Uchwała krajobrazowa

Jak uporządkować reklamy w miastach? Usuwanie nielegalnych reklam, kary pieniężne, opłaty. Korzyści dla gmin z uchwały reklamowej. Jakie zmiany w procedurze sporządzania uchwały krajobrazowej wprowadziła reforma planistyczna?

Wideoszkolenie PCC Poland skierowane do pracowników administracji samorządowej: wydziałów architektury, planowania przestrzennego, urbanistyki, budownictwa, geodezji oraz sekretarzy. Zapraszamy wszystkie osoby, które są w trakcie przygotowywania uchwały reklamowej lub dopiero zastanawiają się nad jej wprowadzeniem. Zapraszamy też wszystkich, którzy zajmują się już wprowadzoną uchwałą w gminie

Jak skutecznie zarządzać reklamą w przestrzeni publicznej? Zakres szkolenia obejmuje również omówienie problemów z wdrażaniem ustaleń uchwały reklamowej

Na wideoszkoleniu powiemy, jak skonstruować i wdrożyć uchwałę reklamową, oraz dlaczego warto ją wprowadzić? Oprócz korzyści wprowadzenia uchwały chcemy pokazać także wyzwania, z jakimi musi zmierzyć się gmina przed jej wprowadzeniem. Prowadzący podzieli się doświadczeniem związanym z tworzeniem uchwały reklamowej oraz przedstawi przykłady dobrze funkcjonujących uchwał "krajobrazowych" w Polsce. - Uwaga! Decydując się na udział w tym wideoszkoleniu otrzymują Państwo 7-dniowe darmowe konsultacje po wideoszkoleniu, podczas których jest możliwość zadawania dodatkowych pytań, otrzymania przydatnych porad, rozwiązania sytuacji problemowych z codziennej pracy oraz skorzystania z bogatej wiedzy eksperckiej.

W programie m.in.:

- Jakie kroki musi podjąć gmina, żeby zacząć pobierać opłatę reklamową?
- Jak rozróżnić reklamę nową od już istniejącej oraz co w tym przypadku stanowi podstawę wymierzenia kary?
- Czy naliczać karę pieniężną, jeśli reklama nie jest zgodna z uchwałą reklamową, ale nikt nie złożył deklaracji?
- W jaki sposób skonstruować zapisy uchwały, aby były niepodważalne przez wojewodę i sądy?
- Jak przygotować analizę miasta pod kątem reklam?
- Czy reklamy wyborcze można wyłączyć z regulacji zawartych w uchwale krajobrazowej? W jaki sposób ustalić zasady umieszczania reklam wyborczych?
- W mieście pozostało mnóstwo pozostałości reklam – stelaży, szkieletów, betonowych podstaw. Czy można za to nałożyć karę? W jaki sposób zmierzyć taką konstrukcję?
- Jak zmienić uchwałę reklamową?
- Jakie zmiany w procedurze sporządzania uchwały krajobrazowej wprowadziła reforma planistyczna?

Wzory pism, jakie otrzymają uczestnicy:

- Decyzja o naliczeniu kary pieniężnej za umieszczenie tablicy reklamowej/urządzenia reklamowego niezgodnie z uchwałą
- Wszczęcie postępowania w sprawie naliczenia kary za umieszczenie tablicy reklamowej/urządzenia

reklamowego niezgodnie z uchwałą
- Decyzja o wyrażeniu zgody na umieszczenie tablicy reklamowej/urządzenia reklamowego w pasie drogowym
- Wniosek o wydanie zgody na umieszczenie tablicy reklamowej/urządzenia reklamowego w pasie drogowym
- Uchwała „krajobrazowa" - schemat
- Uchwała o przystąpieniu do sporządzenia uchwały reklamowej.

Szczegółowy program szkolenia:

Pytania uczestników, na które odpowiedzieliśmy podczas ostatnich edycji:

