

# DYSKUSJA PUBLICZNA

NA TEMAT PROJEKTU  
UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ –  
ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA  
OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC  
REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ  
REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ DLA  
MIASTA KRAKOWA

odbyta w dniu  
19 września 2017 r.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dzień dobry, witam Państwa bardzo serdecznie. Nazywam się Martyna Lewandowska, kieruję Miejskim Centrum Dialogu i mam przyjemność prowadzić dzisiejszą debatę. Spotykamy się tutaj dzisiaj, aby porozmawiać na temat projektu uchwały ws. ustalenia zasad i warunków sytuowania małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na terenie Miasta Krakowa, tzw. projekt uchwały krajobrazowej.

Są dzisiaj z nami obecni: Pani Dyrektor Bożena Kaczmarska-Michniak – Dyrektor Biura Planowania Przestrzennego, Pani Elżbieta Szczepińska – Zastępca Dyrektora Biura Planowania Przestrzennego, Pan Grzegorz Janyga – Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta, oraz członkowie zespołu opracowującego projekt uchwały – Pani Agnieszka Królik, oraz Pan Tomasz Antosiewicz z Pracowni Prac Studialnych Biura Planowania Przestrzennego.

Dzisiejsze spotkanie zaplanowaliśmy w ten sposób, na początku krótka, naprawdę krótka prezentacja ze strony miasta, opisująca projekt uchwały krajobrazowej, a kolejno, myślę, że czas najistotniejszy dla Państwa, czyli czas dyskusji. Przewidzieliśmy dzisiejsze spotkanie na ok. 2,5 h, mam nadzieję, że ten czas pozwoli wyczerpać wszelkie Państwa uwagi, będą mieli okazje Państwo zgłosić swoje pomysły, propozycje, czy też zmiany do tegoż projektu. Oddaję zatem głos Panu Grzegorzowi.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Dzień dobry Państwu. Jak Państwo z pewnością wiedzą, przystąpiliśmy do sporządzenia tego projektu właściwie zaraz, kiedy Sejm przegłosował ustawę o zmianie niektórych ustaw, w związku ze wzmocnieniem narzędzia ochrony krajobrazu. Ta ustawa weszła w życie jesienią 2015 r., i właściwie od razu Rada Miasta Krakowa zdecydowała, że sprawa, czy kwestia uregulowania sposobu lokalizowania obiektów małej architektury, obiektów reklamowych i ogrodzeń winna zostać uregulowana w mieście w jednej uchwale, i przystąpiono do sporządzenia tego projektu uchwały w Biurze Planowania Przestrzennego. To jest tak, że ten projekt, o którym dzisiaj będziemy rozmawiać, został poprzedzony takim rocznym okresem przygotowawczym, w trakcie którego odbywały się różnego rodzaju konsultacje społeczne. Przeprowadziliśmy taką ankietę wśród mieszkańców Krakowa, która generalnie wskazywała, że mieszkańcy oczekują wprowadzenia zmian i uporządkowania wspólnej przestrzeni, aby ta przestrzeń była w ich odbiorze lepsza, wygodniejsza, przyjemniejsza dla życia, żeby była bardziej uporządkowana, w związku z tym mając na uwadze postulaty wskazane przez mieszkańców w tej ankiecie podczas różnych spotkań konsultacyjnych, opracowaliśmy projekt uchwały krajobrazowej dotyczący właśnie sytuowania obiektów małej architektury, urządzeń reklamowych, oraz ogrodzeń. Przyjęliśmy taki kształt tej uchwały, w której główna część tekstowa odnosi się do poszczególnych kategorii obiektów i reguluje te kategorie odrębnie, oraz każda kategoria obiektów ma swój załącznik graficzny, na którym zostały zobrazowane poszczególne strefy, w których obowiązują odmienne ustalenia dotyczące odpowiednio ogrodzeń, obiektów małej architektury i urządzeń reklamowych. Te załączniki zostały sporządzone w skali 1: 10 000, wydaje nam się, że ta skala jest wystarczająca do tego, żeby ten projekt uchwały był czytelny. Jeżeli chodzi o

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

obiekty małej architektury to generalnie założenie projektu uchwały zakłada, że te obiekty zostaną zróżnicowane w 3 różnych strefach. I strefa obejmuje centrum miasta, pozostała główna strefa to jest obszar miejski, i III strefa to jest obszar systemu przyrodniczego, i w zależności od tego, w której strefie chcielibyśmy lokalizować obiekty małej architektury, to w projekcie są ustalenia dotyczące czy maksymalnej wysokości, która jest najniższa w tej I strefie, czy też sposobu użycia rodzajów materiałów, z których te obiekty mogą zostać wykonane.

Główna część uchwały to jest część dotycząca reklam, i najważniejsze w sumie w tej części jest to, że pomimo tego, że ustawodawca wprowadził bardzo szeroką definicję reklamy, przez którą należy rozumieć upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwo, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne, to faktycznie tzw. uchwała reklamowa może regulować jedynie część tych obiektów, które funkcjonują w przestrzeni publicznej, a mianowicie takie reklamy, które znajdują się bądź na tablicach reklamowych, bądź na urządzeniach reklamowych. Jak tutaj jest przywołana definicja, tablica reklamowa charakteryzuje się tym, że jest to przede wszystkim obiekt o płaskiej powierzchni służący ekspozycji reklamy, natomiast urządzeniem reklamowym jest właściwie każde inne urządzenie, obiekt budowlany, który charakteryzuje się pewnym elementem trójwymiarowości. Ustawodawca dokonał też podziału tych reklam, które można, dokonał pewnego rozróżnienia reklam ze względu na inny czynnik, a mianowicie na związanie danej reklamy z miejscem prowadzonej działalności, w tym zakresie wyróżnił kategorię szyldów, ale szyld to za każdym raz bądź tablica reklamowa, bądź urządzenie reklamowe, no i to jest takie jakby najważniejsze ustalenie stworzone przez ustawodawcę i wyznaczające nam ramy pewnego sposobu działania i możliwości tego, co możemy uregulować w uchwale naszej krajobrazowej. Uchwała została sporządzona w części tej reklamowej w taki sposób, że zostały podzielone reklamy na reklamy tzw. które nazwaliśmy wolnostojące, i reklamy, które znajdują się na obiektach i urządzeniach budowlanych, i w zależności od tego, w której strefie dana reklama występuje, to zostały określone czy jest możliwość jej lokalizowania, zostały określone parametry, gabaryty i rodzaje materiałów, z których taka reklama może zostać wykonana. Pokaże się slajd, na którym poszczególne strefy zostały wyznaczone w zakresie reklam, jest to 5 stref. I strefa obejmuje podobnie jak w przypadku obiektów małej architektury obszar Starego Miasta w ramach I obwodnicy, kolejne strefy sukcesywnie kolejne obszary miasta, i to tutaj jest, można powiedzieć Nowa Huta i centrum. Jako III strefa to jest strefa ochrony krajobrazu przyrodniczego, czyli ten obszar, który i w dokumencie Studium, i w pozostałych dokumentach urbanistycznych gminy jest wskazywany jako obszar, w którym przede wszystkim chronimy walory przyrodnicze występujące na obszarze miasta. IV strefa to są ulice, które wskazaliśmy jako takie podstawowe ulice wjazdowe, one pełnią pewien taki charakter reprezentacyjny, ponieważ reklamują troszeczkę nasze miasto – większość przejazdów odbywa się za pośrednictwem właśnie tych ciągów komunikacyjnych. I ostatnia strefa, to jest strefa krajobrazowa, która obejmuje pozostałą część miasta.

Jeżeli chodzi o ogrodzenia, to również w tym przypadku podzieliliśmy miasto na odpowiednie strefy ze względu na występujące uwarunkowania i założyliśmy, że takich stref

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

będzie 4, w zależności od przeważającej funkcji, która występuje w danym obszarze, albo która wynika z ustaleń dokumentu Studium, jako dokumentu takiego kierunkowego, podstawowego, który wskazuje kierunki rozwoju miasta. Tych stref jak już wspomniałem jest 4. I obejmuje tereny o przeważającej funkcji zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej, kolejna to jest funkcja zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, III strefa to są tereny usługowe o przeważającej funkcji terenów usługowych, i IV strefa, podobnie jak w pozostałych strefach, jest to ta strefa zielona, w której dominują tereny przyrodnicze, czy cenne przyrodniczo, czy te, w których nie powinny się obiekty takie znajdować, o takim natężeniu jak w pozostałych strefach.

Najważniejsze jakby podsumowanie tego co powiedziałem, to jest okoliczność, że to jest projekt. Państwo mogą zapoznać się z ustaleniami tego projektu na stronach Biuletynu Informacji Publicznej Miasta Krakowa, jest tam on opublikowany, można spokojnie sobie przeanalizować, i oczekujemy, że Państwo złożą uwagi do tego projektu, wskazujące, jeżeli są jakieś niedociągnięcia, nieścisłości, czy widzą Państwo inny sposób uregulowania tego, i w jakich sposób uzasadnienie tych Państwa uwag, żeby mogły się znaleźć, i wtedy Pani Prezydent, która będzie dokonywała rozpatrzenia uwag, przeanalizuje ich ewentualną zasadność, czy i w jakim zakresie projekt tej uchwały powinien zostać zmieniony. Projekt jest wyłożony do 29 września, w związku z tym jeżeli Państwo będą mieli jakieś bardziej szczegółowe pytania i te odpowiedzi, które dzisiaj zostaną Państwu udzielone będą niewystarczające, to można się udać do Biura Planowania Przestrzennego przy ul. Sarego, i tam zespół projektowy dyżuruje i być może będzie w stanie udzielić lepszej czy bardziej satysfakcjonującej odpowiedzi na kwestie, które Państwa interesują. Wyłożenie trwa, jak już wspomniałem do 29 września, natomiast uwagi do projektu uchwały można składać w nieprzekraczalnym terminie do 13 października, i to jest chyba najważniejsze, to co miałem powiedzieć. Bardzo dziękuję Państwu.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo. Proszę Państwa, ja jeszcze w kwestii formalnej zanim rozpoczniemy dyskusję. Będę Państwa prosiła o sygnalizowanie mi chęci zabrania głosu poprzez podniesienie ręki, ja będę do Państwa podchodziła i przekazywała mikrofon, i mam też taką bardzo gorącą prośbę zarówno do strony, która będzie udzielała odpowiedzi, jak i też do Państwa zadających pytania, czy przedstawiających swoją opinię o zwięzłość wypowiedzi i szanowanie siebie nawzajem, czyli pozwalanie zakończenia jednego wątku, czy też jednego zgłoszenia jednej osobie. Zatem rozpoczynamy część dyskusji, kto z Państwa chciałby zabrać głos? Proszę się też jeszcze przedstawić, dobrze?

