji, w związku z czym radni zdecydowali, żeby projektem zajęła się nowo wybrana Rada. I tak też się stało. W styczniu tego roku Prezydent skierował projekt uchwały do konsultacji przez Komisję Planowania Przestrzennego i Ochrony Środowiska Rady Miasta Krakowa. Odnośnie tego projektu radni powzięli wątpliwości czy zaproponowane rozwiązania są odpowiednie, ponieważ jako niespecjaliści w dziedzinie planowania przestrzennego, niespecjaliści w dziedzinie architektury, ochrony krajobrazu, ochrony wartości kulturowej, ale jako przedstawiciele mieszkańców chcieli poznać jaki faktycznie ta regulacja może mieć wpływ na otoczenie, na naszą przestrzeń publiczną, w związku z tym poprosili Pana Prezydenta o przygotowanie takich analiz przestrzennych i takie analizy przestrzenne zostały opracowane. Szerzej o tym opowie Pan Tomasz Antosiewicz. Natomiast po przygotowaniu tych analiz, po zapoznaniu się z nimi, radni, członkowie Komisji Planowania Przestrzennego i Ochrony Środowiska w lipcu tego roku przedstawili swoje uwagi, my te uwagi wprowadziliśmy, następnie uzgodniliśmy i zaopiniowaliśmy projekt uchwały, tak jak wymagają tego przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, czyli uzgodniliśmy przede wszystkim z Wojewódzkim Małopolskim Konserwatorem Zabytków i Ministrem Zdrowia, bo to są te dwa podmioty, które mają tutaj decydujące znaczenie, i teraz jest ten kolejny etap proceduralny, w ramach którego projekt uchwały jest wyłożony do publicznego wglądu. Wyłożenie trwa do 13 listopada 2019 r. Jeżeli ktoś po dzisiejszym spotkaniu miałby niedosyt, to każdego dnia może zgłosić się do Wydziału Planowania Przestrzennego, tam dyżurują przedstawiciele zespołu projektowego i postarają się odpowiedzieć na te pytania, czy na te wątpliwości odnośnie projektu. Osoby, które przyjdą na takie wyłożenie publiczne przedstawią... Członkowie zespołu są dostępni każdego dnia, niemniej jeżeli to jest możliwe, to prosimy, aby podejść do Wydziału Planowania Przestrzennego, którego siedziba jest przy ul. Mogilskiej 41, w godzinach, które są wskazane w Ogłoszeniu i w Obwieszczeniu. Jeżeli chodzi o ten taki termin popołudniowy, to jest wtorek od godz. 15.00 do godz. 17.00, na spokojnie też, to jest już po godzinach pracy Urzędu, można podejść i też tam będzie jakaś osoba, członek zespołu projektowego, który postara się udzielić odpowiedzi i wyjaśnień odnośnie projektu uchwały, który podlega konsultacjom społecznym. Jeżeli ktoś zapoznając się z projektem uchwały poweźmie wątpliwości albo chciałby, żeby coś było doprecyzowane, albo coś było zmienione, to ma taką możliwość. Procedura przewiduje możliwość składania uwag do projektu uchwały. Na te uwagi czekamy w nieprzekraczalnym terminie do dn. 27

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

listopada 2019 r., liczy się data wpływu do Urzędu. Wszystkie pisma, które wpłyną po tym terminie niestety nie będą podlegały rozpatrzeniu w ramach procedury przewidzianej do sporządzenia tego projektu. Jeżeli się tak zdarzy, że projekt uzyska finalną wersję, rozpatrzenie uwag nie będzie wymagało ponowienia czynności proceduralnych, to projekt uchwały zostanie przekazany radnym. Zgodnie z założonym harmonogramem chcielibyśmy, żeby przekazanie tego projektu nastąpiło pod koniec tego roku, a najpóźniej na początku przyszłego roku, tak, żeby Rada mogła podjąć decyzję czy projekt w takiej wersji to jest taki projekt, którego oczekują mieszkańcy Krakowa.

Ja teraz oddam głos koledze, który przedstawi założenia projektu i opowie o tym co się wydarzyło od ostatniego wyłożenia, ponieważ dla części z Państwa ten projekt jest już znany, on w niewielkim można powiedzieć zakresie zmienił się w stosunku do tej wersji, która była prezentowana podczas ostatniego wyłożenia we wrześniu.

**Głos z sali**

Ostatnie wyłożenie było w kwietniu.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To w kwietniu 2018 r. Dobrze. Dziękuję bardzo i proszę Pana Tomasza Antosiewicza.

**Pracownia Prac Studyjnych, Wydział Planowania Przestrzennego – p. Tomasz Antosiewicz**

Dziękuję bardzo. Dzień dobry Państwu. Zanim jeszcze opowiem o samym projekcie, to może kilka słów o opracowanej inwentaryzacji nośników reklamowych, która została wykonana w związku z postulatem złożonym przez radnych Miasta Krakowa. Tak jak mówił Pan Dyrektor, Prezydent Miasta Krakowa zdecydował, aby taką inwentaryzację przeprowadzić pilotażowo na wybranych ulicach Miasta Krakowa, było to 13 ulic, niemniej jednak wybrano obszary w miarę reprezentatywne dla całego miasta, tak aby znalazły się tutaj obszary o różnej charakterystyce, zarówno te w centrum, jak i na peryferiach, a także obszary o różnych funkcjach. Zinwentaryzowano 28 km ulic. Cała ta operacja została wykonana na zlecenie Urzędu Miasta Krakowa przez dr Karola Kwiatka, który opracował taki system immersyjny. Immersyjny system mobilny – to było urządzenie montowane na pojeździe, które rejestrowało obrazy panoramiczne, które następnie zostały przenoszone na model komputerowy, tak że cały ten proces następował w sposób wysoce zautomatyzowany i daje ona taką perspektywę, aby w przyszłości móc opracować tego typu inwentaryzację na całym obszarze miasta bez konieczności angażowania dużej liczby osób i środków w celu takiej manualnej inwentaryzacji. W efekcie powstała bardzo szczegółowa baza danych. Tutaj mamy metodologię tego opracowania, zdjęcie pojazdu. Samo rejestrowanie zajęło 2 dni. Łącznie ta inwentaryzacja trwała w marcu i w kwietniu tego roku. Tutaj widzą Państwo efekty takiej bazy danych – to jest natężenie reklam na ul. Kalwaryjskiej, a także na ul. Mazowieckiej i Wrocławskiej, łącznie zostało zarejestrowanych 950 nośników wolnostojących na wszystkich tych 13-stu ulicach, a także ponad 3 tysiące reklam na obiektach budowlanych. Inwentaryzacja wraz z aktualną wersją projektu została przedstawiona na Komisji Planowania Przestrzennego Rady Miasta Krakowa. Rada tym razem pozytywnie zaopiniowała projekt,

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

niemniej jednak zgłosiła do niego cały szereg uwag, które uwzględniliśmy, omówię później na kolejnych slajdach.

Tutaj widzą Państwo jak wyglądała, powiedzmy, ewolucja stref przestrzennych w kolejnych wersjach, w kolejnych edycjach projektu uchwały. Po lewej stronie są bardzo szczegółowe strefy, które były wyznaczone w projekcie wyłożonym do publicznego wglądu w roku 2017, wtedy mieliśmy aż 3 takie załączniki ze strefami, w związku z potrzebą uproszczenia tych nadmiernie skomplikowanych przepisów. Przygotowywaliśmy kolejną edycję w roku 2018. Obecnie już mamy tylko niewielkie korekty. Zmieniło się przede wszystkim to w tym zakresie, że wyznacziliśmy kolejne ulice w ramach ulic wylotowych, jest to ul. Nowosądecka, a także ul. Armii Krajowej. Dodatkowo lekko skorygowaliśmy granice obszaru tzw. Starej i Nowej Huty, czyli podobszaru drugiego trzeciej strefy.

Może jeszcze kilka słów o samej strukturze tej uchwały. Poza zasadniczą jej częścią tekstową obecny projekt zawiera 3 załączniki graficzne. Pierwszy z nich to jest właśnie ten załącznik obrazujący podział miasta na strefy przestrzenne. Ponadto jest drugi załącznik graficzny, który zawiera szczegółową lokalizację słupów plakatowo-reklamowych na obszarze Starego Miasta, a ponadto jest jeszcze trzeci załącznik, wzornik słupa plakatowego w obszarze objętym wpisem na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO i w strefie buforowej tego obszaru.

Ustawa o planowaniu przestrzennym ściśle wyznacza materie, które stanowią przedmiot regulacji uchwały krajobrazowej, zwanej także uchwałą reklamową. Są to zasady i warunki sytuowania trzech typów obiektów, czyli tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, a także obiektów małej architektury oraz ogrodzeń. Tutaj widzimy wyszczególnienie ze względu na formę, a także ze względu na ich usytuowanie, są to nośniki, które posiadają definicję określone w ustawie o planowaniu przestrzennym, czyli tablice reklamowe, urządzenia reklamowe, a także szyldy są tutaj rozumiane w tym znaczeniu ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. My w naszym projekcie wyszczególniliśmy dodatkowo nośniki, które są usytuowane na budynkach, tutaj określamy strefę, w której jest to dopuszczalne, a także nośniki wolnostojące. Jeśli chodzi o nośniki, to wyróżniamy tutaj szczegółowy katalog dopuszczonych nośników, są banery sytuowane na rusztowaniu na czas remontu, billboardy, panele reklamowe, słupy plakatowo-reklamowe zwane okrągłakami, a także inne tablice reklamowe i urządzenia reklamowe jako niewielkie objekty do 5 m<sup>2</sup>, ponadto nośniki sytuowane na obiekcie budowlanym. Tutaj widzą Państwo taki uproszczony schemat tego w jakich strefach dopuszczone są konkretne nośniki. Od razu zaznaczę, że jeżeli chodzi o ten podobszar pierwszy trzeciej strefy, czyli Stare Miasto, tutaj zakres naszych regulacji jest ściśle powiązany z regulacjami uchwały o Parku Kulturowym tak, aby nie było żadnych problemów z dostosowaniem tych nośników, które już w tym momencie zostały uregulowane.

Jeżeli chodzi o zmiany, które nastąpiły w tym projekcie, który obecnie Państwu prezentujemy w odniesieniu do tego II wyłożenia, to taka podstawowa zmiana w związku z wytycznymi Komisji Planowania Przestrzennego Rady Miasta Krakowa, to jest całkowicie nowy zakres dopuszczonego obszaru dla słupów plakatowo-reklamowych. W poprzedniej wersji

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

nasz projekt przewidywał uregulowanie tego poprzez dopuszczenie tych słupów na obszarze o przeważającej zabudowie historycznej, czyli w tej trzeciej strefie, natomiast obecnie dopuszczamy lokalizację słupów plakatowo-reklamowych na całym obszarze miasta, dodatkowo regulowane jest ich sytuowanie koniecznością zachowania minimalnego odstępu 15 m od przystanków komunikacji miejskiej, a także minimalnego odstępu 15 m pomiędzy takimi nośnikami. Jeśli chodzi... No tu już może nie będę mówił o Starym Mieście, bo tutaj jest ten załącznik, który określa ich szczegółową lokalizację.

Jednym z takich nośników, który z pewnością przyczynia się do chaosu reklamowego są rozmieszczone na całym obszarze miasta banery. Tutaj uchwała przewiduje 2 przypadki, w których będzie można takie banery sytuować. Po pierwsze, jest to sytuowanie ich na rusztowaniu na czas prac remontowych i będzie to możliwe przez okres maksymalnie jednego roku, nie częściej niż co 7 lat. Dodatkowo przewidujemy możliwość sytuowania banerów na czas trwania przedsięwzięcia plenerowego. Taki zapis już był u nas przewidziany w poprzednich wersjach tego projektu, niemniej jednak dodajemy taki warunek, że impreza taka nie może trwać dłużej niż 30 dni.

