



Kraków

A stylized, dark blue line-art map of Krakow, Poland, showing the city's complex street grid and river network. The map is centered on the city's old town and extends to the surrounding areas.

Uchwała krajobrazowa – doświadczenia Miasta Krakowa

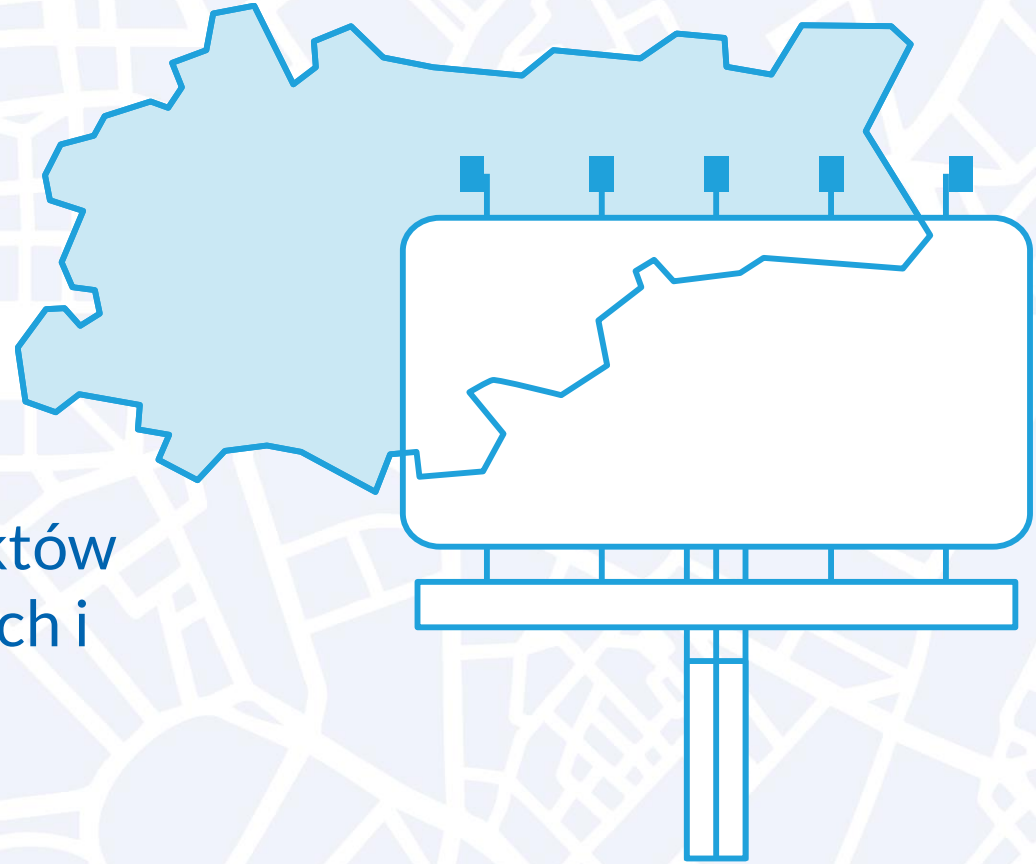
Magdalena Bartnik

Z-ca Dyrektora Wydziału Architektury i Urbanistyki UMK

Uchwała NR XXXVI/908/20
RADY MIASTA KRAKOWA

z dnia 26 lutego 2020 r.
w sprawie ustalenia

„Zasad i warunków sytuowania obiektów
małej architektury, tablic reklamowych i
urządzeń reklamowych
oraz ogrodzeń”.

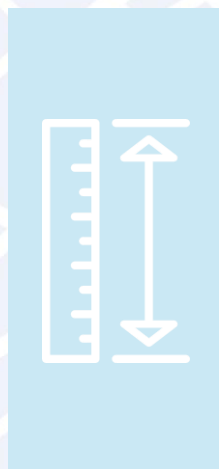


Ustalenie zasad

- sytuowania obiektów małej architektury, reklam i ogrodzeń
- określenie gabarytów, materiałów i standardów jakościowych

Ochrona przestrzeni

- struktury przestrzennej i tradycji miejsca
- wartościowych, zabytkowych obiektów i układów urbanistycznych



Ochrona walorów widokowych

- ochrona cennych historycznie i kulturowo walorów widokowych miasta

Przeciwdziałanie degradacji

- ograniczanie chaosu reklamowego i nieestetycznych ogrodzeń
- ochrona przestrzeni publicznej i terenów otwartych

Dbanie o wspólną przestrzeń

- przeciwdziałanie jej zawłaszczaniu

Realizacja uchwały





Kampania informacyjna

Szeroka akcja informacyjna dla mieszkańców i przedsiębiorców.