**Gość I – p. /.../\***

Dzień dobry, /.../\* ja reprezentuję firmę Good Looking Studio. Dostyc szybkie, krótkie pytanie związane i z uchwałą, ale to też coś co borykamy się i spotykamy się z tym od co najmniej 5 lat, dlaczego Kraków nie znosi murali reklamowych, tak? Przeczytałem tą uchwałę dzisiaj chyba trzykrotnie i mam wrażenie, że definicja muralu reklamowego została tylko po to wprowadzona, żeby go natychmiast zakazywać i to w każdej strefie. Do tej pory udawało nam się coś namalować na obrzeżach miasta, ale teraz Państwo wyrzucacie nas już w ogóle z

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

miasta. Wszystkie inne jakby nośniki reklamowe mają większe lub mniejsze ograniczenia tutaj w tej uchwale, natomiast murale zostały wyrzucone całkowicie, tak, murale, które jednak są formą bardzo rzemieślniczą, nie przemysłową, są zazwyczaj lokalizowane, dopasowywane do miejsca do danej ściany, i tak jak mówię, już od 5 lat zawsze jesteśmy odrzucani, jeżeli chodzi o jakieś bardziej środkowe części miasta, no ale teraz już według tej mapy to, to już tak naprawdę dopiero jak zobaczą przekreśloną tablicę z Krakowem to mogą coś namalować, i z czego to wynika tak naprawdę?

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

To stanowisko dotyczące zakazu lokalizowania murali wynika de facto ze stanowiska pani Plastyk Miejskiej. Jak Państwo z pewnością widzieli założenia do projektu uchwały reklamowej to te założenia były liberalniejsze, natomiast po analizie doszliśmy do wniosku, że oczywiście, występują takie murale reklamowe, które niosą ze sobą pewien dodatkowy walor artystyczny, bo artysta czy osoba, która wykonywała taki mural, oprócz tego przesłania reklamowego promującego dany produkt, usługę czy wydarzenie, zawiera w sobie jeszcze pewien element, ja bym go tak nazwał, tzw. element artystyczny, natomiast są też murale, które występują i funkcjonują aktualnie w przestrzeni miejskiej, które właściwie ograniczają się tylko do reklamowania danego produktu czy danego nawet przedsiębiorcy, i w ocenie tutaj zespołu projektowego taki sposób reklamy jest na tyle inwazyjnym sposobem czy na tyle widocznym, bo gabaryty tych obiektów są zdecydowanie większe niż innych rodzajów reklam, które zaproponowaliśmy w projekcie uchwały, że zespół projektowy uznał, że to jest nieodpowiedni sposób reklamowań. Natomiast jeżeli, tak jak mówiłem czy powiedziałem wcześniej, jeżeli Państwo są zainteresowani, żeby taka reklama w przestrzeni funkcjonowała to prosimy o taką uwagę do projektu uchwały, i też prosimy o jakieś uzasadnienie, dlaczego Państwo, czy dlaczego mieszkańcy Krakowa chcą takiego nośnika reklamowego funkcjonującego w przestrzeni publicznej. Ja zdaję sobie z tego sprawę, że na etapie wcześniejszych konsultacji były takie prowadzone rozmowy, pojawiali się studenci np. z ASP, i oni wskazywali, że to jest jakaś pewna forma, rodzaj ich działalności artystycznej, oni takie murale realizują, i chcieliby, żeby w przestrzeni miasta takie obiekty czy takie reklamy funkcjonowały, natomiast to była tylko jakby jedna grupa osób, która decydowała się za takim rozwiązaniem, i trudno przesądzać czy to rozwiązanie jest dobre, jeżeli po prostu jest, można powiedzieć taki dosyć ograniczony katalog osób, czy grupa osób, które popierają taki projekt reklamy.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Rozumiem, że Pan ad vocem, tak, tutaj jeszcze coś, bo mamy już kolejne zgłoszenia, więc...

**Gość I – p. /.../\***

No tak, Pan mówi, że są murale fajne i murale mniej fajne, dlatego zakazaliście wszystkich dla bezpieczeństwa, natomiast czy są artystyczne reklamy? Nie. Ich nie zakazaliście wszystkich. A druga rzecz, rzeczywiście my zatrudniamy tylko i wyłącznie studentów ASP i

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

to też jest dla nich duży problem, tak, bo nie każdy student ASP zaraz po zostaniu absolwentem zostaje Matejką czy Wyspiańskim, oni też gdzieś muszą pracować, gdzieś ten swój fach robić, tak, i to są takie miejsca, gdzie można to robić. Jeszcze raz powtarzam, nie widzę żadnego powodu, dlaczego ten jeden, tylko i ten jeden rodzaj reklamy, gdzie Pan sam znalazł pozytywy w tym rodzaju reklamy, został absolutnie wyrzucony poza miasto. Inne formy reklamy, zostały wprowadzone ograniczenia wielkościowe, ilościowe, jakościowe itd., natomiast ten jeden został wykasowany po prostu całkowicie bez jakichkolwiek ograniczeń, mimo że w tym jednym, tak jak mówię, sam Pan znalazł pozytywy.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję. Ja rozumiem, że Pana głos został dzisiaj wysłuchany i jest też zarejestrowany, i również prosba, żeby Pan złożył to w formie pisemnej do Biura Planowania Przestrzennego. Proszę, Pani zgłaszała głos.

**Gość II – p. /.../\***

Dzień dobry, /.../\*, firma Cityboard Media. My jesteśmy firmą z branży reklamy zewnętrznej, nasza działalność polega na reklamowaniu nośników reklamowych, tzw. billboardów, o powierzchni ekspozycji co do zasady 18 i 48 m. Tych nośników w Krakowie mamy całkiem sporo i po przejrzeniu projektu uchwały dochodzimy do wniosku, że billboardy iw zasadzie tylko te mniejszego formatu, czyli 18 m, byłyby, i to z daleko idącymi ograniczeniami, dopuszczone u Państwa w mieście w strefie IV i w strefie V, przy czym jest to takie założenie a priori, że teoretycznie one są dopuszczone, ale po przeanalizowaniu tych obwarowań m.in. odległości, gdzie jest szczegółowa lista odległości m.in. między nośnikami czy odsunięcia się od krawędzi jezdni, od skrzyżowań, od przystanku, wiat itd., to właściwie dochodzimy do wniosku licząc i przymierzając do tych nośników, które mamy, że po wejściu w życie uchwały oznaczałoby dla nas konieczność skasowania, de facto usunięcia właściwie 90 % nośników, które posiadamy. No i sytuacja jest taka, nasze nośniki zostały wszystkie postawione w majestacie prawa, wszystkie są legalne, wszystkie zostały zlokalizowane, umieszczone po przeprowadzeniu odpowiednich procedur prawa budowlanego, uzyskaniu pozwoleń na budowę, albo zgłoszeń, do wszystkich nośników oczywiście były załatwione, uzyskane projekty budowlane, wszystko odbyło się lege artis, i teraz nagle nas wrzuca się do jednego worka, dokładnie z tą reklamą, która jest reklamą dziką, nielegalną, i jak podejrzewamy Kraków nie jest tu wyjątkiem, bo jeżeli w jakimkolwiek mieście zostały przeprowadzone badania i zrobiony audyt tego co stoi w przestrzeni, i to co jest z podziałem na legalne, nielegalne, to przeważnie wychodzą proporcje rzędu 80 % to reklama nielegalna, a ta zdecydowana mniejszość to reklama legalna. I moje pytanie jest przede wszystkim takie: dlaczego Państwo nie wyłączyli z zakresu zastosowania nośników istniejących, bo nie mówię oczywiście o sytuacji na przyszłość, bo to jest jasne, można ustalać reguły gry na przyszłość dla wszystkich jednakowe, ale dlaczego do jednego worka wrzucili Państwo wszystkie nośniki, i czy w ogóle Państwo przeprowadzili taki audyt, i nasz postulat jest taki, żeby z zakresu zastosowania uchwały wyłączyć nośniki stojące legalnie. I to jest pytanie, ale ja chciałam powiedzieć jakby też o większej ilości spraw, jak mam mikrofon to ja muszę z tego skorzystać.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ja bym zaproponowała, ponieważ jakby tutaj mamy pierwszą część, pytanie...

**Gość II – p. /.../\***

Dobrze, to najpierw pytanie, ale zastrzegam, że ja chciałam dalsze wątki i to nie jest koniec.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dobrze, rozumiem, będę o Pani pamiętała, natomiast teraz dajmy też stronie miasta odpowiedzieć na Pani pytania.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

To znaczy, ja powiem w ten sposób. My jak przygotowaliśmy projekt uchwały to oczywiście zastanawialiśmy się w jaki sposób podejść do tematu nośników reklamowych istniejących już aktualnie w przestrzeni. Początkowo skończyło się to tym, że w tej koncepcji, która była, założyliśmy, że okres przejściowy będzie okresem rocznym. Po analizach tutaj wewnątrz urzędu doszliśmy, że ten okres przejściowy, ten okres dostosowawczy, w którym reklamy, które legalnie istniejące, które nie spełniają warunków określonych wtedy już w uchwale reklamowej winny zostać dostosowane do parametrów tej uchwały, w związku z tym jest taki dosyć długi w naszej ocenie okres czasu, kiedy stan faktyczny będzie należało dostosować do postanowień projektu uchwały. Natomiast z każdą regulacją prawną jest tak, że ona coś zmienia, zmienia stan zastany, i czy to są przepisy tworzone na etapie czy na poziomie krajowym, i Sejm przegłosowuje jakąś ustawę, czy dzieje się to na poziomie tutaj naszym samorządowym i Rada Gminy podejmuje jakąś uchwałę, to te przepisy, które potem wchodzi w życie, one wywołują skutki prawne na przyszłość, i ustawodawca w tym przypadku odnośnie reklam wskazał pewne rozwiązanie przejściowe, które polega na tym, że należy dostosować, czy można, Rada Gminy ma taką możliwość wprowadzenia pewnego okresu przejściowego, w którym legalnie istniejące reklamy na dotychczasowych warunkach mogą istnieć, natomiast potem, ponieważ Rada Gminy decyduje o przystąpieniu do sporządzenia takiego projektu uchwały i podejmuje taki projekt uchwały dotyczący sytuowania i sposobu rozmieszczenia, kształtów, gabarytów obiektów reklamowych, takie reklamy muszą zostać dostosowane. Tak jak mówię, z naszej strony, pracowników urzędu, była ta kwestia wydłużenia tego okresu dostosowawczego i zaproponowania tego okresu na okres 2 lat. Ja zdaję sobie z tego sprawę, że reklama taka, która powstała, czy billboard, ma okres żywotności znacznie dłuższy niż okres 2-letni, natomiast jesteśmy dopiero, czy już na takim etapie, że po raz pierwszy pokazujemy Państwu projekt uchwały, oczywiście te prace będą trwały nadal. My zakładamy, czy chcielibyśmy, żeby ten projekt uchwały reklamowej został uchwalony w jak najszybszym okresie, żeby jak najszybciej te przepisy mogły wejść w życie, natomiast to wszystko jest uzależnione od dalszych prac planistycznych, w tym zakresie od tego ile i jakie uwagi zostaną złożone do projektu tej uchwały, i w jaki sposób zostaną rozstrzygnięte, oraz też dużo zależy od stanowiska samej Rady Miasta Krakowa, bo to ona ostatecznie decyduje czy i w jakiej wersji ten projekt powinien zostać uchwalony, w jakim kierunku należy ewentualnie jeszcze wprowadzić jakieś zmiany. Ja powiem tak, jest założony ten okres 2-letni, czy to faktycznie będzie okres 2-letni, kiedy ostatecznie zaczną