W kwestii sytuowania billboardów także nie zmienia się nasza koncepcja tego, aby te nośniki były ustandaryzowane. Chcemy, aby na obszarze miasta pozostała strefa wolna od billboardów, aby na obszarze ulic wylotowych nie było takiej możliwości. Tam, gdzie będzie to dopuszczone przewidujemy 2 formaty nośnika: 18 m<sup>2</sup> oraz 12 m<sup>2</sup>, z koniecznością zachowania minimalnego promienia 100 m od przecięcia krawędzi jezdni skrzyżowań. Dodatkowo będzie możliwość sytuowania billboardów także na obiektach budowlanych, jeżeli będą spełnione pozostałe warunki – udział reklam na elewacji. Radni Miasta Krakowa wystąpili także o dopuszczenie możliwości sytuowania niewielkich billboardów tych 12 m<sup>2</sup> na ścianach ślepych budynków i my taki zapis zawarliśmy w projekcie.

Tutaj widzą Państwo jak w schematycznym obrazku wygląda strefa dopuszczonych reklam na obiekcie budowlanym. Ma być to przede wszystkim strefa parteru. Określamy za pomocą parametrów jaka ma być maksymalna powierzchnia tej strefy parteru dopuszczona na nośniki reklamowe w różnych strefach, i tutaj nie zmieniły się te zapisy, przy czym dopisaliśmy możliwość sytuowania murali reklamowych w związku z licznymi głosami w tej sprawie.

W zakresie szyldów projekt także kontynuuje te zapisy, które dotychczas przewidywaliśmy, niemniej jednak znacznej zmianie uległa liczba maksymalnych szyldów dla jednej działalności, z 10 szyldów obecnie, przewidujemy maksymalnie 5 takich nośników dla jednej działalności, przy czym dla Starego Miasta będzie to tak jak w Parku Kulturowym maksymalnie jeden szyld.

Ponadto w zakresie obiektów małej architektury również przewidzieliśmy kosmetyczne zmiany. Tutaj w związku z licznymi realizacjami miasta w zakresie nowych terenów zieleni chcieliśmy, aby nie było takich sytuacji, że jakieś inwestycje będą zagrożone, więc dopisaliśmy możliwość pewnych wyłączeń dopuszczenia szerszych materiałów, a także innej kolorystyki niż jest przewidziana w konkretnych strefach dla terenów zieleni, a także terenów użyteczności publicznej, tj. place zabaw, zieleńce, urządzenia sportowe.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

W zakresie ogrodzeń także nie zmienia się nasza koncepcja. Przede wszystkim chcemy, aby nie było dopuszczone grodzenie terenów zabudowy wielorodzinnej, w pozostałych terenach te ogrodzenia są w konkretnych sytuacjach, przy konkretnych formach zabudowy albo działalności gospodarczej dopuszczone. W związku z postulatem radnych wprowadziliśmy dodatkowy zakaz sytuowania ogrodzeń w terenach wyłączonych spod zabudowy w planach miejscowych z wyłączeniem określonych nieruchomości.

Jeżeli chodzi o zasady dostosowania do nowych przepisów, przewidzieliśmy 2-letni termin na dostosowanie w zakresie obiektów małej architektury, a także ogrodzeń, nastąpi zwolnienie z konieczności dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale, dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będzie możliwe dostosowanie poprzez różnorodne działania, zarówno poprzez zmniejszenie, wymianę, ograniczenie takich urządzeń, a jeżeli nie będzie takiej możliwości, wówczas określamy szczegółowo warunki na jakich następować będzie dostosowanie, a w ostateczności usunięcie tych nośników. Z mojej strony to tyle. Dziękuję Państwu.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Jeszcze raz chciałbym przypomnieć, że jeżeli są Państwo zainteresowani, to zapraszamy do Wydziału Planowania Przestrzennego w godzinach pracy Urzędu. Zespół projektowy dyżuruje w poniedziałki, środy, czwartki i piątki od godz. 8.00 do 10.00, we wtorki od godz. 15.00 do 17.00. Natomiast każdy mieszkaniec z Krakowa, który jest zainteresowany tematem może składać uwagi, postulaty, jak ewentualnie należałoby zmienić albo co ewentualnie należałoby zmienić w wykładanym do publicznego wglądu projekcie uchwały w nieprzekraczalnym terminie do dn. 27 listopada 2019 r. Liczy się data wpływu takiej uwagi do Urzędu.

Myślę, że ten I etap spotkania zakończyliśmy, teraz przeszlibyśmy do tej II części, o której wspominałem, w związku z tym jeżeli Państwo mają do nas jakieś pytania albo chcieliby Państwo, żebyśmy którąś kwestię doprecyzowali, wyjaśnili bardziej szczegółowo niż to zostało przekazane w tej krótkiej prezentacji, to uprzejmie prosimy o zadawanie pytań. Widzę, że Pani radna, już koleżanka... Dzień dobry.

**Gość I, Radna Miasta Krakowa – p. Nina Gabryś**

Tak. Witam serdecznie. Nina Gabryś. Ja mam 2 pytania, jedno odnośnie banerów tych dużych na budynkach. W momencie, w którym tam są te reguły, które teraz obowiązują też w Parku Kulturowym, czyli połowa banneru jest, jakby licuje z fasadą budynku, i do 7 lat może ten remont trwać. Co z banerami, które już dawno przekroczyły to 7 lat i dalej wiszą? Czy będzie możliwość ich usunięcia, czy one teraz dostaną 7 lat kolejnego przedłużenia, bo taką sytuację mamy na kamienicy Ekielskiego, gdzie baner wisi na zabytkowym budynku już ponad 8 lat, albo i więcej, i w dalszym ciągu niby prowadzony jest tam remont, którego nikt nie widział i nie ma po nim śladu, bo nigdy nie było tam żadnych robotników, a niestety na poziomie województwa wydano zgodę, i czy to będzie miało wpływ na takie sytuacje? To jest jedno moje pytanie.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

I drugie, na temat murali reklamowych w kontekście tego czy będzie jakaś komisja czy zespół decydujący o estetyce wykonania i tych murali? Bo sam mural brzmi fajnie do momentu, w którym zobaczymy jak on będzie wyglądał.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To ja może zacznę od tego drugiego pytania, bo ono jest z mojego punktu widzenia ciekawsze w takim zakresie, że to jest mankament tych przepisów, w oparciu o które my sporządzamy projekt uchwały. Ponieważ my nie możemy ingerować w treść, my nie możemy zakazać albo nakazać w jaki sposób ma wyglądać treść reklamowa, która znajduje się na takim muralu, w związku z tym dlatego wprowadziliśmy takie ograniczenie, że ten mural może znaleźć się tylko w poziomie parteru, ponieważ zdajemy sobie z tego sprawę, że to będzie jeden z takich najtrwalszych, najdłużej funkcjonujących w przestrzeni publicznej nośników reklamowych. Bo każdy z Państwa wie, że te nośniki reklamowe, które są, to one ulegają jakiemś tam zużyciu i co jakiś czas są w krótszym czy w dłuższym okresie czasu wymieniane, natomiast przykład murali, które zachowały się i które istnieją jeszcze sprzed 1989 r., które są wyblakłe, ale widać je, pokazuje, że ten nośnik reklamowy będzie tym nośnikiem reklamowym, który w przestrzeni publicznej może najdłużej funkcjonować, w związku z tym odpowiadając na pytanie Pani radnej trzeba powiedzieć, nie mamy takiej możliwości. Nie możemy określić czy ustalić pewnego gremium osób, które będzie decydowało o tym czy treść takiego nośnika reklamowego w postaci muralu reklamowego, nie do wolnego muralu, tylko muralu, który zawiera treści reklamowe promujące jakieś wydarzenia, osoby, przedsiębiorstwa, przedsięwzięcia, produkty itd., to nie mamy takiej możliwości, w związku z tym w tym zakresie na pewno nieocenianą pomoc będzie stanowił Konserwator Zabytków, Miejski czy też Wojewódzki, którzy w zakresie obiektów zabytkowych mają możliwość wypowiedzenia się co do tego i zakazania. Natomiast jeżeli taki mural będzie powstawał na budynku współczesnym, który nie jest objęty żadną formą ochrony zabytków, to niestety może powstać o dowolnej treści, o dowolnej jakości, o dowolnym poczuciu estetyki tego kto taki mural będzie wykonywał. W związku z tym, tak jak mówiłem wcześniej, chcielibyśmy, żeby możliwość sytuowania tych murali została ograniczona jedynie do poziomu parteru, bo to jest też ta część elewacji, która najszybciej wymaga pewnych robót remontowych, najczęściej zmieniana, w związku z tym jest szansa, że może jak taki mural powstanie, to nie będzie tak długo funkcjonował jak te murale reklamowe, które funkcjonują, a które powstały przed 1989 r., pomimo tego że można się spierać co do ich estetyki, czy one są lepsze, czy są gorsze.

Natomiast jeżeli chodzi o banery, które wiszą na rusztowaniach, są zawieszane, to projekt uchwały zakłada przede wszystkim to, że taki baner będzie mógł wisieć maksymalnie przez rok, a następnie będzie musiał zostać zdemontowany z tego rusztowania i przez 7 następnych lat na tym samym rusztowaniu, przy tym samym budynku nie będzie się mógł pojawić nowy baner. Jeżeli taki baner się pojawi, czy jeżeli pojawią się nośniki, nowe nośniki reklamowe niezgodne z postanowieniami uchwały, to przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewidują możliwość nałożenia kary bądź to na właściciela nieruchomości, na której taki niezgodny z uchwałą nośnik reklamowy się znajduje, bądź na właściciela tego nośnika. Ustawodawca przewidział, że taka kara to jest 40-krotność opłaty stałej i opłaty zmiennej. Opłata stała maksymalna wynosi 2,50 zł od nośnika reklamowego za dzień, a



**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

opłata zmienna 20 gr za m<sup>2</sup> nośnika, w związku z tym taka opłata jest naliczana i wysokość tej kary jest naliczana przez cały okres, kiedy taki nośnik funkcjonuje nielegalnie, do momentu jego zdemontowania przez właściciela tego nośnika albo właściciela nieruchomości, na której taki nośnik się znajduje. Dopiero podjęcie uchwały w sprawie zasad i sytuowania ogrodzeń, obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych daje władzom miasta możliwość skorzystania z takiego narzędzia w postaci kary finansowej i przymuszenia takiego właściciela takiego nośnika reklamowego do tego, aby zastosował się do postanowień uchwały.

Proszę bardzo.

**Głos z sali**

To co wisi to będzie dalej wisieć, tak? Rozumiem (...).

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To znaczy, to co wisi, to ma 2-letni okres dostosowawczy, i 2-letni okres...

**Głos z sali**

(...).

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Po wejściu w życie tej uchwały.

**Głos z sali**

(...) na razie wisi.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Na razie wisi. Teraz, jeżeli pojawia się informacja, że pewne nośniki reklamowe w zależności czy to są obiekty czy urządzenia budowlane, i one naruszają przepisy prawa, to można zgłaszać w tym zakresie swoje zastrzeżenia do Powiatowego Inspektora Nadzoru Budowlanego i on ocenia, i w ramach przepisów, które są określone w ustawie prawo budowlane ma możliwość zweryfikowania czy dany nośnik reklamowy funkcjonuje w przestrzeni publicznej zgodnie z przepisami. Niestety te przepisy też zakładają, ustawa prawo budowlane, możliwość zalegalizowania nośnika reklamowego, który powstał w sposób nielegalny, i to postępowanie jest wieloetapowe, są wydawane decyzje administracyjne. To jest bardzo długi proces i on niekoniecznie przynosi szybkie rezultaty. My mamy nadzieję, że projekt uchwały reklamowej i te sankcje, które są przewidziane w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w postaci kar za nośniki nielegalne, niezgodne z postanowieniami uchwały, umożliwią szybszą egzekucję i szybszą poprawę, przynajmniej w części, estetyki przestrzeni publicznej.