Wyjaśnienie, że uchwała dotyczy całego miasta, nie tylko centrum.

Podkreślenie, że celem jest uporządkowania reklam w przestrzeni miejskiej, a nie zakaz.

Podział zadań

Prowadzenie postępowań

AU

Wydział Architektury
i Urbanistyki - poza
obszarami drogowymi

Zarząd Dróg
Miasta Krakowa -
pas drogowy, działki
o użytku drogowym, inne
zgodnie ze statutem

ZDMK

PD

Wydział Podatków i Opłat –
ewidencja księgowa oraz
postępowania przedegzekucyjne –
egzekucja miękka

EW

Wydział Egzekucji
Administracyjnej i Windykacji –
egzekucja administracyjna

Sposoby zgłaszania reklam do kontroli przez mieszkańców

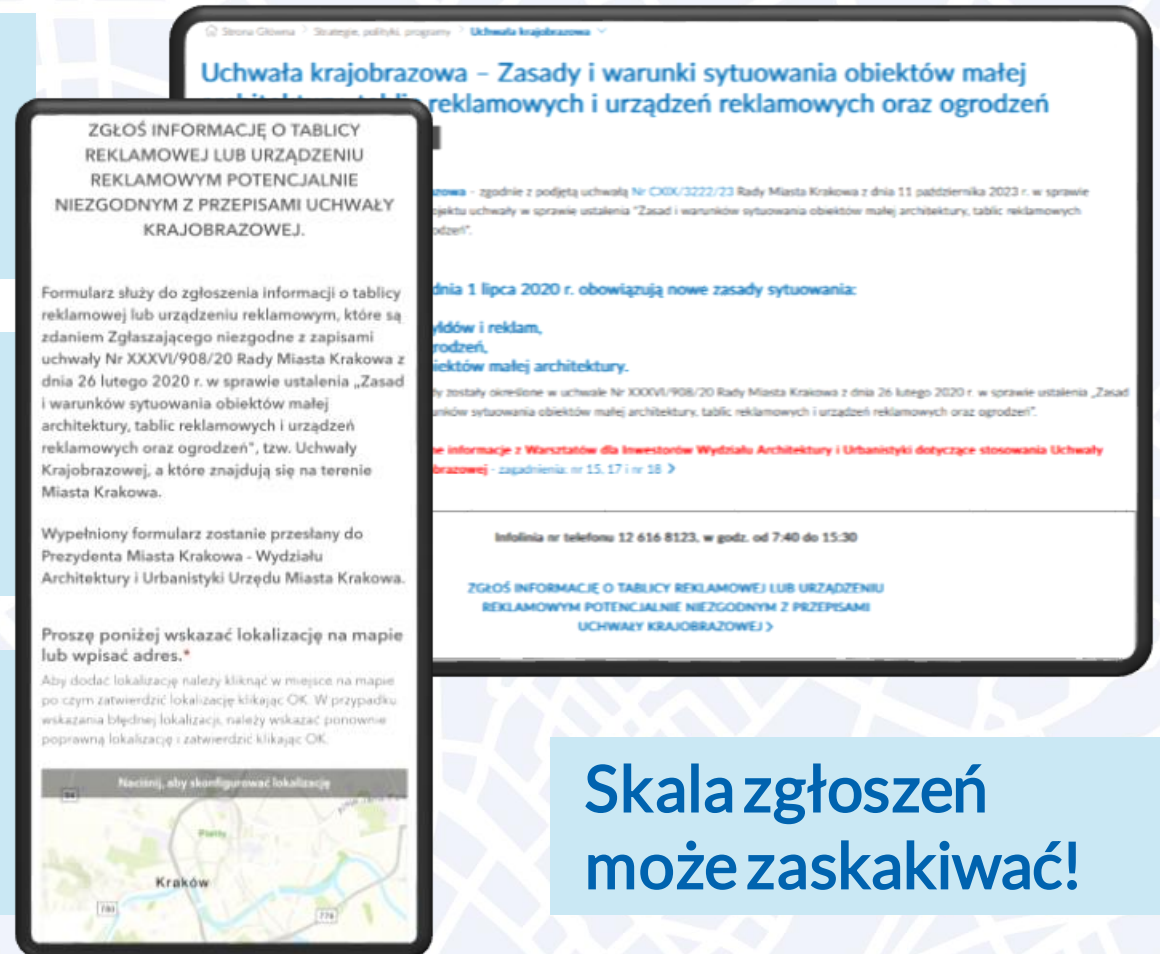
Emaile dedykowane i ogólne



Formularz interaktywny ArcGIS - od 2024

Aplikacja mKraków

- usługa zgłaszania reklam - w trakcie prac