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

obowiązywać postanowienia tej uchwały reklamowej i w jakiej wersji, to jest wszystko dopiero, bo nie chce powiedzieć, że na wczesnym etapie, bo ten etap jest dosyć zaawansowany, natomiast te rozwiązania to są pewne rozwiązania takie wyjściowe ja bym to tak nazwał i Państwo podczas tej dzisiejszej dyskusji, podczas etapu składania uwag, podczas dalszych prac nad tą uchwałą mogą ingerować czy proponować ustalenia zapisów. Natomiast, nie wiem, oddam głos koledze.

**Pracownia Prac Studialnych Biura Planowania Przestrzennego – p. T. Antosiewicz**

Ja jeszcze może tutaj uzupełnię słowa kolegi. Jeśli chodzi o te nośniki wielkoformatowe to nie jest na pewno tak, że my nie przewidzieliśmy tutaj lokalizacji, wręcz przeciwnie, mamy określony katalog nośników, które są przewidziane, wręcz sytuacja wygląda tak, że w stosunku do naszej propozycji, która była przekazana do opiniowania i uzgodnień, była opinia Wojewódzkiego Konserwatora, który wręcz uznał, że w jego opinii tych nośników przynajmniej na trasach wlotowych nie powinno być. My jednak tutaj mamy pewien zakres, w którym widzielibyśmy, że takie nośniki będą możliwe, że ich sytuowanie będzie dopuszczane, wręcz można powiedzieć, że jest to przeważająca część Krakowa, ponieważ ta ostatnia strefa, to warto podkreślić, ta V strefa, ona obejmuje ponad połowę miasta, więc tak naprawdę odpadają tereny przyrodnicze, gdzie trudno uznać, że są to właściwe miejsca do tego, żeby prezentować takie reklamy, które to zajmują ok. 40 %, natomiast w pozostałej części, w tych terenach w strefie V, także przy głównych ulicach mamy w ograniczonym zakresie, ale jednak dopuszczone różnego rodzaju nośniki wielkoformatowe.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Należy jeszcze... Jeżeli tylko jeszcze...

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Proszę o zwięzłość.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Tylko jedną rzecz chciałem powiedzieć. Tak jak mówię, my przygotowując ten projekt uchwały na ten etap konsultacji społecznych oparliśmy się w głównej mierze na oczekiwaniach mieszkańców, i oczekiwania mieszkańców są takie, że reklam jest za dużo, reklamy powinny zostać uporządkowane, reklamy powinny zostać ograniczone. I oczywiście, to jest kwestia oceny w jakim stopniu, w jakim zakresie, gdzie, natomiast to jest pewna propozycja, z którą my jako urzędnicy wychodzimy do mieszkańców i oczekujemy pewnego głosu zwrotnego, czy to jest projekt dobry, czy ten projekt zmierza w odpowiednim kierunku, czy Państwo mają jako mieszkańcy miasta inne oczekiwania i chcieliby, żeby ten projekt np. jeszcze bardziej stał się rygorystyczny, czy może bardziej został zliberalizowany.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Tutaj było zgłoszenie kolejne.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

**Gość III – p. /.../\***

Dzień dobry, /.../\*, firma Ströer. Przeszliśmy do szczegółów, ja bym chciała rozpocząć od tego wyłożenia, które Państwo na stronach przedstawiliście, formularza, który jest tam załączony, i uwagi, że niespełniające warunków uwagi nie będą rozpatrzone. Ponieważ ten formularz zawiera detaliczne dane ewidencyjne działek, czy oczekujecie Państwo, że my do całego obszaru miasta złożymy tysiące wniosków na pojedynczych formularzach, no to trochę zenujące.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

To znaczy, ja może od razu powiem. My oczekujemy pewnego stanowiska. Jeżeli to jest kwestia taka, że Państwo reprezentują jakiś podmiot, który zajmuje się reklamą czy główną jego formą działania jest reklamowanie innych podmiotów, to wystarczy, że ta uwaga będzie na tyle ogólna, ale żeby wskazywała co, czy czego Państwo oczekują. Jeżeli to jest kwestia, np. że chcieliby Państwo, żeby pewne nośniki reklamowe zostały dopuszczone o innych parametrach niż wskazane w projekcie uchwały to wystarczy taka ogólna uwaga, że chcemy, żeby zostały dopuszczone takie i takie.

**Gość III – p. /.../\***

Ja rozumiem, bo to tak we wszystkich miastach było, natomiast jakby ten sposób jaki został przedstawiony na stronach, no możemy oczywiście tysiącami formularzy zarzucić miasto, nie jest to problem, może czasowy i trochę finansowy, ale z drugiej strony też Państwu wprowadzający masę kłopotu. Natomiast chciałam powiedzieć tak, my jako firmy reklamy zewnętrznej oceniamy system, który Państwo tutaj wprowadzacie. Z przykrością stwierdzam, że raczej tego systemu nie widzę. Tutaj trudno mówić o detalach, natomiast zgadzam się tu z Panią, która reprezentowała Cityboard, Rada Miasta nie ma kompetencji do wycofania z obiegu prawnego prawomocnych decyzji pozwolenia na budowę. Natomiast chciałabym zadać inne pytanie. 11 sierpnia pojawił się pierwszy wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego odnośnie uchwały w Łodzi, która to uchwała została unieważniona, ten wyrok nie jest oczywiście prawomocny, natomiast wskazuje jednoznacznie jakie wady miała uchwała w Łodzi. Powiem szczerze, wszystkie uchwały, które pojawiły się na terenie Polski, zawierają te wady uchwały łódzkiej dot. braku wskazania dostosowania, pojawia się wszędzie magiczne słowo „dostosowanie”, natomiast jak to mają zrobić i przedsiębiorcy tacy jak nasza firma, i wszyscy ci, którzy będą musieli zmienić swoje szyldy, to tego wskazania nie ma, no i również sąd wskazał na przekroczenie upoważnień ustawowych i naruszenie zasad technik prawodawczych. Jak Państwo oceniacie swój projekt uchwały w odniesieniu do tych nieprawomocnych jeszcze, nieprawomocnego orzeczenia, ale jednak pierwszego, które się pojawiło?

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy za głos w dyskusji.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Jesteśmy bardzo zadowoleni, że z projektem, akurat tak się złożyło, że nasz projekt jest wykładany właśnie w momencie, kiedy zapadły pierwsze nieprawomocne orzeczenie dotyczące uchwały krajobrazowej z Łodzi. To jest tak, że ustawa, czy ta, która zmieniała ustawę o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w zakresie wprowadzenia tych przepisów dot. możliwości podjęcia przez Radę Gminy uchwały krajobrazowej, w ocenie części prawników jest ustawa taką dosyć nieprecyzyjną czy trudną w zastosowaniu, w związku z tym takie orzeczenie, które zapadło Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi daje pewne wytyczne i my na pewno z tych wytycznych będziemy korzystać w trakcie czy to rozpatrywania uwag, które zostaną złożone do projektu uchwały, czy też na dalszym etapie prac. I zdaję sobie sprawę z tego, bo z tego co ja kojarzę to uzasadnienie do tego wyroku zostało dzisiaj opublikowane i my go jeszcze tak szczegółowo nie przeanalizowaliśmy, natomiast w momencie, kiedy to orzeczenie zapadło, to były takie informacje prasowe mniej więcej, które części w ocenie sądu zostały wadliwie przygotowane, czy wadliwie zostały opracowane, i postaramy się uniknąć tych niedociągnięć, które były po stronie Miasta Łodzi. Natomiast to jest też tak, że jak sama Pani wskazała, ten wyrok jest wyrokiem nieprawomocnym, trudno nam przewidzieć jak do tego zagadnienia podejdzie Miasto Łódź, czy będzie składało skargę kasacyjną, natomiast tak jak mówię, to jest pewna taka wytyczna jak należy stosować przepisy w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, które mają nam umożliwić sporządzenie prawidłowego, zgodnego z przepisami prawa projektu uchwały, i my na pewno będziemy się w jak największym stopniu starali uzgodnić te wytyczne, które w tym wyroku zostały wskazane przez Sąd Administracyjny.

Jeszcze jedną mam taką kwestię odnośnie tego pozwolenia na budowę, że Rada Miasta Krakowa nie ma uprawnień do tego, żeby podważać wydane pozwolenie na budowę. Oczywiście, Rada Miasta Krakowa nie ma uprawnień do tego, żeby podważać decyzje administracyjną i ją w jakiś sposób negocjować, natomiast przepis prawa mówi wyraźnie, że nośniki reklamowe, które nie spełniają wymogów określonych w uchwale krajobrazowej, muszą zostać do tej uchwały dostosowane. W niektórych przypadkach to będzie oznaczało, że powinny zostać niewykorzystywane na cele reklamowe, bo to, że stoi fundament itd., to tego... Natomiast oczywiście, można mówić, że to jest bez sensu itd., ale to jest pewne rozwiązanie, które przewidział ustawodawca, i nawet jeżeli my oceniamy je w kategoriach lepsze, gorsze, to możemy takie określić działania w projekcie uchwały, do których mamy kompetencje na podstawie przepisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję. Mamy kolejne zgłoszenia.

