

Uchwała reklamowa weszła w życie

31 lipca uchwała reklamowa stała się prawem miejscowym. Od tego momentu wszelkie nowe nośniki, banery, urządzenia, szyldy i inne formy reklamy zewnętrznej winny być instalowane zgodnie z nowymi zasadami – zarówno jeśli są zgłaszane do Starostwa Powiatowego, jak i nie podlegające temu obowiązkowi. Jednocześnie wszelkie zapisy dotyczące tematu reklam, a również ogrodzeń i małej architektury (w miejscach publicznych) w obowiązujących planach miejscowych, straciły ważność. Uchwała reklamowa jest teraz dokumentem nadrzędnym.

Obejmuje teren całej gminy, dzieląc ją na kilka różniących się obszarów. Największym, o średnim stopniu restrykcyjności, jest obszar III, obejmujący większość zabudowy dzielnic i tereny otwarte pomiędzy nimi. Najbardziej restrykcyjne obszary I i II dotyczą zabytkowego śródmieścia i innych terenów o walorach zabytkowych (np. Parku Miejskiego, Repeckiego, Pałacu i Parku w Rybnej). Obszarem z zakazem sytuowania reklam jest także VII, obejmujący lasy i tereny atrybutów wpisanych na listę dziedzictwa światowego UNESCO.

Z kolei obszarami z bardziej liberalnymi przepisami są IV, V i VI – tereny parków handlowych, przemysłu i usług, stacji paliw, a także zabudowy wielorodzinnej.

W specjalny sposób potraktowane są pasy wzdłuż dróg krajowych, wojewódzkiej DW908 i jednej z dróg powiatowych (ul. Wyszyńskiego i Pyskowicka), a zwłaszcza ich skrzyżowania. Nastąpi tam radykalne ograniczenie ilościowe reklamy zewnętrznej.

Z zapisów uchwały wyłączone są wojskowe tereny zamknięte. Uchwała nie dotyczy także tematu reklamy wyborczej i przejawów reklamy związków wyznaniowych, o ile zlokalizowane są na ich

terenach.

Mimo pozornego skomplikowania uchwały, korzystanie z niej nie jest trudne. Należy konkretne miejsce, gdzie znajduje się lub ma się znajdować reklama, odnaleźć na mapie, skonstatować numer obszaru (I-VII) i zapoznać się w tekście z jego uregulowaniami.

Na dostosowanie się reklamodawców, właścicieli nośników i działek na których one stoją oraz wszystkich zainteresowanych do przepisów uchwały jest 24 miesiące. Po tym terminie reklamy nie spełniające wymogów będą „ścigane” przez urzędników. Nie dotyczy to natomiast ogrodzeń – nowe wymogi dotyczą tylko tych budowanych po dniu 31 lipca.

W ślad za uchwałą „reklamową” pojawi się wkrótce uchwała „opłatowa” – rodzaj cennika na korzystanie przez reklamodawców z przestrzeni wspólnej.

Inicjatorzy przedsięwzięcia mają nadzieję, że funkcjonowanie uchwały ograniczy chaos reklamowy w niektórych miejscach, zwłaszcza w tych wskazanych w 2017 roku przez mieszkańców w internetowej ankiecie.

Źródło: UM Tarnowskie Góry