The image displays two overlapping screenshots from the Kraków city website. The background screenshot shows the 'Uchwała krajobrazowa' (Landscape Resolution) page, detailing the rules for placing small architectural objects, advertising signs, and fences. The foreground screenshot shows the 'ZGŁOŚ INFORMACJĘ O TABLICY REKLAMOWEJ LUB URZĄDZENIU REKLAMOWYM POTENCJALNIE NIEZGODNYM Z PRZEPISAMI UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ' (Report information about an advertising sign or device potentially inconsistent with the Landscape Resolution) form. The form includes instructions on how to use the interactive ArcGIS map to report a location, a note about the phone number 12 616 8123, and a link to the 'ZGŁOŚ INFORMACJĘ O TABLICY REKLAMOWEJ LUB URZĄDZENIU REKLAMOWYM POTENCJALNIE NIEZGODNYM Z PRZEPISAMI UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ' page.

**Skala zgłoszeń
może zaskakiwać!**

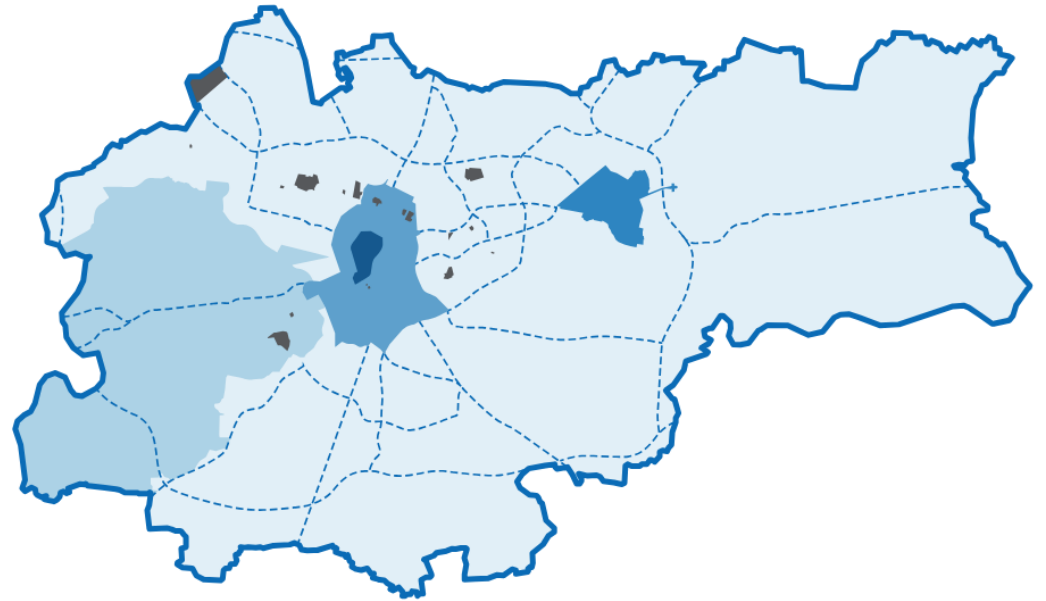
Plan działania w zakresie kontroli nośników reklamowych