**Gość IV – p. /.../\***

/.../\*, Ogólnopolska Izba Gospodarcza Reklamy Wielkoformatowej. Ja wrócę do tego pytania o dostosowanie, bo jakby w mojej ocenie jak Państwa słucham, tzn. usuniecie, i czy to prawda? A drugie, czy zrobiliście analizę tego co będzie musiało być dostosowane, czytaj

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

usunięte, po wprowadzeniu Waszej uchwały miejskiej? Dlatego mówię, że usunięte, bo jednak będzie to bardzo duża zmiana do tego co jest w stanie obecnym.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję. Pozwólmy odpowiedzieć stronie.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ja myślę, że to będzie ogromna zmiana w stosunku do tego co jest w stanie istniejącym, dlatego że takie były założenia, które nam przyświecały przy sporządzeniu tego projektu, że większość reklam, które funkcjonują w dniu dzisiejszym w obszarze miasta zostanie bądź usunięta, bo są takim typem reklamy, którego nasz projekt uchwały w ogóle nie dopuszcza do funkcjonowania w obszarze miasta- to po pierwsze, a po drugie, te, które mogą zostać, będą musiały zostać w jakiś sposób ograniczone czy to gabarytowo, czy to w zakresie ilości dotyczące podmiotu, który jest reklamowany na tej reklamie, i takie było od początku założenie przy sporządzaniu projektu tej uchwały. Zdajemy sobie sprawę, że to może oznaczać, że 95 % przykładowo reklam zostanie usuniętych. I teraz druga rzecz jest taka, o czym już wspominałem wcześniej, że w projekcie uchwały zaproponowaliśmy okres przejściowy ten 2-letni, w którym te reklamy, czy właściciele takich nośników reklamowych będą mieli czas na to, żeby je usunąć, jeżeli będą niezgodne z projektem uchwały, a wtedy już z uchwałą, bądź będą musiały zostać dostosowane. Przykładowo, jeżeli sztyld ktoś ma, funkcjonuje w budynku i prowadzi jakąś działalność gospodarczą, i ma sztyld o parametrach, które są niezgodne z ustaleniami uchwały, to będzie musiał ten sztyld wymienić na taki, który spełnia warunki uchwały.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Mamy kolejne zgłoszenia, pozwólmy Państwu.

**Gość V – p. /.../\***

/.../\*, Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej. Ja mam dwie kwestie. Znacząca jedna dotyczy tego pytania, które zadała moja koleżanka /.../\*, tzn. zgłaszania uwag. I teraz jest tak, że w tych dokumentach, które są dostępne na stronie, jak również te dokumenty, które są niedostępne na stronie, ale są dostępne w inny sposób, znacząca jest wyraźnie powiedziane, że tak powiem, że uwagi należy zgłaszać na konkretnym formularzu, który odnosi się do konkretnego adresu, oznaczenia nieruchomości i konkretnej uwagi. Następnie w ogłoszeniu Pana Prezydenta Miasta Krakowa z dn. 11 sierpnia 2017 r. jest napisane, że pisma niespełniające powyżej wskazanych warunków pozostawi się bez rozpatrzenia, w związku z tym moje pytanie: w jaki sposób Pani Prezydent zadecyduje czy ta uwaga może być rozpatrzona, czy nie? – to jest pierwsze pytanie.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dobrze. Pozwólmy odpowiedzieć, bo to jest dość istotna sprawa, już drugi raz nam się pojawia, czyli jakbyśmy mogli wyjaśnić formalnie.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ja powiem bardzo krótko. Kwestią formalną jest, która przy wszystkich, czy to jest ta uchwała, czy przy uchwałach, które są związane ze sporządzaniem planów miejscowych, kwestią, która determinuje czy dane pismo zostanie rozpoznane jako uwaga, jest kwestia terminu, zachowania tego terminu. Te pisma, które zostaną skierowane do Biura Planowania Przestrzennego czy na adres Urzędu po tym terminie, który jest wskazany w ogłoszeniu, w obwieszczeniu Pana Prezydenta, nie zostaną potraktowane jako uwagi do projektu tej uchwały, natomiast wszystkie inne, w których będzie wskazane, że ktoś się nie zgadza z ustaleniami projektu tej uchwały w jakimkolwiek zakresie, będą traktowane jako uwagi, bo tak zawsze postępujemy w każdym postępowaniu planistycznym. Wychodzimy naprzeciw pewnym oczekiwaniom mieszkańców, którzy nie każdy z nich ma możliwość skorzystania czy wydrukowania tego formularza, który tam został zaproponowany, natomiast jeżeli tylko w treści pisma zostanie zawarta adnotacja kto składa tą uwagę, to, to pismo zostanie skierowane w terminie wskazanym w ogłoszeniu, w obwieszczeniu Prezydenta Miasta Krakowa do Urzędu Miasta Krakowa, i będzie napisane, że kwestionuje któreś tam ustalenia z projektu, to na pewno takie pismo zostanie rozpoznane jako uwaga i zostanie rozpatrzone przez Prezydenta Miasta Krakowa.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Myślę, że... Jeszcze tak tylko tutaj podsumowując, rozumiem, że wszystkie głosy, które do Państwa spłyną do momentu trwania wyłożenia, jak również później konsultacji, będą brane pod uwagę jako głos w dyskusji, jako uwaga, i nie muszą być na tym formularzu, tak? Czyli i zarówno forma elektroniczna, jak i papierowa, czy tylko forma papierowa, bo tu też były takie pytania wcześniej.

**Gość V – p. /.../\***

Drugie pytanie, to formuła jest różna, bo jest i papierowa itd.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Czyli możemy i elektronicznie, i papierowo.

**Gość V – p. /.../\***

Ale biorę Pana za słowo oczywiście, znaczy zostały powiedziane publicznie, jest ok. Drugie pytanie. Znaczą jesteśmy smart, to znaczą idziemy w kierunku nowoczesnej technologii, Kraków też jest smart, wprowadza różnego rodzaju unowocześnień, planuje szybki tramwaj, być może metro itd., natomiast zakazuje nowoczesnych technologii. Już nie chcę wchodzić w kwestie szczegółowe, ponieważ dzisiejsze nowoczesne technologie są zupełnie różne od tych, które my znamy. Państwo we wszystkich obszarach wpisują, że grany LED i LCD są generalnie niepożądane. No to ja mam pytanie, a co z ekranami TSD Z200? Czy one będą dopuszczone? Dziękuję.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Generalna zasada w postępowaniach administracyjnych przy tworzeniu przepisów administracyjnych jest niestety taka, że nie obowiązuje tutaj ta cywilistyczna zasada, że co nie jest zakazane, jest dozwolone. Jeżeli mamy do czynienia z przepisami prawa administracyjnego to jest tak, że umieszczanie, w kontekście naszej uchwały, to umieszczanie nośników reklamowych konkretnego rodzaju jest dopuszczone, o ile projekt uchwały to przewiduje. Jeżeli uchwała danego nośnika reklamowego nie będzie przewidywała, takiego nośnika nie można umieszczać, w związku z tym, jeżeli ten zapis, bo tam z tego co kojarzę to jest tak troszeczkę liberalnie napisane. Przykładowy taki zapis jest, że zakazuje się reklam w jaskrawej kolorystyce lub z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych lub emitujących światło o zmieniającym się natężeniu, błyskowe lub pulsujące, w szczególności telebimów, ekranów, LED, LCD itp. Czyli to jest pewien taki charakter...

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Przepraszam, dajmy...

**Gość V – p. /.../\***

Wejść w słowo, to jest bardzo ważne. Znaczący dosłownie Pan to przeczytał, znaczący diabeł tkwi w szczegółach. Czym jest itp.? Co to znaczy itp., i tym podobne? To znaczy jakie konkretnie? To znaczy, jeżeli w przyszłym roku zostanie wymyślony szczególny, nie wiem, czysto krystaliczny ekran, który będzie wyświetlać takie a nie inne obrazy nieruchome, tzn. on będzie zakazany, czy nie? Dlatego, że my zgłosimy, nie wiem, za 4 lata możliwość montażu takiego ekranu, a Państwo powiedzą: nie, bo on podlega pod itp. No nie może być takiego prawa proszę Pana, które nie jest konkretne, bo jeżeli powiemy itp., to za chwilę będziemy mogli zakazać wszystkiego.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Czyli ja rozumiem, że Pana taka sugestia, wniosek o doprecyzowanie, uszczegółowienie tego zapisu. Konkretny zapis mówiący o tym co może być. Rozumiem, że Pan ad vocem chciał tutaj jeszcze...

**Gość VI – p. /.../\***

/.../\*, właściciel firmy City. Mam jakby trzy, bo ja jestem przedsiębiorcą i też pracodawcą. Jestem z Krakowa. A teraz co stanie, czyli Tauron Arena to jest nośnik reklamowy, czy nie? Pytam o to też.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

To jakby podsumowując te dwa pytania. Projekt przepisu zakłada, że to są wszystkie reklamy o jaskrawej kolorystyce lub wykorzystujące projekcje świetlne, lub takie reklamy, które emitują światło o zmieniającym się natężeniu, w związku z tym każdy taki nośnik, i tu potem

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

są, każdy taki emiter, no nie wiem jak to ładniej nazwać, który spełnia ten warunek, czyli działa w sposób taki, że wykorzystuje projekcje świetlne, albo emituje światło, i będzie zakazany, jeżeli taki projekt uchwały zostanie przyjęty. Jeżeli chodzi o Tauron Arenę, ten zestaw ledowy, który jest zamontowany na elewacji Tauron Areny, również jest takim nośnikiem, który będzie zakazany, jeżeli projekt uchwały w takiej formie zostanie zaakceptowany przez Radę Miasta Krakowa.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Widzę Pana zgłoszenie, ale mieliśmy jeszcze tu wcześniej zgłoszenie, więc ja pozwolę sobie tu precyzyjnie. Proszę.