Czy jeszcze ktoś z Państwa chciałby zadać pytanie? Proszę uprzejmie.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

**Gość II – p. /.../\***

/.../\*, firma reklamy zewnętrznej. Ja mam parę pytań. Po pierwsze, Pan tutaj Dyrektor stwierdził, że nie możecie Państwo ingerować w to jaka jest forma tej reklamy, a ustawa mówiąca o uchwałach reklamowych mówi, że macie Państwo ustalać zasady i warunki, i to wcale nie oznacza, że wszystko musi polegać tylko i wyłącznie na odległościach jakie Państwo wprowadzicie, bo zasadami mogą być odległości, a warunkiem może być uzyskanie zgody odpowiedniej komisji. Narracja jaka się pojawiła po pierwszych uchwałach i lokalizacja tej uchwały reklamowej w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym chyba wprowadziła w ogóle złą narrację do tych uchwał, które się pojawiają. To jest pierwsza uwaga.

Drugie. Powiedział Pan, że to jest bardzo ważna uchwała – prawo lokalne dla miasta Krakowa, i chciałam powiedzieć, że oprócz tu widocznych osób, które zajmują się przede wszystkim reklamą zewnętrzną nie widzę olbrzymiej grupy drobnych przedsiębiorców, to jest kilkadziesiąt tysięcy, których ta uchwała dotyczy. Na Państwa stronach pojawiły się wyniki tego audytu, który Państwo robiliście, i tam wynikało z tego audytu, że 94 % bodajże, tak, reklam naściennych, które w sumie popularnie nazwane były szyldami jest niezgodnych z uchwałą, a 69...nie pamiętam, ale taki gdzieś rząd wielkości było reklam wolnostojących, co oznacza, że ci wszyscy przedsiębiorcy drobni, sklepikarze, usługodawcy, w każdym razie każdy przedsiębiorca w Krakowie będzie musiał zmienić swój szyld, dopasować go do warunków uchwały, i ja tutaj takich przedstawicieli niezaniepokojonych tymi kosztami, które będą musieli ponieść nie widzę. Nie widzę również pomysłu Państwa na jakąś pomoc dla tych przedsiębiorców, bo jeżeli ogranicza się powierzchnię szyldów na elewacji, to oznacza, że jakoś ci najemny, właściciele, będą musieli się dogadać. Jak się mają dogadać wzajemnie? Kto ma mieć większy szyld, kto mniejszy? Szyld ma być do 1 m, ale może być tych szyldów więcej, więc tutaj ja ze strony miasta nie widzę, i też może Pan mi wyjaśni jak to będzie zorganizowane. Oczywiście to jest jakby sprawa na przyszłość, ale to są też olbrzymie koszty. Ta uchwała została, tak faktycznie koszty wykonania tej uchwały przerzucone na przedsiębiorców, na tych drobnych przedsiębiorców, na trochę większych przedsiębiorców, i tych przedsiębiorców, którzy żyją z reklamy zewnętrznej, tak? To oni poniosą koszty tej uchwały. Dlatego moje pytanie: jakie koszty poniesie Urząd Miasta, jak zamierza pomóc tym przedsiębiorcom? Bo wprowadzone warunki dostosowania tutaj na ostatnich stronach jakby w ogóle nie są warunkami dostosowania, bo ktokolwiek wie jak wyglądają reklamy wolnostojące, że potrzebne są na nie zgody. To nie wystarczy ją sobie wziąć, obciąć. To jest wszystko legalizowane, więc wymaga całego szeregu działań. I teraz pytanie: jak miasto w tym będzie uczestniczyć? Jednocześnie te okres dostosowania jest okresem, kiedy te zmiany można wprowadzić. Jak będzie można wprowadzić zmiany do tablic, które stoją, i jednocześnie stoją te, które powinny być usunięte, tak? Wzajemnie te warunki będą się wykluczały. Będziecie Państwo w tej samej sytuacji, w której w tej chwili jest Gdańsk. Wprowadził bezmyślnie warunki dostosowania i jest sytuacja patowa. Urząd Miasta nie wydaje żadnych zgód i zezwoleń na dostosowanie, bo stoją jeszcze te nośniki, które się usuną, więc te warunki, które są wprowadzone jakby nie mogą być zastosowane, uchwała obowiązuje. Tu widzę powielenie tej sytuacji. I myślę, że należałoby się zastanowić jak w

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

takim razie te warunki dostosowania przygotować tak, żeby w okresie dostosowania rzeczywiście i ci, którzy mają szyldy, i ci, którzy mają nośniki reklamowe mogli się dostosować. Stąd moja prośba, żeby Pan Dyrektor był uprzejmy nam wyjaśnić jak to będzie działało. Dziękuję.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Dziękuję bardzo. Ja postaram się po kolei na te zagadnienia, które Pani podniosła udzielić odpowiedzi. Jeżeli chodzi o to co może być przedmiotem regulacji w zakresie tablic i urządzeń reklamowych, tutaj jest dosyć precyzyjnie sformułowane. Pozwolę sobie nie zgodzić się z Panią w takim zakresie, że my możemy coś więcej rozstrzygnąć niż to co jest określone w art. 37 a, ust. 1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, która w jednoznaczny sposób wskazuje, że dla obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń można ustalić parametry dotyczące gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów z jakich mogą być wykonane, w związku z tym mówimy tutaj o trzech elementach: gabaryty, czyli jakieś parametry określające te obiekty, które mogą zostać uregulowane w projekcie uchwały; standardy jakościowe, czyli pewne elementy wskazujące ocenę, wartościujące i wskazujące możliwość użycia pewnych materiałów, rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane. Natomiast jeżeli chodzi o szyldy, to tutaj ustawodawca jakby zawężył ten zakres, który może podlegać regulacji, i jeżeli chodzi o szyldy to możemy uregulować jedynie kwestię gabarytów, liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez pomiot prowadzący na niej daną działalność, w związku z tym jeszcze w przypadku szyldów ten zakres jakby regulacji możliwy do uregulowania w projekcie uchwały jest mniejszy, ponieważ nie możemy wskazywać materiałów, z których takie szyldy są wykonywane oraz określać pewnych standardów jakościowych co do tego jak taki szyld ma wyglądać. Więc to jest jakby pierwsza kwestia.

Jeżeli chodzi o same szyldy, to tutaj jest zaprezentowany slajd jak my byśmy chcieli, żeby to docelowo wyglądało, tzn. chcielibyśmy, aby szyldy osób czy podmiotów prowadzących działalność na danej nieruchomości co do zasady były lokalizowane na budynku, w poziomie parteru, w tych miejscach, które są tutaj wskazane, czyli bezpośrednio przy wejściu do głównego budynku, jeżeli są witryny to w górnej części witryny, jeżeli są, może nie jeżeli są, tylko tak zawsze jest, ale w takim pasie powyżej wysokości 2,5 m – to jest taki pas, który znajduje się w parterze. I my mówimy, że z wyjątkiem Starego Miasta każdy z takich przedsiębiorców prowadzących działalność na danej nieruchomości może takich szyldów umieścić 5 maksymalnie, z tym że w poszczególnych strefach powierzchnia zajętości tej części parteru została w różny sposób sparametryzowana, największa jest w tej pierwszej strefie, tj. 25 % powierzchni, odpowiednio potem w tych pozostałych strefach jest to mniej, a na obszarze Starego Miasta obowiązują te regulacje, które dotychczas funkcjonują, tzn. regulacje przeniesione z Parku Kulturowego: jeden podmiot – jeden szyld, i powierzchnia tego szyldu do 1 m<sup>2</sup>. Oczywiście projekt uchwały przewiduje także pewne wyjątki dotyczące innej możliwości sytuowania szyldów na jakichś wysięgnikach, w sytuacji gdy budynki są wyższe, usługowe itd., natomiast co do zasady to jest taka regulacja, która wydaje nam się, że ona będzie wystarczająca. I to też jest tak, że zarówno przedsiębiorcy prowadzący działalność

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

na własnej nieruchomości, jak i korzystający tym zakresie z nieruchomości innego właściciela mają możliwość sami uregulowania tej kwestii z właścicielem tej nieruchomości, albo będąc samymi właścicielami, sami o tym decydują w jaki sposób te szyldy sobie rozmieszczą na tych częściach elewacji, które są przewidziane pod lokalizację szyldów, w taki tylko sposób, aby te warunki, które tutaj zostały wskazane, zostały zapewnione. Oczywiście są takie sytuacje, czy mogą się zdarzyć takie sytuacje, że na danej nieruchomości funkcjonuje bardzo wielu przedsiębiorców, w związku z tym może się tak zdarzyć, że wielkość ich szyldów zostanie właśnie pomniejszona i będą one o wielkości mniejszej np. niż 1 m<sup>2</sup>, natomiast to są, no można powiedzieć, takie przypadki incydentalne i raczej możliwość wyeksponowania własnej działalności poprzez wskazanie czy umieszczenie szyldu na budynku będzie każda z osób, każdy z podmiotów prowadzących działalność na danej nieruchomości będzie miał zapewnione.

Jeżeli chodzi o przepisy odnośnie dostosowania, to miasto ze swojej strony podjęło już takie działania w zakresie nośników, które są nielegalne. Być może część z Państwa zauważyła, że Zarząd Dróg Miasta Krakowa podjął działania zmierzające do usunięcia tych wszystkich nośników reklamowych, które funkcjonują nielegalnie poprzez nielegalne zajęcie pasa drogowego i na niektórych ulicach mogli już Państwo zobaczyć, że są taką czarną taśmą obwiązane te nośniki, które podlegają usunięciu, które mają zostać docelowo usunięte i Zarząd Dróg Miasta Krakowa sukcesywnie prowadzi działania, aby w tych obszarach, co do których zarządca drogi jest dysponentem nieruchomości, uregulować te kwestie, jeżeli na tych obszarach, które są w Zarządzie Dróg Miasta Krakowa pojawiły się nośniki nielegalne, w taki sposób, aby kiedy uchwała krajobrazowa wejdzie w życie już funkcjonowały w obszarze miasta tylko te nośniki, które są nośnikami powstałymi zgodnie z dotychczas obowiązującymi przepisami prawa. Jeżeli okres dostosowawczy jest okresem 2-letnim, i wydaje się nam, że ten okres czasu, i tak jak konsultowaliśmy projekt z radnymi Miasta Krakowa, że to jest wystarczający okres czasu, w ramach którego nośniki reklamowe, które nie spełniają warunków określonych w projekcie uchwały będzie trzeba usunąć. Oczywiście nie budzi to wątpliwości chyba nikogo, że projekt uchwały do pewnego stopnia jest restrykcyjny i uniemożliwi sytuowanie w niektórych przypadkach nowych nośników reklamowych. Mogą zdarzyć się takie miejsca w mieście, w których dotychczasowe nośniki będzie trzeba zdemontować, ponieważ one nie będą spełniały postulatów czy warunków określonych w projekcie uchwały, a także na tych obszarach miasta nie powstaną takie nośniki żadne nowe, bo one również nie będą kwalifikowały się do tego, żeby spełnić warunki określone w projekcie uchwały a potem już w uchwale obowiązującej, w związku z tym my na ten moment nie widzimy takiego ryzyka, że nie dałoby się w przestrzeni miasta określić czy dany nośnik reklamowy może pozostać czy nie może pozostać, i w konsekwencji czy na danym obszarze miasta można posadowić dany nośnik reklamowy nowy, jeżeli zgłosiłaby się do Urzędu Miasta osoba, która byłaby zainteresowana umieszczeniem takiego nośnika reklamowego. I to z mojej strony jakby tyle. Dziękuję bardzo.

Jeszcze było pytanie, tam chyba Pan chciał złożyć, jeżeli można.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

**Gość III – p. /.../\***

Dzień dobry. /.../\* z tej strony. Ja Mam 2 pytania, ale tak naprawdę 3. Dlaczego miasto zdecydowało się na wyłożenie projektu skoro w Trybunale Konstytucyjnym jest zapytanie Naczelnego Sądu Administracyjnego dotyczące zgodności ustawy z konstytucją, i czy Rada będzie głosować uchwałę przed wydaniem takiej decyzji przez Trybunał?

