

Załącznik nr 1.

W związku z konsultacjami dotyczącymi uchwały krajobrazowej, przesyłam swoje postulaty:

Skrócenie okresu na dostosowanie dla nośników reklamowych.

Prace nad uchwałą trwają od 2017 roku, dlatego branża reklamowa jest świadoma nadchodzących zmian. Zapisy uchwały powinny być wprowadzone jak najszybciej.

Całkowity zakaz umieszczania nośników cyfrowych emitujących światło typu citylight i jetline w mieście, także w witrynach, w przejściach podziemnych, metrze. Wprowadzenie nakazu kierowania światła oświetlającego reklamę w dół i wyłączanie świateł przy reklamach po godz. 22.00.

Zanieczyszczenie światłem jest bardzo dużym problemem w Warszawie. Nadmierne sztuczne oświetlenie szkodzi ludziom i przyrodzie oraz rozprasza osoby kierujące, dlatego powinno zostać ograniczone do niezbędnego minimum – nie jest nim reklama.

Zdecydowane ograniczenie reklamy wielkoformatowej. Zakaz nośników reklamowych dużego formatu 18 m² oraz zakaz umieszczania siatek reklamowych na rusztowaniach, z których wykonywane są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku. Wykreślenie wyjątku dla ślepych, bocznych ścian zezwalającego na umieszczanie na nich nośników reklamowych.

Reklama tego typu drastycznie obniża jakość krajobrazu miejskiego, a firmy pod pretekstem fikcyjnych prac remontowych będą stawiać rusztowania i eksponować reklamy, tak jak dzieje się to w innych miastach, gdzie wprowadzono uchwałę.

Stanowcze ograniczenie zagęszczenia słupów ogłoszeniowo-reklamowych.

Zwiększenie odległości usytuowania słupów ogłoszeniowych od innych nośników reklamowych z jednej strony ulicy do min. 100 m. Reklamy na słupach powinny być dopuszczone tylko w pasie drogowym. Obecne zapisy spowodują bardzo duże zagęszczenie tego typu nośników, co obniża estetykę miasta i powoduje ograniczenie przestrzeni pieszej.

Wprowadzenie minimalnej odległości 100 m dla reklam niebędących szyldami od skrzyżowań i przejść dla pieszych.

Takie rozwiązanie poprawi bezpieczeństwo na drodze. Osoby kierujące w tych miejscach powinny zachować szczególną ostrożność, a nie oglądać reklamy.

Wprowadzenie zakazu reklamy na przyczepach i pojazdach.

Pojazd mogący parkować w przestrzeni miejskiej stanowi niekontrolowany nośnik reklamowy.

Ograniczenie grodzenia wszystkich istniejących i planowanych osiedli mieszkaniowych (poza ogródkami przydomowymi).

Proponuję minimalny wymiar warunkujący zakaz grodzenia: rozpiętość przestrzenna do 100 m oraz łączna powierzchnia do 1 ha. Ograniczenia w proponowanej formie przyczynią się do rozwiązania problemu fragmentaryzacji przestrzeni i ograniczenia dostępności usług przez konieczność nakładania drogi przez pieszych.

Równocześnie zwracam uwagę na konieczność wprowadzenia inwentaryzacji reklam.

Według raportu z kontroli „Zarządzanie reklamą w przestrzeni publicznej” Narodowej Izby Kontroli to właśnie inwentaryzacja jest kluczem do skutecznego wprowadzenia zapisów uchwały krajobrazowej.