**Gość VII – p. /.../\***

Dzień dobry Państwu. /.../\*, ja reprezentuję Ogólnopolską Izbę Gospodarczą Reklamy Wielkoformatowej. Mam dwa pytania, jedno bardziej ogólnej natury: czy mając na względzie wyrok Sądu Administracyjnego w Łodzi i wyraźny zapis ustawy dotyczący tego, że mają wprowadzone w krajobrazowej warunki dostosowania tych istniejących urządzeń do zapisu uchwały, Państwo planujecie jakby zadość uczynić tym wymogom, i czy uchwała zostanie uzupełniona o takie zapisy, które wyraźnie te warunki określą, tak, żeby adresat uchwały, czy to przedsiębiorca, czy to właściciel nieruchomości, na podstawie tejże uchwały, na podstawie samej lektury mógł stwierdzić i być pewien swojej sytuacji, czy on ma się dostosować, w jakiś sposób ma się dostosować, czy może ma się dostosować nie on, a właściciel np. nośnika sąsiedniego czy nieruchomości sąsiedniej. I drugie moje pytanie dotyczy konkretnych zapisów odnośnie reklam wielkoformatowych, dlatego że zapisy projektu w obecnym kształcie właściwie wyłączały możliwość sytuowania nośników wielkoformatowych na budynkach. Czy Państwo przygotowując te przepisy brali pod uwagę konsekwencje i podłoże ekonomiczne, jakie to będzie miało dla przedsiębiorców, i to nie tylko z branży reklamowej, ale również współpracujących z nimi np. firm, które zajmują się obsługą nośników, które nie będą mogły wykonywać swojej działalności? Po drugie, czy Państwo brali pod uwagę to, że reklama wielkoformatowa jest istotnym źródłem dla właścicieli nieruchomości do pozyskiwania środków na finansowanie remontów, czyli w zasadzie tutaj w celu zbieżnym z samą ustawą krajobrazową, gdzie jest to podstawowy cel ustawy krajobrazowej. I czy Państwo nie uważają, że obecność profesjonalnie przygotowanej reklamy wielkoformatowej, estetycznej, na takich obiektach jak pustostany, jakieś obiekty, które znajdują się od wielu lat w budowie czy obiektach zdewastowanych, w zasadzie nie przyczynia się do poprawy wyglądu przestrzeni publicznej? I jeszcze jedno pytanie mam dotyczące samego postanowienia, które się pojawia we wszystkich strefach krajobrazowych, które dopuszcza możliwość sytuowania reklam na rusztowaniach budowlanych, jakie jest podłoże właściwie zapisów w takim kształcie? Dlatego, że Państwo tutaj wprowadzili zapis, gdzie będzie możliwe sytuowanie takiego nośnika raz na 7 lat na okres 12 miesięcy, i tu chciałem zapytać, w zasadzie jakie jest podłoże, czy to jest jakaś analiza, że dlaczego akurat 12 miesięcy a nie więcej? Czy to jest uzasadnione jakby długością remontu czy możliwością pozyskania w ten sposób środków na remont? I również czy Państwo brali pod uwagę czy w ogóle takie postanowienie będzie wykonalne, czy ono będzie sensowne, dlatego że jest tutaj zapis, raz, że tu będzie można robić raz na 7 lat, dwa, że powierzchnia reklamy to może być tylko 50 %

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

powierzchni rusztowania, i trzy, że może to być wyłącznie reklama nieoświetlona. Tutaj w zasadzie mamy dzisiaj już wrzesień, gdzie o tej godzinie, gdzie jest debata robi się ciemno, więc ten okres ekspozycji jakby efektywnej takiej reklamy będzie minimalny, no można założyć, że to w ogóle będzie dla przedsiębiorców z branży reklamowej...

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ja przepraszam, że Panu wejść w słowo, ale zapadło nam już tutaj kilka pytań i ja też muszę czuwać nad tym, żeby Państwo mieli możliwość udzielania odpowiedzi, więc może na razie zrobimy przerwę, bo pojawiło się parę wątków. Mamy wątki dotyczące dostosowania, wątek też ekonomiczny, w ogóle jakby reklamy wielkoformatowej, i teraz mamy ostatni poruszony, czyli możliwość wieszania reklam na powierzchniach w trakcie remontów, tak, na kamienicach czy na innych obiektach, rusztowaniach.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Jakby odpowiadając po kolei na te pytania, które Pan zadał, chciałbym pierwszą rzecz powiedzieć. Wyrok sądu w Łodzi z obrad bodajże 11 sierpnia, natomiast tak jak mówiłem, uzasadnienie pisane do tego wyroku zostało opublikowane dzisiaj na stronach Naczelnego Sądu Administracyjnego, na którym są publikowane te wyroki, w związku z tym trudno nam było przewidzieć na etapie przygotowania tego projektu pewne rzeczy, które wskazał Sąd Administracyjny w Łodzi, i które w jakimś zakresie my powinniśmy też zastosować w naszej uchwale. My przeanalizujemy na dalszych etapach prac szczegółowo ten wyrok, i tak jak już wspominałem wcześniej, w momencie rozpatrywania uwag złożonych do tego projektu postaramy się w jak największym zakresie uwzględnić te wytyczne Sądu Administracyjnego, które wskazują rzeczywiście na pewne niedociągnięcia czy nieścisłości, czy pewną wadliwość uchwały krajobrazowej, którą przygotowało Miasto Łódź – to po pierwsze. W związku z tym, tak jak mówię, jeżeli zostaną złożone uwagi, póki co, z tego co koledzy mówili, to są 3 uwagi złożone do projektu tej uchwały, to te uwagi wszystkie zostaną rzetelnie przeanalizowane i nie tylko pod kątem tego czy pewne rzeczy wprowadzamy, czy nie wprowadzamy, ale pod kątem tych postulatów, tych wytycznych, które wskazał Wojewódzki Sąd Administracyjny, wyroku odnoszącym się do uchwały krajobrazowej w Łodzi. Po drugie, o czym też tak jakby powiedziałem wcześniej, projekt ten, który dzisiaj Państwu prezentujemy, czy z którym można się zapoznać, to jest projekt, którego źródłem są pewne oczekiwania mieszkańców. Mieszkańcy generalnie, gremialnie, wskazali w ankietach czy w tych konsultacjach, które były prowadzone wcześniej, że nie chcą reklam, że reklam jest za dużo, że reklamy nie powinny w taki sposób dominować przestrzeni miasta, natomiast to jest taki moment, kiedy się taką ankietę wypełnia, to jest taki bardzo bym powiedział subiektywny, każdy chce zrobić jak najlepiej, natomiast kiedy przychodzi moment zastanowienia się jakie to będzie miało przełożenie dla mnie, czy ustalenia tego projektu są dobre czy są nie dobre, to wtedy te stanowisko może się zmienić, i dlatego my zgodnie z oczekiwaniami mieszkańców przygotowaliśmy taki projekt, który jest bardzo restrykcyjny, i teraz go poddajemy konsultacją po to, żeby mieszkańcy się wypowiedzieli, bo teraz jest ten moment, jest wskazany podział miasta na pewne strefy, jakie obiekty, urządzenia reklamowe mogą w tych strefach funkcjonować, i teraz ja jako mieszkaniec miasta mam możliwość przeanalizowania czy założenia tego projektu są słuszne, czy może nie, czy reklama, która funkcjonuje na moim

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

budynku, czy na budynku, którego jestem współwłaścicielem, billboard, baner, czy jakakolwiek inna reklama, i jej funkcjonowanie, jak to się będzie miało, kiedy wejdą w życie postanowienia tej uchwały. I to jest ten moment, kiedy mieszkańcy, kiedy każdy z nas ma możliwość zastanowienia się i wskazania pewnych wytycznych dla nas jako urzędników, w którym kierunku to ma zmierzać. Jeżeli projekt w takiej wersji w jakiej dzisiaj go Państwu pokazujemy zostanie zaakceptowany przez mieszkańców, bo mieszkańcy nie będą kwestionować jego ustaleń, to należy oczekiwać, że to jest wola mieszkańców i oni tą sprawę sobie przeanalizowali. Nie są zainteresowani wolą, żeby, nie wiem, czynsz był większy itd., niż żeby był zmniejszany o tą kwotę, którą uzyskuje wspólnota czy właściciel nieruchomości z tego tytułu, że na jego obiekcie znajduje się dany typ reklamy, i po tą są właśnie prowadzone te konsultacje, po to jest wykładany projekt tej uchwały, żeby mieszkańcy takie głosy mogli wyrazić, i żebyśmy mogli ocenić jaki jest charakter, czy tutaj jest tak, że dany typ reklamy został źle jakby zidentyfikowany w naszym projekcie uchwały w ten sposób, że dany nośnik reklamowy wprowadziliśmy do takiej strefy, a mieszkańcy mają oczekiwania inne, że chcieliby, żeby ten nośnik funkcjonował w innej strefie, a w ich strefie takiego nośnika nie było, czy wręcz inne. Po to tak jak mówię są te konsultacje i oczekujemy właśnie tego, żeby mieszkańcy się wypowiedzieli i wskazali jakie są ich oczekiwania co do dalszego toku procedowania tej uchwały. Ja powiem tak, że kwestie tego czy te obiekty budowlane, które tutaj zostały wskazane, że one są w takim nieodpowiednim stanie technicznym, czy to, że one są przykryte czy obudowane nośnikami reklamowymi, i wtedy ładniej wyglądają w przestrzeni, czy lepiej wygląda taka ruina wyglądająca w przestrzeni, to oczywiście to jest kwestia oceny, i każdy inaczej do tego zagadnienia będzie podchodził. Natomiast, no tak jak mówię, zaproponowaliśmy pewien projekt, oczekujemy, że mieszkańcy poprzez złożenie uwag do tego projektu wskażą w jakim kierunku powinny iść dalsze prace nad tym projektem.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Ja rozumiem, że to w pewien sposób wyczerpuje jakby też trochę tą odpowiedź, bo to jest ten czas dla Państwa, że Państwo możecie zgłaszać właśnie poprzez czy maile, czy pisma do Biura Planowania. Ja widzę, że Pan tu się jeszcze wrywa. Ja przepraszam, ale mam kolejne już 4 zgłoszenia, więc ja... Chyba że to tak króciutko, bo jeżeli nowy duży watek to ja bym do Pana później wróciła.

**Gość VII – p. /.../\***

Czyli mam rozumieć tą odpowiedź, jeśli chodzi o to pytanie moje szczegółowe, że w zasadzie te propozycje Państwa nie zostały jakby poparte jakimiś konkretnymi badaniami, wyliczeniami, czyli zostało to tak po prostu zaproponowane na zasadzie, że Państwo coś zaproponują, a my będziemy się do tego odnosić. Tu chodzi mi o te konkretne właśnie liczby, czyli 12 miesięcy, 7 lat, 50 %.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Chodzi o tą reklamę na rusztowaniach, prawda?