Drugie pytanie dotyczące digitalizacji przestrzeni miejskiej, na całym świecie przestrzeń miejska się digitalizuje, i dlaczego zostało tutaj w naszym Mieście Krakowie zrezygnowano z takiej formy komunikacji, przy czym miasta bardzo często współpracują z firmami reklamowymi, w przesyłaniu informacji o zagrożeniach i tego typu informacjami kierowanymi do mieszkańców?

Jeszcze jedno pytanie. Jeżeli są wyznaczone okrągłaki i miejsca pod nie, to na jakich zasadach i kiedy, czy będą się odbywały przetargi pod to w tej strefie, w której to będzie wymagane?

Plus jeszcze jedno pytanie. Jest wyjątek dotyczący ekranów, telebimów i projektów LCD na działkach zlokalizowanych w Nowej Hucie, i wymienione są te działki, z czego to wynika i dlaczego tak zostało to zapisane? Dziękuję.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Jeżeli chodzi o pierwsze pytanie dotyczące wyroku Trybunału Konstytucyjnego. Rada Miasta Krakowa jak i Prezydent Miasta Krakowa jako organy sporządzające i uchwalające projekt każdego przepisu prawa miejscowego na obszarze danej gminy działają w oparciu o obowiązujące przepisy prawa, w związku z tym my nie możemy antycypować, że nam się wydaje, że przepis jest niekonstytucyjny, w związku z tym będziemy czekać na orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego, zważywszy na to, że nie jesteśmy w stanie przewidzieć, kiedy orzeczenie potencjalnie Trybunału Konstytucyjnego może zapaść, w jakiej formie, jakie to będzie rozstrzygnięcie, w związku z tym dopóki obowiązują takie przepisy, które wynikają z ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym i one stanowią podstawę do działania Rady Miasta Krakowa i Prezydenta Miasta Krakowa, to jest wola po stronie władz miasta, aby taki projekt uchwały przygotować, i aby taki projekt uchwały skierować do Rady Miasta Krakowa celem ewentualnego uchwalenia. Jeżeli będziemy mieli informacje, że zostanie wyznaczone posiedzenie Trybunału Konstytucyjnego z terminem wskazującym na rozpatrzenie tego pytania, które zostało zadane przez Naczelnego Sąd Administracyjny, to na pewno weźmiemy to pod uwagę przy ewentualnym opóźnieniu terminu przekazania projektu uchwały do Rady Miasta Krakowa, natomiast jeżeli taki termin nie będzie wskazany do momentu, kiedy zakończymy prace po stronie tutaj zespołu projektowego, po stronie Prezydenta Miasta Krakowa, to zgodnie z obowiązującymi przepisami prześlemy projekt uchwały do uchwalania.

Jeżeli chodzi o nośniki LCD i nośniki, które wykorzystują multimedia do przekazywania treści reklamowych oraz do przekazywania informacji, to my dopuszczamy takie nośniki reklamowe, one są przede wszystkim w formie panelu reklamowego, który jest umieszczany przede wszystkim w wiatkach przystankowych, ale w przejściach podziemnych czy też na

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

niewielkich obiektach o powierzchni zabudowy do 35 m<sup>2</sup>, my dopuszczamy możliwość zamieszczenia takich modułów czy takich urządzeń, które emitują taką reklamę na słupach plakatowo-reklamowych, oraz przewidujemy taką możliwość w taki sposób eksponowania czy wyświetlania reklam właśnie na tych działkach, które są wskazane w Nowej Hucie – są to działki, na których znajduje się obiekt Tauron Areny, który od początku został wykonany jako taka inwestycja, na której elewacja stanowi tą część, która służy równocześnie do emitowania reklam czy możliwości reklamowania się, i dlatego te działki, które są wskazane w projekcie uchwały, na których jest możliwość umieszczenia tych reklam z wykorzystaniem nośników ciekłokrystalicznych LCD, LSD, to są właśnie te działki, na których znajduje się Tauron Arena.

I jeszcze było pytanie odnośnie słupów plakatowo-reklamowych. Aktualnie w Gminie Miejskiej Kraków obowiązuje regulacja, za którą odpowiada Zarząd Dróg Miasta Krakowa i on podejmuje w każdej sprawie indywidualne rozstrzygnięcie czy słup plakatowo-reklamowy może zostać umieszczony w pasie drogowym w zależności od tego, który podmiot czy która komórka organizacyjna Urzędu Miasta Krakowa będzie odpowiedzialna za wykonanie, za realizację postanowień uchwały w sprawie zasad i sytuowania tablic reklamowych, ogrodzeń, obiektów małej architektury i urządzeń reklamowych, to ten podmiot będzie organizował czy będzie wydawał zgody na umieszczenie nośników reklamowych w przestrzeni publicznej. Jeżeli będzie taka sytuacja, że będzie więcej podmiotów zainteresowanych jedną daną lokalizacją to na pewno kwestia zorganizowania przetargu na możliwość umieszczenia takiego nośnika reklamowego w przestrzeni publicznej zostanie wzięta przez tą jednostkę organizacyjną Urzędu Miasta Krakowa lub miejską jednostkę organizacyjną wzięta zostanie pod uwagę. Dziękuję bardzo.

**Gość IV – p. /.../\***

Bardzo dziękuję. /.../\*, Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej UP Kraków. Ja bardzo się cieszę, że Państwo podjęliście prace nad tą uchwałą, można tylko narzekać, że tak późno. Jakby z tego, że jest to kolejna ewolucja wyłożenia, widać, że ona też nie jest łatwa ta praca, więc tym bardziej dziękuję Państwu, a Państwa Wydziałowi za to, że pochyliłiście się nad tym problemem, bo rzeczywiście Kraków jest tego wart. Kraków jest miejscem niepowtarzalnym, wpisanym w dużej części na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO, więc zwłaszcza te przepisy dotyczące samego centrum są niezwykle istotne.

Ja mam takie pytanie, które w tej pierwszej ewolucji padło i chciałem się zapytać czy jakby w trakcie prac nad tym projektem Państwo działaliście w tym zakresie, bo zastanawia mnie wysokość tych kar, tak, bo możemy sobie wyobrazić taką sytuację, że w prestiżowych, a więc drogich lokalizacjach Krakowa właścicielowi kamienicy będzie opłacało się taką reklamę zostawić i ponieść karę, którą Państwo zarówno tą jednostkową, jak i zależną od powierzchni płacić. No dobrze, rozumiem, że Państwo rozebraliście też rozeznanie jakie koszty są na rynku komercyjnym. I stąd moje pytanie: czy nie obawiacie się takiej sytuacji, czy te obawy są zasadne czy zupełnie nie? Dziękuję.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Może koledze uda się znaleźć... Zrobiliśmy taką symulację dotyczącą reklamy, która, czy powierzchni reklamy, która funkcjonuje na dawnym hotelu „Forum”, i nie podam teraz kwoty, zapraszam do Wydziału Planowania Przestrzennego, no nie zabraliśmy tych danych, i ta kwota kary, która jest określona, to jest bardzo wysoka kwota kary. Mamy też, niestety nie przy sobie, ale w Wydziale Planowania przestrzennego taką informację, w Poznaniu była robiona taka analiza i z tej analizy zrobionej przez pana Ryszarda Grobelnego wynikało, że nośniki reklamowe powyżej 12 m<sup>2</sup>, to dla właścicieli takich nośników reklamowych kara, która jest przewidziana przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym będzie taką karą dotkliwą i będzie powodowała, że taki właściciel takiego nośnika reklamowego będzie musiał rozważyć tą kwestię do jakiego stopnia potencjalny zysk z reklamy, którą otrzymuje równoważy konieczność zapłaty tej kary, która jest przewidziana przepisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ta wielkość tej kary w postaci 2,50 zł za nośnik reklamowy za dzień jako część opłaty stałej i 20 gr za m<sup>2</sup> nośnika reklamowego jako część opłaty zmiennej, która podlega 40-krotnemu zwiększeniu, wynika z tego, że jeżeli Rada Miasta Krakowa nie podejmie odrębnej uchwały o opłacie reklamowej i nie ustali tych stawek opłaty stałej i opłaty zmiennej w innych wartościach niż wartości maksymalne, to wtedy przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewidują, że ta kara musi być wyznaczona w wysokości maksymalnej.

Tutaj tak koledzy na szybko policzyli, że jeżeli nośnik reklamowy ma powierzchnię 12 m<sup>2</sup>, czyli to jest taki nośnik np. 3x4m, to za każdy dzień ekspozycji nośnika to jest 196 zł, rocznie to jest 71 540 zł. To jest taka kara... Oczywiście jeśli się nie pomyliliśmy w tych obliczeniach tutaj dokonanych na bieżąco. W związku z tym wydaje się, że to jest kara dosyć znaczna, bo ten nośnik 12 m<sup>2</sup> to jest taka powierzchnia ekspozycji reklamy dosyć niewielka.

**Gość V**

Ja przepraszam, że się spóźniłem. Mam takie pytanie, bo ja jestem akurat z branży reklamowej, czyli jestem żywo zainteresowany tym, żeby tych reklam było jak najwięcej, ale może też, żeby to miasto też jakoś tam wyglądało, żeby one były uporządkowane. Tak mi się wydaje, że ten projekt, który Państwo przygotowaliście, to w zasadzie można by nazwać: zakaz bilbordów w Krakowie. Tak to mniej więcej wygląda, bo nawet jeżeli gdzieś tam uda się postawić jakąś reklamę czy utrzymać, to będzie to bardzo niewielka ilość reklam, będzie ciężko w ogóle jakimś klientom, którzy będą mieli własne działalności gospodarcze, i które będą potrzebowały reklamy, żeby akurat zdobyć taką reklamę na swoje potrzeby. A są takie firmy w Krakowie, które pewnie z racji swoich finansów nie mają sklepów przy głównych arteriach Krakowa w jakichś dobrych miejscach, tylko mają swoje siedzimy, powiedzmy, gdzieś w zaułkach, no w miejscach niewidocznych. Oni korzystali właśnie z tej formy reklamy, w tym momencie takie firmy są trochę skazane na porażkę, tak, bo one gdzieś tam zakupiły lokal, prowadzą swoją działalność i nagle ich produkty przestaną się tak dobrze sprzedawać, bo są pozbawione widoczności, a ta widoczność jest dla nich ważna. Więc na przykład, nie wiem, Państwo się zastanawialiście, przez to, że te reklamy będą tak mało skuteczne, ile takich firm będzie miało gorsze swoje wyniki finansowe, bo wyniki finansowe są ważne nie tylko dla tych pojedynczych przedsiębiorców, ale także dla miasta, tak? Ja nie

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

będę mówił ile moja firma oddaje podatku, ile inne, bo to Państwa, nie wiem czy to interesuje czy nie, ale na pewno oddajemy ten podatek, ja też daję pracę sporemu gronie ludzi, no i oni z tego żyją. Mamy różne firmy typu, nie wiem, huta Sendzimira, które trują, a jednak istnieją, bo się walczy o te miejsca pracy, o to, żeby ludzie mieli gdzie pracować, a tutaj jak widzę nikt się nad tym nie zastanawia, że ludzie tracą pracę, że tracą swoje źródła przychodów, że te firmy budowali kilkadziesiąt lat i jakby odkładali pieniądze, budowali ten system reklam, i nagle to wszystko trzeba po prostu wyrzucić do śmieci, bo parę urzędników stwierdziło, że nam się nie podobają reklamy. W ten sposób idąc to można by bardzo wiele pozamykać firm, pozamykać zakładów i powiedzieć: bo nam się to nie podoba. Bo komuś się nie podoba autobus, bo jest za duży, bo ma swój buspas, a ja nie jeżdżę autobusem, to wyrzucimy autobusy, i tak można by praktycznie całe miasto powykluczać z różnych rzeczy, tak, bo budynek jest za wysoki. No wiadomo, reklama nie każdemu się podoba, ale proszę Państwa, w ten sposób pozamykać firmy?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Ja chciałbym tutaj jakby wyjaśnić taką pierwszą kwestię, którą jakby mnie jako słuchając Pańskie pytania narzuca się od razu do wyjaśnienia, to znaczy, że musimy rozróżnić dwie rzeczy, które są uregulowane w projekcie naszej uchwały w zakresie nośników reklamowych. Pierwsza rzecz, to są szyldy. Szyldy zgodnie z tym co było wyświetlane na slajdzie w prezentacji, to są takie nośniki reklamowe, które informują o działalności prowadzonej na danej nieruchomości, i tak jak mówiłem, projekt uchwały zakłada taką regulację, że każdy podmiot prowadzący działalność na danej nieruchomości będzie mógł takich szyldów umieścić do pięciu sztuk... To znaczy ja nie chcę powiedzieć, że on jest niewidoczny dla klientów. Do czego zmierzam? My wskazaliśmy wyraźnie, że te szyldy są lokalizowane na elewacji frontowej, tam gdzie jest główne wejście, tam gdzie jest ten budynek, żeby również ten podmiot, który prowadzi działalność wewnątrz, w budynku, nie wiem, znajdującym się w oficynie, żeby ten szyld mógł zostać umieszczony na tej nieruchomości, na tym budynku frontowym informując, że w oficynie, że w tych częściach, w których nie znajdują się bezpośrednio przy ulicy jest prowadzona działalność gospodarcza. To jest jakby jedna kwestia.