Hierarchizacja terenu miasta
Priorytety kontroli

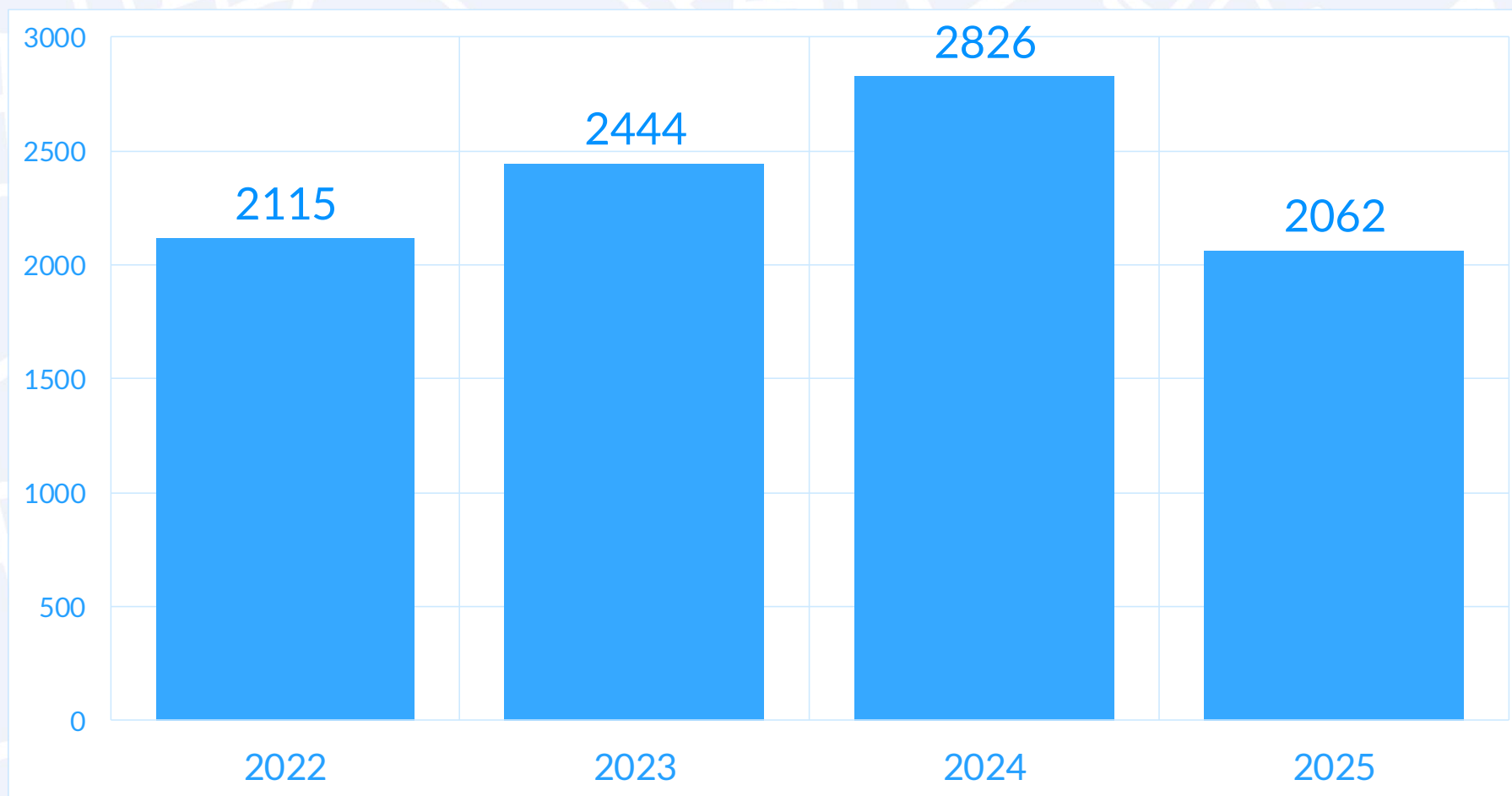
Obszary historyczne i wizerunkowe
Parki Kulturowe - Stare Miasto, Nowa
Huta, Kazimierz ze Stradomiem

Ulice wylotowe
zgodnie z uchwałą krajobrazową

Działania bieżące
Reagowanie na zgłoszenia sygnalistów



Wpływające zgłoszenia - badanie zgodności reklam z uchwałą



Rola społeczności

Edukacja o uchwale w mediach społecznościowych.
Informowanie o terminach zmian i sposobach zgłaszania interwencji.

Siła obrazu

Zdjęcia „przed i po” pokazujące jak miasto może wyglądać bez nadmiaru reklam.

Pokazywanie dobrych praktyk i wskazywanie nieprawidłowości.

Efekt

Kształtowanie świadomości mieszkańców.