**Gość VII – p. /.../\***

Tak, o reklamę na rusztowaniach, czy była jakaś głębsza analiza tego tematu.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

W tym przypadku akurat mieliśmy głębszą analizę, bo oczekiwania mieszkańców były takie, żeby te reklamy zniknęły w ogóle z przestrzeni miasta, natomiast zdajemy sobie z tego sprawę, że to jest jakaś pomoc dla mieszkańców, dla właścicieli właściwie może w głównej mierze nieruchomości, którzy mając obiekty zabytkowe, i nie tylko, korzystają z tego, że taka reklama na ich obiektach, na rusztowaniach stojących przy tych obiektach zostaje umieszczona i w związku z tym ona jest wsparciem dla ich działań inwestycyjnych. Natomiast wprowadziliśmy rok z tego względu, że funkcjonują w przestrzeni miasta takie reklamy, banery, które teoretycznie, w momencie, kiedy były zgłaszane do Wydziału Architektury, że taka reklama zostanie zamontowana na rusztowaniach, też miał być to okres tymczasowy, na czas prowadzonych robót budowlanych, natomiast każdy z nas zna takie przypadki w mieście, gdzie ta reklama funkcjonuje jako reklama stała, oczywiście zmienia się tam przedmiot, który jest reklamowany, natomiast sama siatka czy sam baner, czy sam inny materiał, z którego jest ta reklama wykonana funkcjonuje cały czas jako obiekt stały przestrzeni, i żeby przeciwdziałać takiemu działaniu właścicieli nieruchomości, jest zaproponowany okres roczny z taką karencją, że co 7 lat, no liczymy też, że cena takiej ekspozycji takiej reklamy, jeżeli zostanie ograniczona możliwość funkcjonowania takich reklam w przestrzeni miasta, że będzie inna, i że w jakiś sposób to skalkuluje koszty funkcjonowania dla właścicieli nieruchomości.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo. Przekazuję głos tutaj Panom, bo były zgłoszenia.

**Gość VIII – p. /.../\***

Dzień dobry. /.../\*, współwłaściciel firmy City z Krakowa. Ja mam pytanie, bo Państwo się ciągle powołujecie na konsultacje społeczne, które odbywały się w zeszłym roku. Ja mam takie pytanie, bo tutaj mówimy o tym, że mieszkańcy już bardzo szczegółowo podnosili pewne kwestie, tak, chciałbym dowiedzieć się, albo żeby Państwo przypomnieli ile było złożonych ankiet w zeszłym roku, takich, w których mieszkańcy się wypowiedzieli, i ile w tych ankietach mieszkańcy wskazali, że nie chcą reklamy LED i LCD, czy to było w jakiś sposób jasno i precyzyjnie wyartykułowane, jak również ile z mieszkańców nie chce reklamy wielkoformatowej, i ile mieszkańców, którzy nie chcą reklamy wielkoformatowej, np. nie życzy sobie, żeby to były reklamy oświetlone. Z czego wynika Państwa jak gdyby tutaj analiza, bo rozumiem, że cały czas przyświeca nam taki cel nadrzędny, czyli to w jaki duchu wypowiadali się mieszkańcy i czego jak gdyby oczekują.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo za ten głos. Czy jesteśmy w stanie udzielić odpowiedzi?

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

To znaczy tak, z tych danych, które tutaj koledzy mi pokazują, w okresie od 7 września do 4 października 2015 r. była możliwość wypełnienia takiej anonimowej ankiety – tą ankietę wypełniło 5 525 osób, natomiast w okresie od 9 maja do 24 czerwca 2016 r., kiedy była

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

pokazywana czy prezentowana mieszkańcom koncepcja jak ma wyglądać uchwała krajobrazowa, to wtedy taką ankietę wypełniło 3 786 osób, bo tyle ankiet wpłynęło do Urzędu. Oczywiście, że mieszkańców w Krakowie, możemy powiedzieć, że tych, którzy są zidentyfikowani, bo zostali zameldowani czy jest ten obowiązek meldunkowy jest 700 tys. z kawałkiem, natomiast faktycznych użytkowników miasta, którzy mieszkają a nie są ewidencjonowali to będzie ok. miliona, natomiast...

**Głos z sali**

(...)

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Bardzo Panią proszę, ponieważ mamy też jednak tutaj taką zgłaszania się, proszę o cierpliwość, podniesienie ręki.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

I wracając do tych ankiet, to tutaj na tych wykresach zostały wskazane procentowe odpowiedzi. Oczywiście to są wybrane, przykładowe, bo nie mamy tu przy sobie takich materiałów, które pokazują jak rozpiętość tych głosów przekładała się na poszczególne pytania. Oczywiście, to są wybrane pewne zagadnienia, natomiast jest pewien dominujący, czy wtedy wskazywał na pewien dominujący trend, czy ta koncepcja, która wtedy została zaprezentowana w 2016 r. mieszkańcom, ona w większości została zaakceptowana jako koncepcja pozytywna, dobra, czy też jeżeli chodzi o takie bardziej ogólne, to mieszkańcy też wypowiedzieli się, żeby tą kwestię reklam uporządkować.

**Gość VIII – p. /.../\***

Tak, ale ja nie otrzymałem odpowiedzi na swoje pytanie, tak, bo ja prosiłem o to, żeby Państwo podali, bo tutaj mamy już jakieś rozwiązanie szczegółowe. Rozumiem, że gdzieś powinna być liczba w przypadku tych nowych technologii cyfrowych, które są w tej chwili powiedzmy w medium reklamy zewnętrznej, są najbardziej dynamicznie na świecie rozwijającą się technologią, tak dwucyfrowo, to wynika jak gdyby z charakteru naszych społeczeństw i tego jakim jesteśmy, jaka część z tych respondowanych wyraźnie wypowiedziała się na temat tego, że tego typu technologie cyfrowe mają być zakazane, tak, czy sobie ich nie życzą, bo rozumiem, że zakazujemy ich dlatego, że mamy jakiś wymierny głos, z którego wynika, że mieszkańcy sobie ich nie życzą, więc chciałem prosić o taką odpowiedź precyzyjną.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Nie było takiego precyzyjnego pytania, które by wskazywało, że konkretny sposób reklamowania z wykorzystaniem nowoczesnych technologii jest w ocenie dobry lub nie dobry mieszkańców, takiego pytania konkretnego nie było.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo. Kolejne zgłoszenie tutaj od Pana.

**Gość IX – p. /.../\***

Dzień dobry. Nazywam się /.../\*, jestem radcą prawnym, w zasadzie poruszę kwestie prawne, typowe. Ja wszystkich Państwa podziwiam, naprawdę, za przeczytanie tej uchwały, dlatego że przeczytanie tej uchwały wymaga, po pierwsze, czasu, skupienia i próby zrozumienia tego co zostało w tej uchwale napisane. Proszę mi wybaczyć, szczególnie Pani Dyrektor, ale ta uchwała jest napisana w sposób absolutnie fatalny, bardzo się ją źle czyta, w ogóle...

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Rozumiem, że to jest Pana subiektywna ocena, ma Pan oczywiście do niej prawo.

**Gość IX – p. /.../\***

Nie. Ale ja bardzo Panią proszę, bo Pani jest tylko moderatorem...

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Oczywiście.

**Gość IX – p. /.../\***

W związku z tym ja mogę się wypowiadać nawet w sposób bardziej zdecydowany, i wydaje mi się, że zasady moderacji nie polegają na tym, aby, że tak powiem przywoływać mnie do porządku.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ja Panu pozwolę oczywiście dalej kontynuować, nie mniej jednak troszkę na tym też zasady moje polegają, że muszę Państwa trochę tutaj, jedną i drugą stronę, proszę o tym pamiętać, ja nie jestem tutaj po niczyjej stronie.

**Gość IX – p. /.../\***

Jest to dokument legislacyjny, jest przygotowany po prostu źle. W momencie, kiedy się go czyta ma się wrażenie, że został napisany przynajmniej przez kilka osób, bo każda z ich części napisana jest w inny sposób. Wypadałoby ten dokument mocno prawnie ujednolicić – to pierwsza moja taka podstawowa uwaga. Dlaczego podziwiam? Dlatego, że wiele rzeczy, które zostało w tym dokumencie opisanych, zostało to zrobione w sposób absolutnie nieprecyzyjny, i te wszystkie uwagi, które m.in. tutaj się pojawiają, są przykładem na tą złą legislację. Tutaj już Pan wspominał chociażby zapis pt.:”itp.”, który, no proszę wybaczyć, ale w żadnym dokumencie prawnym nie powinien się pojawić. Ja nie znam takiej uchwały, ani nie znam takiej ustawy w Polsce, która posługiwałaby się takim właśnie stwierdzeniem pt.:”itp.”. I teraz, skąd to wynika? Proszę Państwa, jeśli ta uchwała jest procedowana w myśl ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym to z punktu widzenia systemowego ona ingeruje w prawo własności. Jeżeli ingeruje w prawo własności to powinny wszystkie sformułowania, które tak jak Pan tutaj przed chwilą wskazał, mające szczególnie charakter

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

czysto restrykcyjny, być niezwykle precyzyjnie określone. Nie może być wprowadzanie takich określeń, które prowadzą do kompletnej oceny, teraz pytanie tylko kogo i przez kogo stosowane, i dowolności interpretacji, bo chociażby tutaj, zacytuję, żeby nie być gołosłownym. Co to znaczy duża wytrzymałość mechaniczna? Albo co to jest wysoka odporność na dewastację? Państwo używacie tego rodzaju pojęć. To są tak szerokie pojęcia, z których nic kompletnie nie wynika. Państwo wprowadzacie pewne pojęcia, które nie występują w ogóle w żadnych przepisach prawa, ale definiujecie je w taki sposób, że trudno znowu je ocenić, pozostawiając to jak rozumem urzędnikowi, co z punktu widzenia prawnego w przypadku ingerencji w prawo własności jest absolutnie niedopuszczalne. Pewne pojęcia Państwo również mylicie, ale również wprowadzacie Państwo pewne zapisy, które są same w sobie sprzeczne. W jednym z punktów Państwo nakazujecie dopuszczenie czegoś, nie wiadomo o co chodzi. To jest cytat wprost – Państwo nakazujecie dopuszczenie. Ja rozumiem, że Państwo posługujecie się pewnymi kalkami z uchwał o planach miejscowych, bo w ten sposób najczęściej to zapisujecie, ale to nie jest tego typu uchwała, to trzeba po prostu na to spojrzeć. Państwo tutaj podnosicie, że ta uchwała w bardzo mocny sposób uderzy w działalność gospodarczą w zakresie reklam, ale jak rozumem uderza także w miasto, bo miasto, tak jak już Pan przyznał, nie będzie wyłączało ekran na Tauron Arenie wart 20 mln zł, jak rozumiem te pieniądze zostały wydane z budżetu miasta nie wiadomo po co, na co, i dlaczego. Oczywiście to uderza także w tych, którzy tego rodzaju ekrany również mają, przynajmniej rozumiem, że po równo, ale z drugiej strony, miasto ma z tej uchwały w stosunku do pozostałych jednostek, czy pozostałych graczy na terenie, że tak powiem reklamy, no istotny plus i profity. Może te reklamy, jeśli tylko w jakikolwiek sposób są powiązane z patronatem miasta ustawiać gdzie chce jak chce, wszystko jedno. I pytanie jest moje takie: co to ma wspólnego w takim razie z ideą uchwały krajobrazowej i porządkowaniem tego krajobrazu, jeśli miasto ma prawo w sposób absolutnie dowolny stawiać reklamę? Przykład tego jak to w tej chwili wygląda, i jak rozumiem może wyglądać w przyszłości, mamy w tej chwili. Słynne cube`y, które Państwo na pewno znacie, jeżeli Państwo, Ci, którzy nie wiedzą co to jest cube, to wyjaśniam, takie wysokie urządzenie reklamowe, które najczęściej stoi w pasach drogowych, najczęściej w al. Trzech Wieszców zresztą, i generalnie zasłania albo widok na Bibliotekę Jagiellońską na przykład, albo na Herbewo, albo, uwaga, bo to jest fantastyczny przykład, obecnie cube stoi sobie pod Wawelem, dokładnie przykrywając mury Wawelu od strony Św. Gertrudy, to zgodnie z tą uchwałą jest dopuszczalne, więc pytanie dosyć podstawowe: jak godzić państwa założenia dotyczące uporządkowania kwestii reklam w mieście i wyeliminowania wszystkich reklam de facto, z dopuszczeniem do tego, by stawiać jak się chce, gdzie się chce, byle by tylko pod patronatem Miasta Krakowa? Bo te cube`y zazwyczaj dotyczą różnych dziwnych rzeczy, np. kongresu jakiegoś pana należącego do określonej partii politycznej.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo.