Natomiast nic też nie stoi na przeszkodzie, żeby taki podmiot, który prowadzi działalność i ocenia, że możliwości poinformowania o prowadzonej przez niego działalności w postaci szyldów są niewystarczające, żeby skorzystał z tych nośników reklamowych, które są przewidziane, a które można umieścić w dowolnej przestrzeni miasta zgodnie z warunkami określonymi w projekcie uchwały, w związku z tym nic nie stoi na przeszkodzie, żeby podmiot prowadzący działalność jako szewc skorzystał z nośnika reklam, przykładowy szewc skorzystał z nośnika reklamowego w postaci czy to np. słupa plakatowo-reklamowego czy takiego mniejszego nośnika reklamowego, który przewidujemy, tablicy wolnostojącej do 5 m<sup>2</sup> ekspozycji, w związku z tym to są te zasady, które są do określenia.

Jeżeli chodzi o nośniki reklamowe w postaci billboardów, to projekt, ja tego nie będę ukrywał, uległ zastrzeżeniu w stosunku do tej wersji, która była prezentowana podczas poprzedniego wyłożenia, dlatego że oprócz tych zasad, które były określone dotychczas, to znaczy, że



**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

nośniki reklamowe w postaci bilbordów o powierzchni ekspozycji 12 m<sup>2</sup> i 18 m<sup>2</sup> został wprowadzony zgodnie z oczekiwaniami radnych Komisji Planowania Przestrzennego i Ochrony Środowiska zakaz umieszczania takiego nośnika reklamowego wzdłuż IV obwodnicy autostradowej, a można powiedzieć, że z drugiej strony została dodana możliwość w postaci umieszczenia takiego nośnika reklamowego, ale o wymiarze 12 m<sup>2</sup> na ślepych ścianach budynków. Rozmawialiśmy, konsultowaliśmy ten projekt z radnymi Miasta Krakowa, z radnymi, z członkami Komisji Planowania Przestrzennego i Ochrony Środowiska, pytaliśmy czy w tym zakresie powinny nastąpić jakieś zmiany, czy powinniśmy dodać możliwość usytuowania czy sytuowania nośników reklamowych w postaci bilbordów o innych gabarytach, o innych parametrach, w innych miejscach, i radni zażyczyli sobie takich zmian, które przedstawiłem przed chwilą w projekcie. To znaczy, proszę Państwa, projekt uchwały jest przygotowywany przez Prezydenta, a żeby ten projekt stał się aktem prawa miejscowego musi uzyskać akceptację większości radnych tutaj, którzy będą w Państwa imieniu, w Państwa przedstawicieli, będą ten projekt głosować, w związku z tym intencją Prezydenta jest przygotowanie takiego projektu, który uzyska akceptację Rady Miasta Krakowa i będzie mógł stać się projektem obowiązującym, będzie mógł stać się lokalnym prawem. Jeżeli chodzi...

**Głos z sali**

(...).

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Oczywiście, bo takie nośniki reklamowe aktualnie funkcjonują w przestrzeni publicznej i takie nośniki są, to dlaczego miałyby z jakiegoś powodu nie korzystać?

**Głos z sali**

Czy są dobre?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Czy są dobre to, to już jest kwestia, jakby każdy sobie ocenia do jakiego wpływu informacja o tym, że Pan Prezydent Majchrowski będzie startował w wyborach wpłynęła na głosy mieszkańców, którzy go poparli. To jest jakby kwestia indywidualna, natomiast takie były nośniki. Jeżeli, jeszcze tutaj, bo to jest bardzo ciekawa kwestia, którą Pan poruszył odnośnie nośników wyborczych. Proszę Państwa, projekt uchwały i uchwała krajobrazowa nie dotyczy nośników związanych z wyborami. Kwestie nośników reklamowych, na których reklamują się wyborcy kompleksowo regulują przepisy ustawy kodeks wyborczy i tam jest taka bardzo prosta regulacja, która umożliwia umieszczenie nośnika wyborczego jedynie po uzyskaniu zgody właściciela nieruchomości, na której taki nośnik będzie ustawiony, w związku z tym te wszystkie informacje wyborcze, które się pojawiają, plakaty wyborcze, jakieś inne nośniki wyborcze, na których kandydaci biorący udział w wyborach reklamują się poniekąd mieszkańcom, dalej będzie regulowana wyłącznie kodeksem wyborczym, i projekt uchwały nasz, który przygotowujemy, przygotowaliśmy, nie będzie dotyczył tej kwestii, nie będzie tej kwestii regulował. Reklama wyborcza została uregulowana przepisami kodeksu wyborczego.

**Głos z sali**

Ja jeszcze mam jedno pytanie zanim Państwo wyjdą. Czy wówczas można taką uchwałę zmieniać (...)?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To znaczy uchwała Rady Miasta może być zmieniona tak jakie będą pojawiały się potrzeby. Nie ma żadnego jakiegoś terminu, że uchwała musi być weryfikowana w okresie np. rocznym, półrocznym czy w okresie dłuższym. Przepisy ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym regulują jedynie, że zmiana takiej uchwały musi nastąpić w takim trybie w jakim ta uchwała była procedowana, w związku z tym jeżeli zaistnieje taka potrzeba, żeby projekt zmienić, doprecyzować, dodać jakieś regulacje, wprowadzić zaostżenia, to Rada Miasta musi podjąć uchwałę o przystąpieniu do sporządzenia zmiany, a następnie Prezydent sporządza projekt, który podlega zaopiniowaniu i uzgodnieniu z właściwymi organami, następnie podlega wyłożeniu do publicznego wglądu, odbywa się dyskusja, zbieranie uwag, rozpatrzenie tych uwag i projekt jest kierowany do Rady Miasta Krakowa.

**Głos z sali**

Ja przepraszam bardzo, jeszcze uzupełnię pytanie. Konkretnie (...) ta uchwała dotycząca tego tematu, następna kiedy może być zmieniona?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Nie ma żadnego terminu. Z praktyki wynika różnie. Są gminy, które podjęły uchwałę o zmianie, jeżeli podjęły uchwałę dotyczącą zasad sytuowania nośników reklamowych to były takie gminy, które w bardzo krótkim czasie podjęły decyzję o modyfikacji tej uchwały i przyjmowały nowy projekt, często też wynikało to, że uchwała podlega, jak każda uchwała podlega weryfikacji przez organ nadzoru, przez wojewodę, i w związku z wydanymi rozstrzygnięciami nadzorczymi wojewodów gminy podejmowały decyzję o przygotowaniu nowego projektu, a są też takie gminy w Polsce, które po podjęciu tej uchwały, ta uchwała już obowiązuje rok czy dłuższy okres czasu nie były nowelizowane, nie były zmieniane. Inicjatywa uchwałodawcza w Krakowie jest uregulowana przepisami statutu Miasta Krakowa, w związku z tym inicjatorem uchwały może być Prezydent, radni, grupa radnych, Rada Miasta Krakowa, ale też grupa mieszkańców zgodnie z przepisami, które są przewidziane w statucie Miasta Krakowa.

Jeszcze tak, jeżeli mogę w kwestii dopowiedzenia...

**Gość VI**

Czy można ostatnie pytanie...?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

A mogę tylko jeszcze dokończyć?

## **Gość VI**

...bo czekałem, że tak powiem, aż wszyscy wyjdą, będzie mniejszy szum. Ja mam tylko pytanie tutaj do par. 13, str.17 z projektu uchwały, chodzi mi o formę kapeluszy na słupach reklamowych. Pytanie moje: skąd się wziął pomysł, by w strefie pierwszej, czy można powiedzieć w obszarze całego miasta dopuścić płaskie dachy, i czemu tylko i wyłącznie jest dopuszczony płaski dach, a nie jak dotychczas, nazwijmy to „kapelusz krakowski”? Dziękuję bardzo.

## **Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Proszę uprzejmie. Jeżeli chodzi o to pytanie, to jest kwestia, która została podniesiona przez Komisję Planowania Przestrzennego i Ochrony Środowiska. W tej opinii, którą Komisja wydała do projektu uchwały właśnie było takie zalecenie, aby ujednoczyć formę okrągłaków w strefie UNESCO oraz w strefie buforowej i tam lokalizować nośniki z kopułą, natomiast w pozostałej części miasta powinny mieć wygląd walca o płaskiej górze i w związku z tym, tak jak mówiłem, ponieważ chcemy, żeby projekt uzyskał akceptację Rady Miasta Krakowa, Prezydent zdecydował się wprowadzić ten postulat radnych do projektu uchwały. Ta opinia jest dostępna, kserokopia tej opinii jest dostępna na stronie Biuletynu Informacji publicznej Miasta Krakowa w zakładce dotyczącej projektu uchwały krajobrazowej, w związku z tym spokojnie można sobie ją można stamtąd pobrać. Ta opinia zawiera większość tych zmian, o których dzisiaj mówiliśmy i te zmiany, które pojawiły się w projekcie, to przede wszystkim są zmiany właśnie wynikające z opinii Komisji Planowania Przestrzennego i Ochrony Środowiska Rady Miasta Krakowa.

Proszę uprzejmie.

## **Gość V**

Ja wcześniej już pytałem na tych spotkaniach, ale zapytam jeszcze raz, czy Państwo zrobili jakąś analizę strat wynikających z utracenia całego rynku takiego bilbordowego, i nie tylko firm reklamowych, ale też firm, które korzystają z tych reklam? No i teraz jeszcze mam takie pytanie, bo z jednej strony...bo Państwo działają dla Urzędu Miasta i widzę, że jakby tutaj jest taka dwulicowość. Z jednej strony, Państwo utracacie rynek reklamowy, ten bilbordowy, a z drugiej strony, jak najbardziej pozostawiacie sobie furtkę, to jest takie trochę bezczelne, że my będziemy się reklamować, kiedy będziemy chcieli, bo uzyskamy zgodę pana, który ma grunt, i tam sobie postawimy reklamę dla potrzeb wyborczych, możemy, a dla ludzi, którzy potrzebują, to nie, jak najbardziej nie. Nie uważa Pan, że to jest po prostu niesprawiedliwe? Gdy Wy potrzebujecie reklamować się to reklamę macie, a jak ktoś potrzebuje reklamy, to tej reklamy nie może mieć? To jest proszę Pana niesprawiedliwość. Albo reklamy są nie dobre i nie reklamuje się nikt, ani kandydat na posła, ani kandydat na radnego, albo są reklamy dobre i korzystają z nich wszyscy. No proszę Pana, jak to tak?

