

UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA

ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ NA TERENIE MIASTA KRAKOWA

Na podstawie ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym Rada Miasta Krakowa w dniu 7 października 2015 r. podjęła uchwałę Nr XXVI/432/15 o przygotowaniu projektu uchwały ustalającej „Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń”. tzw. „uchwały krajobrazowej”.

Przedmiotem regulacji „**UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ**” jest ochrona krajobrazu poprzez kompleksowe podejście do dotychczas rozproszonych zagadnień. Na poprawę estetyki miasta mają wpłynąć nowe regulacje, które dotyczą sytuowania ogrodzeń oraz małej architektury w mieście, a także uporządkowanie problemu lokalizacji reklam.

UCHWAŁA SKŁADA SIĘ Z CZĘŚCI TEKSTOWEJ ORAZ GRAFICZNEJ

Część tekstowa została podzielona na trzy działy tematyczne, dotyczące obiektów małej architektury, reklam i ogrodzeń. W ramach działów tematycznych w obszarze miasta wydzielono odrębne strefy, określone na załącznikach mapowych:

- **STRUKTURALNE** dla małej architektury
- **KRAJOBRAZOWE** dla reklam
- **PRZESTRZENNE** dla ogrodzeń

Co ważne, w ramach regulacji dotyczących reklam, dla wyznaczonej II strefy krajobrazowej przygotowano karty wskazań, określające dopuszczoną lokalizację reklam wolnostojących oraz rodzaj nośnika.

DODATKOWY ZAŁĄCZNIK STANOWI - **SYSTEM INFORMACJI MIEJSKIEJ (SIM)**, IDENTYFIKUJĄCY I PORZĄDKUJĄCY W SPÓJNY SPOŚÓB WIZUALNĄ INFORMACJĘ PUBLICZNĄ.

MATERIAŁY INFORMACYJNE DOSTĘPNE NA

www.krakow.pl/uchwalakrajobrazowa
www.bip.krakow.pl

ANKIETA DOSTĘPNA NA

www.krakow.pl/uchwalakrajobrazowa



Szanowni Państwo,

Nasze podejście do otaczającego nas świata najdobitniej świadczy o tym, co jest dla nas ważne i jaki system wartości wyznajemy.

Wysoka jakość kształtowanego krajobrazu sprzyja rozwojowi kultury, tworzy więzi społeczne, przynosi korzyści gospodarcze i buduje pozycję miasta. To właśnie Państwo – mieszkańcy naszego miasta w przeprowadzonej w sierpniu 2015 r. ankiecie, jednoznacznie zdecydowaliście o porządkowaniu przestrzeni Krakowa.

Wypełniając Państwa wolę, przygotowaliśmy koncepcję regulacji dotyczących zasad sytuowania obiektów małej architektury, reklam oraz ogrodzeń, której głównym celem jest ochrona krajobrazu.

Dodatkowo przygotowaliśmy jednolity i jednoznacznie identyfikowalny z naszym miastem System Informacji Miejskiej (SIM).

Patrząc na Kraków z perspektywy lat nietrudno zauważyć, że nasze miasto rozwija się i zmienia na lepsze. „Uchwała krajobrazowa” stanowi kolejny krok w dobrym kierunku.

Jacek Majchrowski
Prezydent Miasta Krakowa

URZĄD MIASTA KRAKOWA



BIURO PLANOWANIA PRZESTRZENNEGO



MIEJSKIE CENTRUM DIALOGU

WEŹ UDZIAŁ W KONSULTACJACH

WYPEŁNIJ ANKIETĘ

PRZYJDŹ ZOBACZ

**od 09. 05. 2016 r.
do 10. 06. 2016 r.**

PREZENTACJA KONCEPCJI
BRACKA 10

MIASTO DOBRZE UMEBLOWANE

Mała architektura, będąca wyposażeniem ulic, placów, parków i innych powszechnie dostępnych miejsc, służy nie tylko codziennej rekreacji i utrzymaniu porządku, ale ma też wpływ na wizerunek miasta, jego czytelne oznakowanie oraz ład przestrzenny.