- Czy straż miejska zajmuje się sprawdzaniem nośników z zapisami uchwały?
- W jaki sposób egzekwować przypadek niedostosowania do wyznaczonego terminu dostosowawczego dla ogrodzeń?
- Czy potykacz traktować jak reklamę mobilną?
- Czy zgodny z uchwałą krajobrazową będzie nośnik, który co prawda spełnia parametry uchwały, ale jest samowolą budowlaną?
- Kiedy faktycznie została usunięta reklama, aby naliczyć karę w drugiej decyzji? Czy wymaga to codziennej wizji w terenie?
- Co w przypadku, gdy właściciel konsekwentnie nie usuwa nośnika? Czy jest możliwość sukcesywnego ściągania rosnącej kary, czy jest to możliwe dopiero w drugiej decyzji, kiedy nośnik zostanie usunięty? Co w przypadku, gdy nigdy nie zostanie usunięty?
- Czy logo firmy reklamowej na tablicy jest wystarczające do określenia firmy jako właściciela?
- Czy okres ustalania właściciela nośnika odbywa się przed formalnym wszczęciem postępowania, czy jest już elementem postępowania, a tym samym już nalicza się kara?
- Czy uchwała może obejmować tylko zasady i warunki usytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, pomijając elementy małej architektury i ogrodzenia?
- Czy w praktyce jest różnica między niewymaganiem dostosowania, a zwolnieniem z obowiązku?
- W naszym mieście pozostało mnóstwo pozostałości reklam – stelaży, szkieletów, betonowych podstaw. Czy można za to nałożyć karę? W jaki sposób zmierzyć taką konstrukcję?
- W jaki sposób w zawiadomieniu o wszczęciu postępowania można sformułować zarzuty domniemanej niezgodności z uchwałą, jeśli wizja i dokładny pomiar mogą się odbyć dopiero w trakcie trwania tego postępowania?
- Co w przypadku chęci zmiany fragmentów lub całości uchwały krajobrazowej?
- Jakie zmiany w procedurze sporządzania uchwały krajobrazowej wprowadziła reforma planistyczna?

1. Dlaczego warto wprowadzić opłatę reklamową i jak przekonać do tego mieszkańców?

- Jak opłata reklamowa wpływa na zwiększenie środków w budżecie, jakie są możliwości wpływów z reklam na potrzeby mieszkańców?
- Jakie kroki musi podjąć gmina, żeby zacząć pobierać opłatę reklamową?
- Jak karać tych, którzy umieszczają reklamy niezgodnie z zasadami uchwalonymi przez gminy?
- Czym różni się szyld od reklamy? Czy szyld jest również reklamą?
- Co powinno się znaleźć w treści uchwały krajobrazowej?
- Jakie zakazy może wprowadzić gmina tworząc uchwałę?

- Które miasta w Polsce mają dobrze napisane i dobrze funkcjonujące uchwały krajobrazowe? Przykłady
- Od kiedy rozpocząć naliczanie opłat za reklamy i w jaki sposób naliczać opłaty?
- Które reklamy podlegają opłatom? Co stanowi podstawę naliczania opłaty, w jaki sposób weryfikować informacje o tym, co znajduje się w przestrzeni publicznej?
- Jak weryfikować legalne i nielegalne reklamy?
- Jak rozróżnić reklamę nową od już istniejącej oraz co w tym przypadku stanowi podstawę wymierzenia kary?
- Kto pobiera opłatę i w jakiej formie, w pasie drogowym dolicza się w decyzji na zajęcie pasa drogowego a w pozostałych przypadkach?
- Co powinien zawierać wniosek o wyrażenie zgody na umieszczenie banerów reklamowych w pasie drogowym?
- Jak zredagować decyzję o umieszczeniu oraz o przedłużeniu reklamy?
- Koszty kampanii reklamowych i promocyjnych dla samorządu terytorialnego
- Jak przeprowadzić konsultacje z mieszkańcami?
- Czy skarga jest zasadna nawet jeśli podmiot nie składał uwag w etapie konsultacji społecznych?

2. Jakie elementy powinna zwierać decyzja o nałożeniu kary?

- Jak prawidłowo wyliczyć wysokość kary?
- Jak naliczać kary w przypadku tablic informacyjnych oraz jak rozróżnić je od zwykłych reklam?
- Jakie kary pieniężne może nałożyć organ na właścicieli nieruchomości za nieprzestrzeganie przepisów uchwały?
- Od kiedy nalicza się karę - od dnia ujawnienia niezgodności, czy od wszczęcia postępowania?
- Czy przed naliczeniem kary jest obowiązek wezwania do usunięcia naruszeń?
- Czy naliczać karę pieniężną, jeśli reklama nie jest zgodna z uchwałą reklamową, ale nikt nie złożył deklaracji?
- Czy każdy podmiot odrębnie składa deklarację każdy za swoją powierzchnię?
- Wyroki – na co zwrócić szczególną uwagę, aby nie narazić się na uchylenie decyzji?

3. Kontrola nadzorcza wojewody

- W jaki sposób skonstruować zapisy uchwały, aby były niepodważalne przez wojewodę?
- Co może być powodem uchylenia zapisów uchwały przez wojewodę?
- Etap po uchwaleniu a przed wejściem w życie – co może opóźnić wejście w życie uchwały i na co wojewodowie zwracają uwagę?
- Jak formułować przepisy dostosowawcze?

4. Jakie są zasady i warunki sytuowania reklam w przestrzeni publicznej?

- Jakie zasady pomogą w zachowaniu ładu i porządku w mieście/gminie?
- Czy w przestrzeni publicznej powinny znajdować się wszystkie reklamy i jak one powinny wyglądać?
- Czy uchwała może obowiązywać tylko dla określonego terenu gminy, czy obowiązuje na terenie całej gminy?