## **Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Jeżeli Pan mnie pyta o moje prywatne zdanie to zgadzam się z tym, że zapisy kodeksu wyborczego, które umożliwiają umieszczanie plakatów wyborczych czy materiałów wyborczych w przestrzeni publicznej po uzyskaniu wyłącznie zgody właściciela

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

nieruchomości, w dzisiejszych czasach w mojej ocenie są taką regulacją, która powinna zostać zmieniona. Natomiast takie są przepisy i ustawodawca uznał, że ze względu na wartość jaką jest możliwość przeprowadzenia w sposób prawidłowy całego procesu wyborczego, możliwość uzyskania informacji o kandydatach startujących w wyborach przez mieszkańców w jak najszerszym zakresie, ustawodawca zdecydował, że ta reklama wyborcza będzie w taki a nie inny sposób uregulowana, i Rada Miasta Krakowa, i Prezydent Miasta Krakowa w tym zakresie nie mają żadnych możliwości, aby to zmienić, albo aby w tym zakresie doprecyzować zapisy kodeksu wyborczego poprzez wprowadzenie właśnie regulacji w uchwale o zasadach sytuowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury i ogrodzeń. Tak ustawodawca sobie tą kwestię uregulował. Tak jak mówię, w mojej ocenie jest to w dzisiejszych czasach, gdy w inny sposób szukamy informacji korzystając przede wszystkim z Internetu, jest takim rozwiązaniem troszeczkę anachronicznym, natomiast to jest tylko moje prywatne zdanie i ja nie mam żadnego wpływu, znaczy żadnego, mam wpływ taki jak każdy z Państwa głosując na swoich przedstawicieli do Sejmu i Senatu jakie one stanowią prawo, natomiast na dzień dzisiejszy obowiązują w tym zakresie przepisy kodeksu wyborczego i nie mam informacji, żeby były postulaty, aby w tym zakresie dokonać jakichś zmian. Ze strony radnych była taka inicjatywa podjęta, aby wprowadzić zakaz umieszczania reklam wyborczych na słupach latarni, natomiast z tego co pamiętam to jest unieważniona i Wojewoda stwierdził, że to wykracza poza zakres kompetencji Rady Miasta Krakowa tworzenie takiej regulacji, w związku z tym na dzień dzisiejszy obowiązują w tym zakresie przepisy kodeksu wyborczego.

**Gość II – p. /.../\***

Można jeszcze, bo Pan tu uciekł mi z odpowiedzią na pytanie. Jak zorganizowany będzie ten czas okresu dostosowania, bo z reklamami, które mają zgody budowlane, to nie jest tak prosto. Trzeba, albo jeżeli to jest pozwolenie, to decyzja o rozbiórce, znaczy to nie jest takie ręczne przycinanie reklam. I teraz pytanie czy Urząd Miasta planuje zorganizowanie komórki, która będzie w tym pomocna, to znaczy opiniującej, że projekt nośnika jest zgodny z uchwałą czy jest niezgodny z uchwałą, tak, czy również będzie to, bo większość reklam, które Państwo tutaj dopuszczacie do sytuowania jest umieszczona w pasie drogowym. Część z tych obszarów nie ma miejscowych planów zagospodarowania, co oznacza, że żeby wystąpić o pozwolenie na budowę trzeba będzie wystąpić o WZ-tkę zgodnie z prawem budowlanym. To jest wiele różnych tematów, które przy okazji tego okresu dostosowania trzeba będzie rozwiązać. Czy miasto już na to ma jakiś pomysł?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Intencją miasta w tym zakresie jest powołanie bądź odrębnej komórki organizacyjnej Urzędu Miasta Krakowa, która będzie zajmowała się kształtowaniem czy wpływaniem, czy określaniem zasad dotyczących jakości przestrzeni publicznej, bądź w ramach tutaj istniejących komórek wydzielenia zespołu, który się będzie tylko tą kwestią zajmował. Zdajemy sobie z tego sprawę, że to też po naszej stronie nie będzie takim działaniem, że dzisiaj uchwalimy projekt uchwały i następnego dnia jesteśmy gotowi do tego, żeby ten projekt stosować, realizować, ponieważ te regulacje jakby wykonawcze są znacznie szersze niż na pierwszy rzut oka mogłoby się wydawać, w związku z tym zakładamy na ten moment,

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

że jeżeli projekt przekazalibyśmy Radzie Miasta Krakowa do uchwalenia w tym roku to potrzebujemy co najmniej półroczny okres po naszej stronie Urzędu jakby zorganizowania zespołu ludzi, którzy będą się tą kwestią przestrzegania czy funkcjonowania uchwały krajobrazowej zajmować, i dlatego projekt uchwały zakłada, że uchwała wchodzi w życie z dniem 1 lipca 2020 r. Okres dostosowawczy to jest te 2 lata od dn. 1 lipca 2020 r. Natomiast to też wszystko zależy od tego jakie uwagi wpłyną do projektu, czy Prezydent zadecyduje o konieczności uwzględnienia uwag do projektu i w jak szerokim zakresie, bo jeżeli zakres uwag, które wpłyną do projektu uchwały spowoduje konieczności ich uwzględnienia w szerszym zakresie niż to było dotychczas, no to podejrzewamy, że raczej będzie trzeba przygotować kolejną edycję projektu uchwały i to nie będzie czas na to, żeby projekt uchwały został wprowadzony czy przekazany radnym, a następnie przez radnych przegłosowany i wchodził w życie, w związku z tym trudno na dzień dzisiejszy już organizować zespół ludzi, jeżeli my nie mamy informacji czy po naszej stronie, po stronie Urzędu, ten projekt już osiągnął takie parametry, taką wartość, że jest gotowy do uchwalenia, w związku z tym po rozpatrzeniu uwag na pewno będą te prace tutaj po stronie Urzędu w zakresie przygotowania zespołu osób ludzi, którzy będą zajmowali się kwestią zbierania deklaracji zarówno na opłatę reklamową, jak i informacji czy nośnik reklamowy jest prawidłowo usytuowany, czy zgodnie z warunkami określonymi w uchwale czy niezgodnie, żeby taka informacja została skierowana do podmiotów, które prowadzą działalność, że taki nośnik jest niezgodny z uchwałą reklamową i wymaga dostosowania w okresie 2-letnim. To są wszystkie działania, które Urząd Miasta musi podjąć i które podejmie, natomiast one zostaną zintensyfikowane wtedy jak będziemy mieli pewność, że projekt uchwały ma szansę na to, żeby został przyjęty i uchwalony przez Radę Miasta Krakowa. Jeżeli...

**Gość II – p. /.../\***

Że miasto... Przepraszam, bo Pan mówił o opłacie, czyli że miasto planuje wprowadzenie opłaty reklamowej, tak?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Miasto planuje wprowadzenie opłaty reklamowej, a opłatę reklamową można wprowadzić wtedy, kiedy oczywiście jest obowiązująca uchwała reklamowa. Takie były też założenia, kiedy projekt uchwały reklamowej został we wrześniu zeszłego roku przekazany, równocześnie został przekazany projekt uchwały o opłacie reklamowej z tego względu, że projekt wrócił jakby do prac nad, uchwały krajobrazowej, uchwały reklamowej wrócił do Prezydenta i prace były nad nim dalej prowadzone, w związku z tym projekt o opłacie reklamowej został wycofany i nie był kontynuowany. Natomiast takie jest też założenie miasta, żeby projekt uchwały o opłacie reklamowej również przekazać Radnym Miasta Krakowa po uchwaleniu czy przygotowaniu prac nad projektem tzw. uchwały krajobrazowej.

Jeżeli Państwo... Aha, jeszcze Pan. Jeżeli chodzi o, bo tak może też uciekłem od odpowiedzi na Pana pytanie. Jeżeli chodzi o kwestię czy miasto analizowało ile przedsiębiorcy tracą, ile przedsiębiorcy potencjalnie czy zyskają na wprowadzeniu takich regulacji, to takie analizy nie były prowadzone.

**Gość V**

No to ja mam jeszcze takie pytanie do twórców tego projektu. W zasadzie tak czuję od samego początku, że ten projekt jest, jakby tak z góry ktoś naciskał, żeby te reklamy zniknęły, i ten projekt jakby był przygotowany w ten sposób, żeby tych reklam nie było. Czy jak zadam pytanie czy ktoś naciskał z góry na to, żeby właśnie ten projekt tak przygotować to pewnie ktoś odpowie, że nie.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Ale z góry, co to znaczy? Że ręka kusząca sprawiedliwości tam wisiła (...).

**Gość V**

No właśnie, widzi Pan, tutaj wcale nie jest jakoś tak dużo ludzi, wcale nie ma jakichś, wie Pan, marszów w Krakowie, że ludzi nie chcą reklam, a restrykcje te reklamowe są olbrzymie. Tutaj Pan mówił, że kary są jakieś (...). 70 parę tysięcy za jedną reklamę proszę Pana, to jak firmy, no moja firma tam gdzieś koło ma 70 reklam, to gdy ja tak te reklamy zostawię sobie na rok, to proszę Pana, tam obliczałem coś, kilkanaście milionów złotych mam kary do zapłacenia, tak że gratuluję temu Panu, który stwierdził, że kara jest niska, bo ja tyle pieniędzy to nie mam, więc te reklamy będę musiał wszystkie usunąć, ale właśnie się cały czas zastanawiam skąd te restrykcje. Dlaczego aż tak bardzo, dlaczego nie można czegoś unormować co jest dobre, tylko ktoś z góry stwierdził: to jest złe? I kto to tak stwierdził? Dlaczego tych ludzi tutaj nie ma, którzy mówią, że to im tak bardzo przeszkadza? Dlaczego tu jest tak mało...?

**Głos z sali**

(...).

**Gość V**

Pan mówi, tak? No jest jeden Pan.

**Głos z sali**

2 200 osób konkretnie.

**Gość V**

Tak, tak. Była taka ankieta, ona była bardzo tendencyjnie przygotowana, w zasadzie musiałem się tak bardziej skupiać nad tym jaki jest mój interes, niż żeby odpowiadać na tą ankietę, bo też brałem w niej udział. No tak, pytając się kogoś czy reklama jest ładna na tle drzew, to każdy odpowie: „nie, drzewa są ładniejsze”, to wiadomo, tak, ale zawsze trzeba też brać pod uwagę, że te reklamy się naprawdę przydają. Ja cały czas Państwu próbuję jakby zwrócić na to uwagę, że nie tylko firmy reklamowe z tego żyją, ale żyją też, i tych firm reklamowych tutaj nie ma, bo ja dzwoniłem po znajomych, którzy mają firmy reklamowe, oni nie przyszli, dlatego że pracują. Proszę się nie dziwić, ale każdy szuka pieniędzy i naprawdę te firmy dzisiaj pracują, i myślę, że te firmy, które są zainteresowane wynajęciem tych reklam... Niech Pan sobie wyobrazi, taka firma, która, no użyję nazwy, Invest House. To jest deweloper, oni prowadzą na obrzeżach miasta bardzo dużo inwestycji, ja im tam jakieś banery

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

robię, różne rzeczy, proszę mi powiedzieć jak oni mają reklamować swoje inwestycje gdzieś za Bibicami, ale gdy w Krakowie chcą się zareklamować? Bo oni mają klientów z Krakowa. Ludzie, którzy uciekają z miasta, bo miasto jest, no dzięki urzędnikom za bardzo zatłoczone, ja też uciekam z miasta, bo tu się już powoli nie da mieszkać, są te parkomaty, no mnie się nie podoba Wasza polityka, to tak nawiąże do tego, ale proszę mi wierzyć, że Państwa ten projekt to jest nuda nie projekt, bo projekt projektem, ale może trzeba jakiś kompromis zrobić i część reklam zostawić, zobaczyć po paru latach jak ten rynek wygląda, czy ludzie potrzebują reklam czy nie, jak wyglądają ceny. Wie Pan, bo trzeba też przeanalizować ile kosztuje teraz zareklamowanie się na billboardzie i co się stanie jak tych billboardów zostanie garstka w tym Krakowie, to ceny będą z kosmosu, i zwykłego przeciętnego Kowalskiego, który prowadzi mały zakład i chce się zareklamować już nie będzie na to stać, i Wy do tego doprowadzicie, że po prostu... No chyba sobie nie zdajecie sprawy jak ważna jest reklama dla ludzi, nie tylko dla tych, którzy tą reklamę produkują dla innych, ale dla tych, którzy prowadzą biznes. Dla nich jest ta reklama bardzo ważna. Ich tutaj nie ma, bo każdy jakby jednostkowo tam potrzebuje jedną reklamę, myśli: „a, inni się tym zajmą”, bo przecież ktoś myśli nad tym, ale ja uważam, że właśnie ktoś nie pomyślał o tych wszystkich firmach, które reklamy potrzebują. Wy mówicie: „a ktoś będzie miał szyld frontowy”, ale jeżeli ktoś będzie prosił Pana 100 m w głębi korytarza i tam będzie miał front swojego biura, to proszę mi uwierzyć, że tam tego szyldu nikt nie zauważy. A jeszcze jak on będzie na przykład, nie wiem, szył najlepsze rękawiczki w okolicy i będzie chciał te rękawiczki zareklamować, to nikt tego nie zobaczy, i on wie Pan co będzie musiał zrobić?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Liczę, że mi Pan powie.