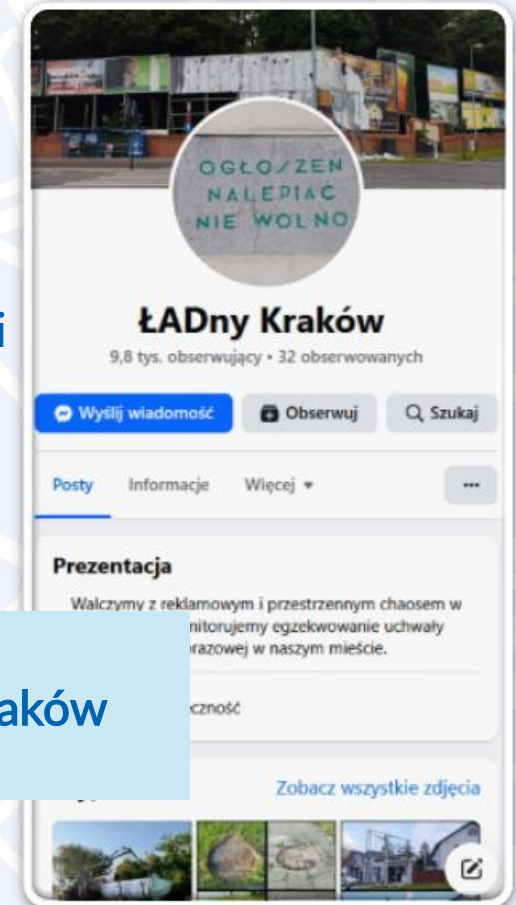
Wywieranie presji na właścicieli nośników.



Aktywista

Jakub Pogorzelski – miejski aktywista i inicjator akcji ŁADny Kraków

Stowarzyszenie ŁADny Kraków



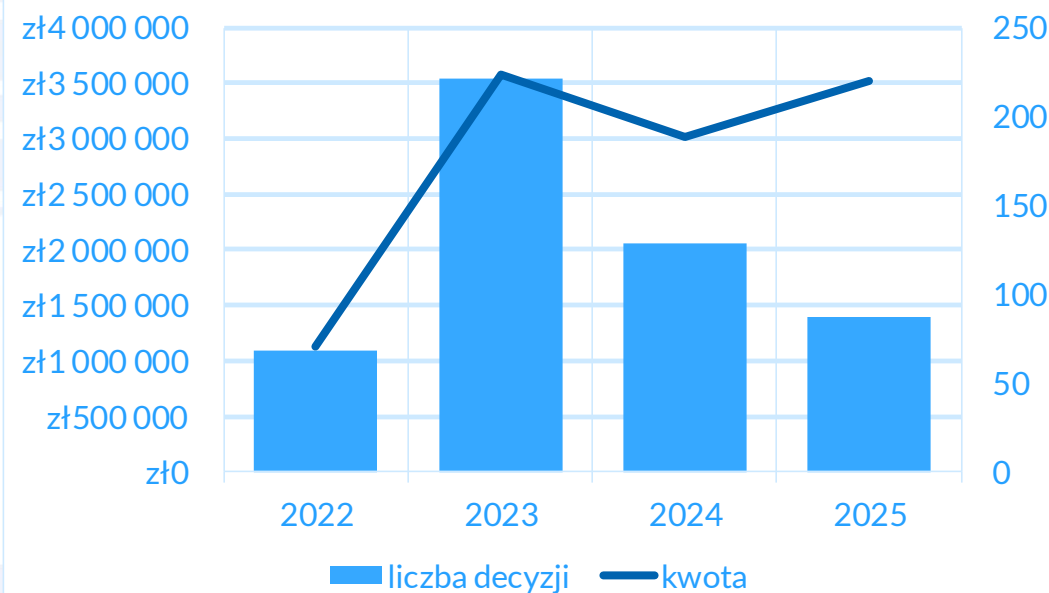
Postępowania w przedmiocie nałożenia kary pieniężnej i obowiązku dostosowawczego