**Gość IX – p. /.../\***

Nie, nie.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Jeszcze jedno pytanie, tak? Mieliśmy już opinie, pytanie, i jeszcze jedno pytanie.

**Gość IX – p. /.../\***

Czy Państwo analizowali skutki przyjęcia tej uchwały dla wszystkich reklam, tzn. ile procentowo tych reklam de facto zniknie z Krakowa? – to jest po pierwsze. Po drugie...

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Już było to pytanie, pojawiło nam się.

**Gość IX – p. /.../\***

Ale powtórzę uparcie, ponieważ Państwo się uchylacie od odpowiedzi na to pytanie, a to też ma jakieś przełożenie na efektywność tej uchwały jak rozumiem, którą Państwo sobie założyliście. Po drugie, chciałem zapytać czy państwo analizowali również wpływ zapisów tej uchwały na niektóre, jakby to powiedzieć, elementy krajobrazów w Krakowie, które w pewien sposób już w tym Krakowie istnieją, i które mają może czasami znaczenie historyczne, a czasami znaczenie, jakby to powiedzieć, no krajobrazowe rzeczywiście. Do czego pije? Otóż Państwo wprowadzili taki zapis w uchwale, który bardzo mi się zresztą spodobał, ale który ma swoje konsekwencje rzeczywiście. „Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale następujące obiekty małej architektury istniejące w dniu wejścia w życie uchwały: obiekty kultu religijnego, także posągi, pomniki, wodotryski i inne obiekty architektury ogrodowej”. I teraz, patrząc na ta uchwałę i na ten zapis rozumiem, że za 2 lata od wejścia w życie tej uchwały głowa Mitoraja znika z Rynku Głównego, ponieważ nie jest żadnym z elementów określonym tą uchwałą, ona będzie zakazana. Nie tylko zresztą Mitoraj ma głowę na rynku, bo ma również, no coś co jest, właśnie nie wiem co to jest w tym momencie zgodnie z tą uchwałą, przed Operą Krakowską, i też powinno być w takim razie usunięte, aby się dostosować. I pytanie nr 3, bardzo istotne również z punktu widzenia tego wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

To ja Pana bardzo poproszę o zwięzłość, dobrze?

**Gość IX – p. /.../\***

Już ostatnie pytanie.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję.

**Gość IX – p. /.../\***

Państwo nakazujecie dostosowanie. Pan również podkreśla, że przez dostosowanie będziecie Państwo rozumieli likwidację, pytanie kto, bo uchwała tego nie przewiduje tego jak na razie, kto będzie decydował, która reklama ma zniknąć? Konkretnie. Czyli jeśli reklamy są umieszczone niezgodnie z tą uchwałą w zakresie swoich odległości, pytanie jest podstawowe:

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

którego zdecyduje, która z tych reklam ma zostać zlikwidowana, jeśli żaden z podmiotów dobrowolnie tego nie zrobi? W jaki sposób będziecie Państwo to robić? To nie jest określone, a to jeden z podstawowych zarzutów związanych z realizacją tej uchwały, choćby w kontekście kwestii realizacji prawa własności. Dziękuję.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo, i za opinie, i za pytania. Czy możemy poprosić o odpowiedź?

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ja bardzo cieszę się, że padł tu taki głos, że projekt tej uchwały jest w ocenie prawnika, który zajmuje się kwestiami związanymi z planowaniem przestrzennym nieprecyzyjne, bo to też wskazuje pewien kierunek działań dalszych, które powinniśmy podjąć, czyli po rozpatrzeniu uwag powinniśmy dostosować ten projekt do takiego stanu, żeby nie budził wątpliwości Pana mecenasa, i żeby była kwestia, nie tylko Pana mecenasa, powiem może tutaj tak troszeczkę apersonalnie, ale żeby każdy kto się będzie z nim zapoznawał miał jednoznaczne przekonanie, że ma być tak, a nie ma być inaczej, że te przepisy są w sposób jasny i wyraźny określone. Natomiast proszę wziąć to pod uwagę, że akt prawny, czy akt prawa, który tworzony czy to na poziomie samorządów, czy to jest tworzony na etapie Sejmu, on niestety posługuje się z jednej strony pewnymi zwrotami, które funkcjonują i są powszechnie jakby znane czy rozumiane w społeczeństwie. To nie jest tak, że my tworząc jakiś akt prawny posługujemy się tylko pojęciami i definicjami, które sami w tym akcie prawnym zdefiniujemy, korzystamy z takiego słownictwa czy bogactwa języka polskiego, z którym mamy do czynienia, i staramy się używać takich pojęć, które są jednoznaczne w języku polskim, w związku z tym jeżeli w tekście projektu, który zaprezentowaliśmy Państwu są takie zwroty, które w Państwa ocenie są niejasne, wymagają doprecyzowania, to oczywiście my jeszcze raz tą uchwałę pod tym kątem przejrzymy i postaramy się wyeliminować takie wszystkie zwroty, czy ten zwrot „itp.”, o którym Pan był uprzejmy wspomnieć, żeby takiego zwrotu nie było, żeby legislacyjnie ten tekst miał walor po prostu jednoznaczności, żeby nie budził wątpliwości czy to przy jego stosowaniu, czy przy jego interpretowaniu.

Druga kwestia, ilość procentowa, ile reklam zostanie wyeliminowanych, ile reklam nie zostanie wyeliminowanych. Takie badanie nie zostało zrobione z tego względu, że funkcjonujemy na żywym organizmie. To nie jest tak, że stan obiektów czy nośników reklamowych, które występują w przestrzeni to jest stała dana liczba. Nie. Te reklamy każdego dnia pojawiają się nowe, niektóre reklamy są usuwane, jest to pewien proces taki zmienny, i dopóki my nie będziemy mieli pewnego, ostatecznego, czy może w miarę ostatecznego projektu, który będzie wskazywał, które reklamy są zakazane, które będą dozwolone, to robienie takich analiz i zlecenie... Prace trwają od 2015 r., w związku z tym to jest stan, który występował w 2015 r. jest inny od tego, który występuje dzisiaj, i który będzie inny również w momencie podejmowania, ewentualnego podjęcia tej uchwały przez Radę Miasta Krakowa. Tak jak mówię, kwestia dostosowania i warunków na jakich powinny zostać dostosowane obiekty istniejące, była jedną z kwestii, o których mowa była w tym wyroku. Tak jak mówiłem, my ten wyrok przeanalizujemy, jeżeli okaże się, że te zapisy, które są w naszym projekcie uchwały w ostatniej części są niewystarczające, ponieważ te warunki

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

wskazujące czy określające co rozumiemy przez dostosowanie są niewystarczające i w ocenie sądu nie wskazywały właścicielom takich nośników reklamowych w jaki sposób należy dostosować funkcjonujące nośniki reklamowe do ustaleń uchwały z Łodzi, to my również w tym zakresie się pochylimy i postaramy się, jeżeli będzie projekt ponownie wykładany do publicznego wglądu, żeby ten projekt już tych mankamentów nie miał. Tak jak mówię, wyrok zapadł 11 sierpnia, my projekt troszeczkę wcześniej przygotowaliśmy, i w związku z tym pewnych rzeczy, o których jest mowa w tym wyroku po prostu nie uwzględniliśmy.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Jakby mi Pani jeszcze pomogła, bo chyba zapomniałem o jednym pytaniu.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Była jeszcze opinia, ale takie ostateczne pytanie: kto będzie decydował o tym...

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

I to jest właśnie też kwestia, która jakby się wiąże z tym tematem związanym z dostosowaniem, bo nie wyobrażam sobie takiej sytuacji, że urzędnik dyskrecyjnie mówi temu panu: przyznajemy, temu panu odmawiamy, w związku z tym tą kwestię doprecyzujemy jeszcze w projekcie uchwały, bo ta decyzja jest po stronie Rady Miasta Krakowa, która ostatecznie przyjmuje projekt i ona powinna wskazać w tych warunkach, które będą, w tych warunkach dostosowawczych, jakąś regułę kolizyjną, która będzie rozstrzygała o tym, które obiekty powinny pozostać. My mieliśmy takie założenie, które może nie zostało wyartykułowane w sposób jednoznaczny w projekcie tej uchwały, że będziemy liczyli odległość od skrzyżowań itd., ale rozumiem, że to jest niejednoznaczne i to wymaga doprecyzowania w dalszych pracach.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo. Ja też pozwolę sobie jeszcze przypomnieć, właśnie proszę Państwa jesteśmy na etapie właśnie konsultacji, właśnie na etapie zgłaszania, Państwo teraz mają ten czas, żeby zgłosić swoje uwagi, żeby doprecyzowywać ten dokument, to jest projekt. Pojawiło się bardzo dużo zgłoszeń, ja staram się nadażać, natomiast mamy jeszcze z tyłu zgłoszenie Pani, mam Pana, który już czeka też dość długo. Jeszcze była faktycznie mowa o reklamach pod patronatem, tak, tu nie chodzi o nielegalność, tylko chodzi o reklamę, która... I tutaj ewentualnie pytanie, czy możemy odpowiedzieć dzisiaj, czy jesteśmy w stanie odpowiedzieć, czy jesteśmy na to przygotowani?