**Gość V**

Ja czekam na Pana odpowiedź. Co będzie ta firma musiała zrobić?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Umieścić swój szyld zgodnie z warunkami uchwały krajobrazowej na elewacji frontowej budynku.

**Gość V**

Ale proszę Pana, ta elewacja frontowa budynku nie będzie zauważalna przez klientów.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Ale jak nie będzie zauważalna, jeżeli to jest ta elewacja, która znajduje się przy drodze.

**Gość V**

Proszę Pana, ale Pan jakby... Nie wiem, cały czas Panu się wydaje, że firmy to mają swoje siedziby przy ul. Zakopiańskiej i jak na froncie budynku umieszczą reklamę, to każdy będzie ją widział. Takich firm to naprawdę jest niewiele i firmy mają głęboko w osiedlach, i nawet jak umieszczą na froncie tego bloku czy budynku, to ta reklama to są wyrzucone pieniądze, bo nie wiem, ja na przykład wiem gdzie reklamy się ustawia, a Pan chyba nie wie, bo jak Pan

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

mi mówi, że jak ktoś ustawi swoją reklamę na froncie budynku i to ma jakby zapewnić widoczność firmy, to proszę Pana, to jest bzdura. Reklamy trzeba tam ustawić gdzie ona będzie zauważalna przez przechodniów. Nawet nie przez przechodniów, tylko najwięcej jednak kierowcy, którzy jeżdżą samochodem, ludzie z autobusów, oni muszą tą reklamę zauważać. Nie zagwarantuje Pan wszystkim przedsiębiorcom, żeby reklama, która będzie na ścianie budynku gdzieś schowana, będzie widoczna proszę Pana przy głównej arterii samochodowej czy tam na przystankach autobusowych.

Tą kwestie, którą Pan podnosi, to jest kwestia bardzo indywidualna. Pan podnosi taką kwestię dotyczącą tego w jaki sposób reklamodawca dociera do odbiorcy swojej reklamy. I oczywiście można się zastanawiać czy firma budowlana realizująca inwestycje budowlaną w danej lokalizacji, że informująca o takiej inwestycji budowlanej, to urządzeniem reklamowym, które w najlepszy sposób dotrze do potencjalnych nabywców lokali w takiej inwestycji mieszkaniowej, które nośnik reklamowy będzie odpowiedni, czy to będzie billboard, który znajduje się przy skrzyżowaniu drogi, bo jak jadę samochodem to właśnie zastanawiam się gdzie by tu sobie kupić dom, lokal mieszkalny albo lokal usługowy, i jechałem samochodem i taki był właśnie wspaniały billboard, który był umieszczony przy drodze, on mnie przekonał do tego, żeby zainteresować się inwestycją realizowaną przez danego dewelopera. Być może takim nośnikiem reklamowym powinien być słup plakatowo-reklamowy, gdzie ja idę i mam możliwość zapoznania się z informacją reklamową w troszeczkę bardziej komfortowych warunkach, bo mogę przystanąć, przeczytać, zapoznać się z tą treścią reklamowa, która jest umieszczona. Być może takim nośnikiem reklamowym powinien być panel reklamowy, bo czekam na przystanku autobusowym, czekam, czekam...

**Gość V**

Proszę Pana, ktoś kto ma pieniądze np. na zakup mieszkania, to nie jeździ tramwajami i autobusami w większości, bo ja to nie pamiętam kiedy autobusem jeździłem.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Ja kupiłem mieszkanie i jeżdżę tramwajem, no więc przepraszam bardzo. Być może to był taki okres czasu, kiedy ceny mieszkań w Krakowie były mniejsze. Nie jest to duże mieszkanie, ale kupiłem.

**Gość V**

Powiem Panu, że ludzie sukcesu przeważnie jeżdżą samochodami.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

OK, ale to każdy... Musimy jakby rozróżnić dwie kwestie. Miasto ma możliwość uregulowania sposobu rozmieszczania nośników reklamowych w przestrzeni gminy, dla której Rada Miasta Krakowa ma możliwość uchwalenia tego prawa lokalnego, i jak każde to prawo podlega pewnej weryfikacji. My będziemy oceniać czy te regulacje, które wprowadziliśmy to są regulacje, które są odpowiednie, czy one wymagają zmian. Tak samo było w przypadku uchwały o Parku Kulturowym. Ta uchwała została podjęta w bodajże 2010 r., pierwszy projekt uchwały został wtedy przez Radę Miasta Krakowa przegłosowany i po



**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

kilku latach nastąpiła nowelizacja, ponieważ rzeczy, które funkcjonowały, czy które działały się na obszarze Parku Kulturowego w pewnym zakresie wymagały zmian, w związku z tym zostały wprowadzone zmiany ograniczające możliwość poruszania się tzw. meleksów, liczby meleksów funkcjonujących na obszarze Starego Miasta. To jest jakby jedna kwestia. W związku z tym ja nie wykluczam sytuacji, w której osoby, które będą zajmowały się realizacją postanowień uchwały krajobrazowej po przeanalizowaniu sytuacji, która będzie po roku jej funkcjonowania, po 2 latach jej funkcjonowania, dojdą do wniosku, że w przestrzeni miasta powinny pojawić się dodatkowe nośniki reklamowe, ponieważ nastąpiły zmiany takie technologiczne czy sposób docierania z informacją do zainteresowanych osób jest troszeczkę inny i wymaga w tym zakresie stworzenia czy wyboru nowego nośnika reklamowego. Ja nie wiem, ja tego na dzień dzisiejszy nie wiem.

### **Gość V**

To ja Panu powiem jedną rzecz, że reklama to nie jest coś takiego, że Pan stawia i na tym już od razu zarabia. Taka reklama to się zwraca przez parę lat. I Pan myśli, że tak, Pan zniszczy rynek reklamowy, bo Pan każe pousuwać wszystkie reklamy, a za 2 lata Pan powie: „wiecie co, to postawcie trochę reklam”. Pan zacznie stawiać te reklamy? No przecież za chwilę przyjdzie ktoś inny tutaj do Urzędu Miasta i powie, że należy je z powrotem wykasować, no i kto za to zapłaci? Przecież Państwo już w tym momencie nie chcecie ponieść jakby kosztów demontażu tych wszystkich reklam, bo zrzucacie to wszystko na właścicieli reklam, na właścicieli posesji, umywacie od tego ręce. I ja jeszcze mam takie pytanie: skąd taki nacisk, żeby aż tak restrykcyjnie podejść do tych reklam, że te reklamy są tak niepotrzebne? Bo ten jeden internetowy taki formularz, który były, to jakby nie oddaje na pewno zapotrzebowania na reklamę. Bo ja wiem, tu jest Pan, któremu się reklamy nie podobają, i proszę Pana, ja nie mówię, że reklamy są piękne, ale ten Pan też może przyzna, że trochę są pożyteczne. Na pewno nie wszyscy z nich korzystają, ale część ludzi korzysta. I ten Pan też na pewno nieraz spojrzął na jakiś billboard i nagle stwierdził: „o, pójdę dzisiaj do tego marketu, bo jest fajna wyprzedaż”. Proszę Pana, wyprzedaż to nie są tylko dobra dla konsumentów, ale są produkty czasami, które są np. w nadmiarze kupione przez jakiś tam hipermarket i jak oni nie zrobią dobrej ceny i nie zareklamują, to te produkty pójdą w kosz, bo nikt ich nie kupi, a tak to przyjdą tam ludzie, wykupią. Ja nie mówię, tylko że to markety z tych billboardów korzystają, ale korzystają też inni. Ja tylko mówię, że jest pewna pożyteczność tych reklam. A poza tym jest też taki slogan, że reklama jest dźwignią handlu. I proszę Pana, naprawdę niszcycie sporo firm i będą wpływy do budżetu miasta dużo mniejsze, i to proszę Pana nie będzie od razu, ale zobaczy Pan, że sporo firm będzie musiało się zamknąć. Naprawdę tak jest. Już teraz firmy mają problemy z pracownikami, więc dojdzie im kolejny problem, bo nawet jak będą mieli pracowników, to nie będą odnotowały takich przychodów, takiego obrotu, a reklama to naprawdę proszę Pana napędza cały rynek. Jest teraz dobrze, koniunktura jest dobra i każdy prace ma, ale naprawdę jak popsujecie tą branżę całkowicie, to popsujecie też biznes wielu firmom a utrzymujecie się z tych firm, więc ja nie wiem skąd taki nacisk, żeby aż tak popsuć ten rynek.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To jest jakby Pana indywidualna ocena do jakiego stopnia projekt uchwały wpłynie na rynek reklamowy. Są tutaj jakby dwie kwestie do wyjaśnienia. Pierwsza to taka, że projekt uchwały krajobrazowej zajmuje się tylko reklamą czy tym segmentem reklamy, która funkcjonuje w przestrzeni publicznej i która jest realizowana w postaci nośników reklamowych stanowiących tablice lub urządzenia reklamowe, w związku z tym cały segment reklamy, który wymyka się, czy może nie tyle, że wymyka się, bo to jest źle użyte sformułowanie, ale który funkcjonuje na rynku niezależnie od tablic i urządzeń reklamowych jest nieregulowane i Rada Miasta Krakowa w tym zakresie nie ma żadnych kompetencji, w związku z tym reklama funkcjonująca na pojazdach, jakieś reklamy typu świetlnego, to są reklamy, które na co dzień każdy ma z nimi kontakt, a które nie funkcjonują. A druga kwestia, to jest o tym o czym mówiłem wcześniej, w jaki sposób reklamodawca dociera do odbiorcy. To nie jest tak, że my zakazujemy całkowicie reklam w Mieście Krakowie. Nie. My...

**Gość V**

Proszę Pana, (...), że bilbordy całkowicie zakazujecie. Wprowadziliście zakaz (...). Reklam jest tysiące w Krakowie, a Państwo opowiadacie jakieś...to są bzdury. Państwo po prostu całkowicie niszczyte rynek bilbordów. I niech Pan to powie, że Państwo po prostu te reklamy chcecie wykasować, a nie mówicie mi, że tutaj jakieś tam projekty są, że reklamy mają stać. Tych reklam nie będzie i to prawie w ogóle nie będzie.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To znaczy ja mogę się zgodzić, że projekt w tym zakresie dotyczący bilbordów jest restrykcyjny i wprowadza ograniczenia, natomiast kwestia czy to spowoduje wykasowanie rynku czy nie to, to już jest...

**Gość V**

(...) zakaz reklam. To jest praktycznie zakaz reklam, a nie ograniczenia. Ograniczenie to jest tak jak na przykład, nie wiem, było tych reklam 10 tysięcy i nagle było 8 tysięcy. Proszę Pana, na 10 tysięcy reklam (...).

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

8.

**Gość V**

Czyli zostanie 8 sztuk, tak?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To jest takie pytanie, na które odpowiedź będzie można udzielić...

**Gość V**

(...) kolejne pytanie. Ja się pytam: ile reklam jest w Krakowie i ile będzie reklam po wprowadzeniu tej uchwały?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To ta analiza, którą przygotowaliśmy dla Radnych Miasta Krakowa i której wyniki są dostępne na stronie Biuletynu Informacji Publicznej Miasta Krakowa w zakładce dotyczącej właśnie projektu uchwały krajobrazowej, wskazuje, że na tych 13-stu ulicach było 70...