68 2022 1,13 mln zł

221 2023 3,57 mln zł

129 2024 3,02 mln zł

87 2025 3,52 mln zł



Należności sporne - postępowania
odwoławcze ~ **5,22 mln zł**



508

liczba wydanych
decyzji



~11,2 mln zł

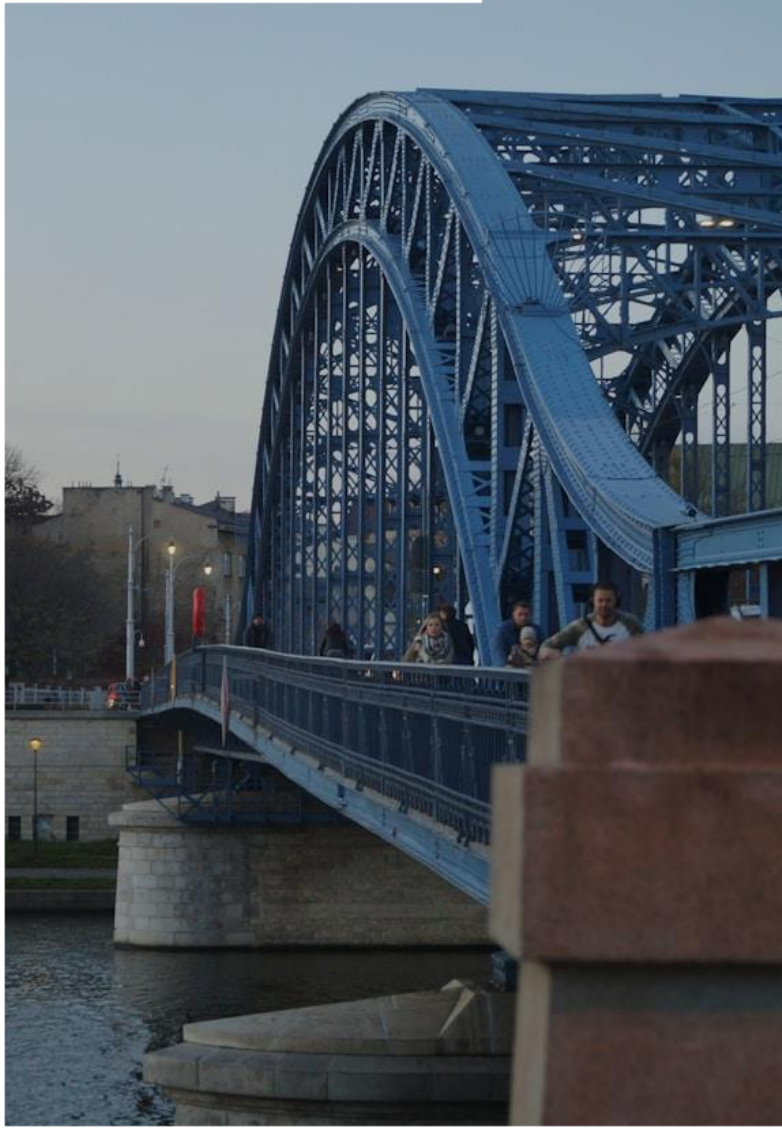
łączna kwota
nałożonych kar

Co może być pomocne przy kontrolach i egzekwowaniu uchwały

określenie miejsc najbardziej „zaśmieconych reklamowo” i rozpoczęcie kontroli od tych miejsc - szybki i widoczny efekt, pozytywne skutki widoczne dla mieszkańców, zjednanie opinii publicznej dla idei „oczyszczenia miasta z nadmiernej reklamy”

współpraca z PINB

- szybkie usuwanie „samowoli budowlanych” przez „naruszycieli przepisów” z obawy przed kontrolą organu nadzoru budowlanego



Problemy i wyzwania

- Rozróżnienie, gdzie się kończy informacja a gdzie zaczyna reklama w kontekście obowiązków wynikających z przepisów odrębnych dot. np. stacji benzynowych, lekarzy, weterynarzy.
- Rozbieżności pomiędzy zapisami uchwały krajobrazowej a uchwałami o parkach kulturowych.
- Postępowania są długotrwałe i czasochłonne.
- Trudności w ustaleniu podmiotu odpowiedzialnego za umieszczenie reklamy.
- Możliwość złożenia odwołania od decyzji do SKO oraz skargi do sądów administracyjnych.

Nowa wersja uchwały

Od 23 lutego 2024 r.
trwają prace nad
nową wersją
uchwały.



- Trudności interpretacyjne
- Surowe zapisy
- Uwagi przedsiębiorców, firm reklamowych
- Głosy mieszkańców i stowarzyszeń.



**Przed nami etap konsultacji
społecznych**



Kraków

ul. Kalwaryjska





Kraków

ul. Kalwaryjska



Kraków przed i po: ul. Piłsudskiego





Kraków

przed i po: ul. Herlinga Grudzińskiego



Kraków przed i po: ul. Orlińskiego



Kraków przed i po: ul. Kościuszki / al. Słowackiego



Kraków przed i po: ul. Opolska



Kraków przed i po: ul. Mogilska / ul. Kielecka





Kraków

przed i po: dworzec ul. Wita Stwosza





Kraków

przed i po: rondo Matecznego



zdj. ŁADny Kraków



Kraków

przed i po: Góra Borkowska



zdj. ŁADny Kraków

Kraków przed i po: ul. Kapelanka



zdj. ŁADny Kraków

Kraków przed i po: ul. Wielicka/Nowosądecka



zdj. ŁADny Kraków

Kraków przed i po: al. Gen. Andersa



zdj. ŁADny Kraków

Kraków przed i po: hotel Forum





Kraków

Dziękuję za uwagę