- Jak przygotować analizę miasta pod kątem reklam?
- Jak podzielić miasto na strefy? Podział na mniejsze i większe opłaty, przestrzeń bez reklam oraz przestrzeń z reklamami
- Jaki jest okres dostosowania się istniejących w dniu wejścia uchwały w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń, tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych?
- Czy może być inny okres dostosowawczy dla różnych obiektów?
- Czy w warunkach dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych można wyróżnić i zwolnić z obowiązku dostosowawczego np. reklamy, które powstały na podstawie pozwolenia budowlanego?
- Jakie możliwości i kompetencje ma gmina w odniesieniu do reklam na prywatnych nieruchomościach?
- Jaki obiekty i tereny są zwolnione z warunków określonych w uchwale?
- Jakie są zasady sytuowania obiektów reklamowych na ogrodzeniach?
- Czy logo firmy, które znajduje się na siatce, na rusztowaniu jest reklamą?
- Zabytki – czy każdy szyld musi być uzgodniony z konserwatorem?
- Jak ująć w treści uchwały, że cała strefa jest jednocześnie obszarem objętym ochroną konserwatorską?
- Czy należy prowadzić inwentaryzację jako narzędzie kategoryzacji reklam?
- Jakie są najlepsze metody przeprowadzenia inwentaryzacji w terenie?
- Czy dopuszczalne jest wprowadzenie zakazu stosowania określonej np. jaskrawej, odblaskowej kolorystyki reklam (nie chodzi o kolor nośnika, tylko o treść reklamy)?
- Ogłoszenie na ogrodzeniu, działka na sprzedaż z logiem firmy biura nieruchomości - czy to są reklamy?
- Jak podejść do zapisów dotyczących tradycyjnych słupów reklamowych, będących własnością gminy, na których pojawiają się reklamy przedsiębiorców – czy należy rozważyć ich likwidację, określić powierzchnię, kolorystykę plakatów?
- Czy w przypadku niedostosowania się do warunków uchwały można zastosować inne metody niż kary?
- Czy jeśli za szyldy nie pobiera się opłaty, a szyld nie jest dostosowany do zapisów uchwały, to czy należy naliczyć karę?
- Czy można dopuścić wyjątki w postaci czasowego sytuowania urządzeń np. balonów reklamowych podczas imprez miejskich?
- Jak postępować z banerami i reklamami sponsorów umieszczanymi na czas imprez np. sportowych, festiwali?
- Czy reklama wyborcza nie podlega regulacjom uchwały krajobrazowej? Jakie regulacje dotyczące wielkości i sposobu sytuowania reklam wyborczych można zastosować? Czy można zakazać umieszczania takich reklam na ogrodzeniach?
- Czy reklamy wyborcze można wyłączyć z regulacji zawartych w uchwale krajobrazowej? W jaki sposób ustalić zasady umieszczania reklam wyborczych?
- Jak uregulować kwestie banerów wyborczych wiszących na słupkach odgradzających pas ruchu od chodnika?
- Czy od reklam wyborczych również powinna być pobierana opłata reklamowa?
- Jak zarządzenie w sprawie ogródków gastronomicznych może wpływać na zapisy uchwały?
- Funkcjonowanie uchwały reklamowej na konkretnych przykładach – dla wątpiących w skuteczność uchwał reklamowych

5. Jak mierzyć powierzchnie reklamowe i jak weryfikować reklamy?

- Za pomocą jakich przyrządów obliczać powierzchnie reklamowe?
- Jak robić pomiary reklam?
- Jakie wsparcie projektowe może zaproponować gmina przedsiębiorcom?
- W jaki sposób funkcjonują firmy reklamowe w miastach, w których jest wprowadzona uchwała?
- W jaki sposób uchwała zmienia wartość rynku reklamowego lub jak wpływa na funkcjonowanie firm?

Prowadzący:

Wojciech Watycha

Naczelnik Wydziału Rozwoju i Urbanistyki Urzędu Miasta Nowy Targ, urbanista. Autor Gminnego Programu Opieki nad Zabytkami Miasta Nowy Targ 2020-2023 oraz wcześniejszych edycji. Odpowiada za Gminną Ewidencję Zabytków Miasta Nowy Targ. Autor i współautor projektów planów miejscowych oraz ich zmian, współautor projektów zmian studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego. Wiceprzewodniczący Miejskiej Komisji Urbanistyczno-Architektonicznej w Nowym Targu.

Absolwent Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie. Ukończył studia podyplomowe na Wyższej Szkole Technicznej w Katowicach (obecnie Akademia Śląska) oraz na Politechnice Krakowskiej.

Prawa autorskie do niniejszego programu przysługują Private Corporate Consulting Sp. z o.o. Udostępnianie, kopiowanie i przerabianie niniejszego programu bez pisemnej zgody Private Corporate Consulting Sp. z o.o., zagrożone jest odpowiedzialnością karną oraz cywilną