**Gość V**

(...) ile billboardów jest w tym momencie i ile billboardów będzie po wprowadzeniu (...)?

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To odpowiedź jest taka, że nie inwentaryzowaliśmy billboardów, które znajdują się na obszarze miasta.

**Gość V**

(...) Państwo są nieprzygotowani.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Ale...

**Gość V**

Proszę Pana, skoro wprowadzamy zastrzeżenie tych miejsc, gdzie mają być billboardy, to rozumiem, że Państwo powinni wiedzieć ile jest billboardów, ile ludzi z nich korzysta, a ile będzie tych billboardów po wprowadzeniu tej uchwały. Jak Państwo nie umiecie na takie pytanie odpowiedzieć, to Państwa praca jest nieodrobiona.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

OK.

**Gość VII – p. /.../\***

Pozwolę sobie tutaj zabrać głos, jeśli można. Pozwolę się przedstawić. /.../\*, inicjatywa „Ładny Kraków”. Tak jak tutaj wspominałem, reprezentuję tutaj, powiedzmy, stronę tą aktywistów, nie przedsiębiorców, ale również chciałbym tutaj powiedzieć, znaczy faktycznie, reklama jest dźwignią handlu i Panu absolutnie tutaj przyznaję rację. Pozwolę sobie zacząć od anegdoty. Jaki jest aktualnie najbardziej rozchwytywany dom pogrzebowy w Polsce? Dom Pogrzebowy Bytom. Na czym polega problem? Dom pogrzebowy Bytom nie istnieje. Jest to zmyślony, fikcyjny dom pogrzebowy, ale jest najbardziej popularny, dlaczego? Ponieważ ma najlepszą reklamę. Ale gdzie jest ta reklama? Ta reklama jest na Facebooku. Problem...

**Głos z sali**

(...).

**Gość VII – p. /.../\***

Zapewniam Pana... Pan nie słyszał, 4 miliony Polaków już tak, i na tym polega rozgłos. Ale właśnie na czym polega... I pozwolę sobie zasygnalizować pewien problem właśnie jeśli chodzi o liczbę reklam w Krakowie. Pan mówi, że tutaj chcemy zabić rynek reklamowy i ja chciałem Panu powiedzieć, że tak, polski rynek reklamowy trzeba zabić, nie dlatego, że jest to

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

rynek, który tworzy polską gospodarkę, ale dlatego, że jest to rynek, który jest zbudowany na przestępstwie. Przestępstwie budowlanym. Ogromna liczba firm, która działa na terenie Krakowa umieszcza swoje konstrukcje, które nieczęsto w dużej części nie mają pozwolenia budowlanego, nie znajdują się odnotowane w żadnych rejestrach Wydziału Architektury, mimo że prawo budowlane w dużej części zobowiązuje te instytucje do rejestrowania tych właśnie tworów. Każda tego typu reklama wymaga, tak jak właśnie tutaj było wspomniane, WZ-ty, każdego tego typu reklama wymaga, przynajmniej jeśli mówimy o bilbordach, jakieś formy tutaj właśnie... One są już uregulowane w jakimś stopniu. Po prostu problem polega na tym, że polskie prawo budowlane, no nie przyjęło się. Jest ten problem, że mamy np. Rondo Młyńskie, mamy tam 1 dom, gdzie znajduje się 6 bilbordów i 1 taki wielki słup bilbordowy, z czego tylko 2 bilbordy z tych, które się tam znajdują, znajdują się tam legalnie, są odnotowane, 4 zostały postawione na zlecenie właśnie lokalnych firm, a jeden dla firmy AMS znajduje się nie wiadomo do końca na jakiej podstawie. Problem ten został zgłoszony Powiatowemu Inspektorowi Nadzoru Budowlanego, który od 9 miesięcy nie podjął ani jednej kontroli w danym terenie. To jest właśnie clue problemu, że polskie prawo budowlane już aktualnie obejmuje ten problem reklamowy, tylko że państwo polskie niestety jest nieudolne w tym względzie, i...

**Gość V**

(...).

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Ja chciałbym przerwać tą dyskusję w tym momencie, bo to jest jakby prywatne zdanie Pana, że w Krakowie coś można załatwić bądź nie załatwić nielegalnie, bądź legalnie. W mojej ocenie urzędnicy w Mieście Krakowie działają zgodnie z przepisami prawa, w oparciu o przepisy prawa. Jeżeli w Pana ocenie jest...

**Gość V**

(...).

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Jeżeli Pan ma wątpliwości w zakresie funkcjonowania organów tutaj Urzędu Miasta Krakowa w tym zakresie, to należy powiadomić właściwe organy nadzoru czy to w zakresie tutaj prawa budowlanego – to jest Wojewoda Małopolski, w zakresie planowania i zagospodarowania przestrzennego, jeżeli to są kwestie związane z planem miejscowym, to można złożyć skargę do Sądu Administracyjnego, jeżeli to są kwestie związane z wydawanymi decyzjami o warunkach zabudowy, organem wyższego rzędu jest Samorządowe Kolegium Odwoławcze w Krakowie. Można do tych podmiotów zwrócić się czy działania tutaj realizowane przez Urząd Miasta Krakowa, przez Prezydenta Miasta Krakowa czy przez Radę Miasta Krakowa w tym zakresie są prawidłowe. I bardzo bym prosił, żeby jednak takich sformułowań tutaj w dyskusji nie używać, że coś jest prowadzone niezgodnie bądź z naruszeniem przepisów prawa, no bo jeżeli Pan ma taką informację to w tym zakresie albo trzeba organ nadzoru powiadomić, albo prokuraturę, policję, bo to, to zresztą nie jest tak...

**Gość V**

(...).

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

To jest tak jak mówię, prywatna opinia. Przykro mi, że Pan ma taką pinię o Urzędzie Miasta Krakowa. Mam nadzieję, że jeżeli są jakieś wątpliwości, no to zwróci się Pan do organów nadzoru czy do organów ścigania i one wszystkie wątpliwości Pana rozwieją odnośnie tego czy Urząd Miasta, czy Prezydent Miasta Krakowa, czy Rada Miasta Krakowa działają zgodnie z przepisami prawa.

**Gość VII – p. /.../\***

Ja właśnie chciałem tutaj wspomnieć, że być może uchwała krajobrazowa byłaby metodą właśnie, powiedzmy, legalizacji różnego rodzaju samowoli, różnego rodzaju, powiedzmy, działań, które wcześniej trudno było je załatwić. Ma Pan może całkiem rację, że na poziomie często powiatu czy w latach 90-tych Miasta Krakowa były na pewno problemy, bo część z tych reklam ma ponad 20 lat, ale być może dzięki temu, że część tych przepisów pozwoli scedować uprawnienia powiatowe na poziom miasta, którego responsywność względem mieszkańców i przedsiębiorców znacząco rośnie w ostatnich latach, co np. można odnotować na przykładzie Zarządu Zieleni Miejskiej czy Zarządu Dróg Miasta Krakowa, z którymi współpracujemy na bieżąco, i które nie ignorują naszych maili, wiadomości, co chciałbym tutaj z pewnym zadowoleniem odnotować, to być może właśnie dzięki tej zwiększonej responsywności i przełożeniu władzy w zasadzie na ręce mieszkańców, bo samorząd jest wybierany przez mieszkańców. My jesteśmy samorządem, którego tutaj przedstawiciele właśnie zasiadają. Jeśli być może we własne ręce, a konkretnie w ręce naszych przedstawicieli będziemy mogli przekazać zakres obowiązków związanych z ochroną przestrzeni publicznej oraz z unormowaniem i legalizowaniem tematu reklam, możliwe będzie sprawienie, że to miasto będzie zarówno estetyczne, jak i przedsiębiorcy będą mogli reklamować się w sposób legalny, który często do chwili obecnej mógł być utrudniony z różnego rodzaju powodów. Dziękuję bardzo.

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Ja też chciałabym przypomnieć, że jeżeli Państwo mają wątpliwości co do zapisów projektu uchwały albo w Państwa ocenie te zapisy nie odzwierciedlają potrzeb, które Państwo mają w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą czy nie odpowiadają Państwu oczekiwania, to do projektu uchwały można składać uwagi w nieprzekraczalnym terminie do 27 listopada. Ja może tego nie powiedziałem wcześniej, ale uwagi zostaną rozpatrzone przez Prezydenta Miasta Krakowa, natomiast jeżeli projekt zostanie skierowany do Rady Miasta Krakowa, to wraz z tym projektem zostanie skierowany projekt uchwały o sposobie rozpatrzenia tych nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Krakowa uwag i również Rada będzie się jeszcze raz pochylała nad tymi wątpliwościami, które Państwo w trakcie dotychczasowych wyłożeń zgłaszali, i które Państwo ewentualnie złożą w przypadku tego wyłożenia tej edycji projektu uchwały, która aktualnie trwa. W związku z tym tak jak mówiłem, jeżeli ktoś jest zainteresowany, chciałby przedstawić swoje zdanie, przedstawić swoją opinię o projekcie uchwały, to do 27 listopada czekamy na informacje, na pisma w tym

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

zakresie, i te pisma, te uwagi zostaną rozpatrzone przez Prezydenta Miasta Krakowa. Jeżeli projekt będzie kierowany do Rady Miasta Krakowa, to uwagi nieuwzględnione przez Prezydenta z tego wyłożenia i z poprzednich dwóch wyłożeń też zostaną przekazane do Rady Miasta Krakowa, która również będzie mogła w tym zakresie wyrazić swoje stanowisko.

Jeżeli nie ma więcej pytań to ja bardzo Państwu dziękuję...

**Gość VIII – p. /.../\***

Tu jeszcze takie jedno zdanie podsumowujące na koniec. /.../\*. Chciałem podać przykład miasta Grenoble we Francji, które właśnie zdecydowało się na usunięcie wszystkich outdoorowych nośników reklamowych, i to była informacja z 2016 r., natomiast ostatnia informacja z 2019 r., usunięto 300 bilbordów, natomiast w to miejsce zostało posadzonych 50 drzew, tak że może taka inicjatywa na przyszłość, że właśnie zamiast reklam, jeśli mówimy tutaj właśnie o chaosie reklamowym itd., to propozycja właśnie, żeby umiejscowić w te miejsca drzewa. Te drzewa też czasem zasłaniają reklamy, one też powinny zostać posadzone w większej ilości miejsc, tak że tu też proszę na to zwrócić czasami uwagę. Dziękuję.

**Głos z sali**

(...).

**Zastępca Dyrektora Wydziału Planowania Przestrzennego – p. Grzegorz Janyga**

Wszystkie postulaty, jak wspominałem, Państwu też przysługuje inicjatywa uchwałodawcza, w związku z tym jeżeli Państwo są zainteresowani jakąś kwestią, to ją można też spróbować przelać na projekt uchwały.

Bardzo Państwu dziękuję. Zapraszam do Wydziału Planowania Przestrzennego tych z Państwa, którzy chcieliby uzyskać jeszcze jakieś dodatkowe informacje, i zapraszam też do tego, żeby skorzystać z tej możliwości i złożyć uwagę do projektu uchwały w terminie do 27 listopada. Wszelkie informacje co będzie się dalej działo z projektem, jakie będą dalsze czynności, zostaną zamieszone na stronach Biuletynu Informacji Publicznej Miasta Krakowa w zakładce dotyczącej planowania przestrzennego, tam w takiej stronie przygotowanej specjalnie na potrzeby sporządzanego projektu uchwały w sprawie zasad sytuowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury i ogrodzeń. Bardzo Państwu dziękuję za dzisiejsze spotkanie. Dziękuję i do widzenia.

Na podstawie nagrania,

stenogram wykonała:

Monika Sobieraj

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**  
**24 października 2019 r.**

---

\* wyłączenie jawności na podstawie przepisów o ochronie danych osobowych; jawność wyłączył Tomasz Gdula - inspektor w Wydziale Planowania Przestrzennego UMK