W celu określenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury wyznaczono pięć stref strukturalnych:

- I OBSZAR HISTORYCZNEGO CENTRUM MIASTA
- II OBSZARY OŚRODKÓW CENTROTWÓRCZYCH
- III OBSZARY OSIEDLOWYCH PRZESTRZENI PUBLICZNYCH
- IV OBSZARY SYSTEMU PRZYRODNICZEGO
- V OBSZARY DOMINACJI PRZESTRZENI PRYWATNEJ

W ramach stref ustalono szczegółowe zasady m. in.: formy i rodzaje obiektów, dopuszczalne materiały, kolorystykę oraz podstawowe parametry. Uzupełnieniem regulacji z zakresu małej architektury jest System Informacji Miejskiej. Zadaniem SIM jest identyfikacja i porządkowanie w jednolity sposób informacji miejskich umieszczanych w przestrzeni publicznej.

SIM

POPRAWA
HARMONII
WIZUALNEJ
MIASTA



MAŁA ARCHITEKTURA

KRAKÓW W NOWEJ ODSŁONIE

Chaos reklamowy zakłóca właściwą identyfikację i postrzeganie przestrzeni publicznej, prowadząc do przeciążenia informacyjnego. Ograniczenie liczby reklam spowoduje lepszy odbiór całości wysyłanych komunikatów reklamowych.

W celu określenia zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyznaczono cztery strefy krajobrazowe:

- I OBSZAR OCHRONY KRAJOBRAZU HISTORYCZNEGO
- II OBSZAR OCHRONY KRAJOBRAZU ISTOTNEGO
- III OBSZAR OCHRONY KRAJOBRAZU PRZYRODNICZEGO
- IV OBSZAR OCHRONY KRAJOBRAZU LOKALNEGO

W ramach stref ustalono szczegółowe wskazania odrębne dla reklam wolnostojących, reklam sytuowanych na obiektach oraz szyldów:

- Zakazano sytuowania tzw. reklam siatkowych i wielkogabarytowych na elewacjach obiektów
- Lokalizację wolnostojących reklam w strefie II określają karty wskazań
- Każdy przedsiębiorca ma prawo do umieszczenia jednego bezpłatnego szyldu informującego o prowadzonej działalności

Sytuowanie reklam w przestrzeni publicznej za wyjątkiem szyldu będzie podlegało tzw. „opłacie reklamowej”.

JEDEN
BEZPŁATNY
SZYLD

REKLAMY

ZACZNIJMY OD NOWA

Ogrodzone osiedla polskich miast, nie są naszym dziedzictwem. Przeczą tradycjom chłopskiej, szlacheckiej i mieszczańskiej, które przez wieki kształtowały nasze społeczeństwo. Ogrodzone osiedla dezintegrują przestrzeń i burzą relacje społeczne. Otwierając osiedla, zatrzymujemy ten proces.

W celu określenia zasad i warunków sytuowania ogrodzeń wyznaczono cztery strefy przestrzenne o przeważającej funkcji:

- I TERENÓW MIESZKANIOWYCH JEDNORODZINNYCH
- II TERENÓW MIESZKANIOWYCH WIELORODZINNYCH
- III TERENÓW USŁUGOWYCH
- IV TERENÓW ZIELENI

Dla każdej ze stref ustalono szczegółowe zasady m.in.:

- Zakazano grodzenia w strefie o przeważającej funkcji terenów mieszkaniowych wielorodzinnych oraz w strefie o przeważającej funkcji terenów zieleni
- Zalecono stosowanie ogrodzeń w formie żywopłotów dla przyjaznego kształtowania przestrzeni
- Zakazano stosowania ogrodzeń pełnych w przestrzeni miasta
- Wskazano datę 1 stycznia 2021 r. jako ostateczny termin dostosowania ogrodzeń do ustalonych zasad

ZAKAZ
GRODZENIA
OSIEDLI

OTWARTA
PRZESTRZEŃ
MIASTA

OGRODZENIA