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Znaczy ja nie wiem czy dobrze zrozumiałem zadającego pytanie w tej kwestii, ale to chodziło o te wydarzenia plenarowe, tak?

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Już do Pana podchodzę.

**Gość IX – p. /.../\***

Niekoniecznie. Ja bardzo przepraszam, ale nie chodzi o wydarzenia plenerowe. Proszę Państwa, cube`y, o których wspominam, dotyczą chociażby wydarzenia takiego jak kongres organizowany przez pana Jarosława Gowina, no nie wiedzieć czemu to jest pod patronatem Miasta Krakowa, ale to mniejsza. Tu chodzi o chociażby reklamę Muzeum Narodowego, bo ten cube, o którym wspominam, który stoi pod Wawelem, właśnie dotyczy tego, że damę z łasiczką możemy teraz widzieć w Muzeum Narodowym, więc tu nie chodzi o imprezy plenerowe.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Pan mecenas mówi teraz o konkretnych obiektach, które funkcjonują w przestrzeni, ale mnie chodziło, jakby Pan mecenas wskazał...

**Gość IX – p. /.../\***

Mnie chodzi o to, że to jest przykład na to, że zgodnie z tą uchwałą Państwo dopuszczacie możliwość tych tzw. imprez plenerowych organizowanych pod patronatem miasta i dopuszczacie wtedy realizację tego rodzaju obiektów byle gdzie i byle jak. Ja przepraszam bardzo, że tak to mówię. Państwo jesteście w tym momencie jako miasto ponad uchwałą, możecie stawiać jak chcecie i gdzie chcecie, i teraz pytanie jest dosyć zasadnicze: jak to pogodzić z tą ideą, o której Państwo mówicie, że będzie ładnie, że nie będzie reklamy, że my ją ograniczymy? No w żaden sposób, bo imprezy plenerowe w Mieście Krakowie od kwietnia praktycznie do końca października to są co tydzień, więc ta reklama po prostu nie zniknie, będzie tylko pod innym patronatem, tyle.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

To znaczy, w projekcie uchwały faktycznie jest dopuszczenie reklam związanych z wydarzeniami plenerowymi, które właściwie towarzyszą tym wydarzeniom i one mogą być umieszczane z wyjątkiem tej strefy przyrodniczej w całym obszarze miasta, natomiast nasze założenie było takie, że poprzez przedsięwzięcie plenerowe rozumieliśmy każdą imprezę masową lub inne wydarzenie realizowane w przestrzeni publicznej, w szczególności uroczystości państwowe, religijne, imprezy sportowe lub kulturalne, imprezy kierowane do określonej grupy odbiorców, wystawy, kiermasze, akcje o charakterze informacyjnym, promocyjnym lub charytatywnym. Nie wskazywaliśmy, nie mieliśmy takiego oczekiwania, że to to jest przepis, który ma ułatwić jedynie miastu możliwość podczas takich wydarzeń plenerowych rozreklamowania tej akcji. Zakładaliśmy, że czy to będzie związek wyznaniowy, czy to jakaś organizacja, jeżeli uzyska dostęp do przestrzeni publicznej, uzyska czy to zgodę w Wydziale Spraw Administracyjnych, czy to zgodę zarządcy drogi na organizację pewnego

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

wydarzenia, to takie nośniki reklamowe w miejscu imprezy będzie mogła umieszczać, i też w tym krótkim okresie 3 dni przed i do 1 po danym wydarzeniu.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Czyli tutaj...

**Gość IX – p. /.../\***

(...)

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Bardzo proszę, bo to już są szczegółowe pytania, które oczywiście mają związek i to jest wszystko ad vocem do tego pytania...

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Jeżeli impreza będzie organizowana na Rondzie Dywizjonu 308, to tak.

**Gość IX – p. /.../\***

(...)

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Tak, jeżeli tam będzie zgromadzenie publiczne, no nie wiem, trudno mi sobie wyobrazić takie wydarzenie, ale jeżeli zostanie taka wydana zgoda to tak.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ja rozumiem... Przepraszam, jeszcze poproszę o ciszę. Rozumiem, że tutaj było jakby Pana taki głos w dyskusji i rozumiemy, że taki wniosek też od Pana spłynie o uszczegółowienie jakby tych nośników czy form reklamy, żeby to nie było tak dość ogólnie, tak, jakby tu jest taka sugestia i taka prośba. Ja bardzo przepraszam, ale tu Pan czeka naprawdę na ten głos bardzo dzielnie, ale już bardzo długo, z tyłu też mam Panią, która bardzo długo czeka i Państwa w kolejce, przepraszam, ale muszę tego pilnować, żeby nie było takiej sytuacji, że ktoś 15 minut czeka i nie może się do głosu tutaj... Ja do wszystkich Państwa podejść, dobrze? Proszę mi wierzyć. Jeżeli o kimś zapomnę, proszę mi tam machać.

**Gość X – p. /.../\***

/.../\*, Agencja Reklamowa „Wenecja”. Chciałem zadać pytanie, ponieważ Państwo się odwołujecie już 2 albo 3 razy do wyników badań woli mieszkańców, aby zredukować liczbę reklam. Proszę mi powiedzieć w jaki sposób ja jako mieszkaniec Krakowa, który uważa, że aktualny stan, jeżeli chodzi o nośniki reklamowe, jest satysfakcjonujący, w jaki sposób mam odpowiedzieć na to pytanie, żeby wyrazić swoją wolę?

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Na ten moment sposób wyrażenia woli przez każdego odnośnie projektu uchwały jest taki, że złożenie uwagi, w związku z tym jeżeli Pan uważa, że stan reklamowy jest odpowiedni, czy stan nośników, czy reklamowe ich rozmieszczenie, i materiały, z których zostały wykonane są

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

odpowiednie to taką uwagę należy zgłosić, i ta uwaga może być bardzo taka ogólna, że proszę pozostawić tak jak jest dotychczas bez wprowadzenia tutaj projektu, albo żeby projekt sankcjonował to wszystko co istnieje aktualnie w przestrzeni publicznej, albo konkretne rozwiązanie, które być może w Pana ocenie, czy w ocenie każdego innego mieszkańca, pewien nośnik, tak jak już mówiłem wcześniej, powinien być intensywniej wykorzystany w przestrzeni publicznej.

**Gość X – p. /.../\***

To jeszcze raz. Państwo się odwołujecie do wyników badań, które przeprowadziliście. Tutaj są te wyniki.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Tak.

**Gość X – p. /.../\***

Proszę mi powiedzieć, jeżeli jestem mieszkańcem i na etapie tych badań chce wyrazić swoje zdanie, które...

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ale te badania zostały zakończone, bo one były przeprowadzone w 2016 r.

**Gość X – p. /.../\***

Ja rozumiem, ale proszę posłuchać. Uważam, że aktualny stan nośników reklamowych zadowala mnie w Krakowie, jesteśmy rok wcześniej, wypełniam tą ankietę. Proszę mi teraz powiedzieć, w jaki sposób powinienem udzielić odpowiedzi na te pytania, żeby wyrazić swoją wolę.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Znaczy, tutaj rozumiem, nie ma też wszystkich pytań z ankiety, tak, tu są tylko przykładowe.

**Gość X – p. /.../\***

Nie, tutaj są proszę Panią wszystkie.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Które to jest pytanie na tym wykresie, bo jestem wzrokowcem.

**Gość X – p. /.../\***

Proszę przeanalizować każde z tych pytań i spróbować udzielić takiej odpowiedzi, żeby wyrazić moją wolę.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

To oczywiście jest pewien tutaj wykres, natomiast jak była ta ankieta, to w tej ankiecie było miejsce na przedstawienie swoich dodatkowych ocen i wniosków, które Pan, czy jako wtedy mieszkaniec Krakowa mógł wskazać.

**Gość X – p. /.../\***

Nie dało się przejść do tych wniosków, jeżeli nie odpowiem na wszystkie pytania wcześniejsze, które są pytaniami zamkniętymi.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Czyli rozumiem, że to jest taka uwaga w ogóle jakby do tych badań i do...

**Gość X – p. /.../\***

To jest uwaga, która oznacza, że badania zostały przeprowadzone w sposób nieprofesjonalny, ponieważ to są pytania sugerujące odpowiedzi, więc wyniki, na które się Państwo powołujecie są absolutnie niemiarodajne.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy za taki głos w dyskusji. Czy...

**Gość X – p. /.../\***

To jest uwaga.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ale jeżeli popatrzymy na pierwsze pytanie, które mówi: „czy uważasz, że zaproponowane w koncepcjach regulacja dotycząca zasad i sytuowania...”, czyli była to taka książeczka, która była wtedy pokazywana mieszkańcom, taki folder. „Czy uważasz, że to jest dobre”, i jeżeli odpowiedziałeś „nie”, to znaczy, że mieszkaniowiec dany uważał, że ten folder, który był wtedy pokazany, był niedobry.

**Gość X – p. /.../\***

Nie, tutaj jest pytanie o małą architekturę, natomiast pytanie o reklamy jest w dalszej części. To jest dla ułatwienia pytanie trzecie: „czy uważasz, że zaproponowane w koncepcji rozwiązania dotyczące zasad i warunków sytuowania reklam wolnostojących w przestrzeni miasta w wystarczającym stopniu ochronią jego krajobraz?”. Mogę odpowiedzieć „tak”, czyli te ograniczenia, które Państwo przedstawicie ochronią, albo „nie”, czyli jeszcze bardziej muszę dokręcić, zredukować liczbę reklam. Nie jestem w stanie odpowiedzieć, że aktualny stan uważam za dobry.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

To pytanie jest o stan aktualny. Wtedy jeszcze nie mieliśmy dokumentu, ja przepraszam, że wchodzę Panu w słowo, ale tutaj te pytania były na etapie stanu aktualnego, nie było wtedy jeszcze dokumentu, nie było żadnego projektu, nie było koncepcji tak naprawę.

**Gość X – p. /.../\***

Nie prawda. To była ankieta do materiałów.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ale mówimy teraz o ankiecie z 2015 czy z 2016, bo te pytania też się tam w pewnym stopniu pokrywały.

**Gość X – p. /.../\***

Państwo przygotowaliście projekt uchwały, tak jak i teraz, który został wyłożony, równocześnie w tym samym czasie była przeprowadzona ankieta, później na konsultacjach społecznych, w których braliśmy udział, Państwo prezentowaliście wyniki tej ankiety mówiąc, że mieszkańcy domagają się ograniczenia liczby reklam.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Bardzo proszę o stanowisko.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Tak, natomiast to co powiedziałem tak jakby wcześniej też, że pod każdym pytaniem, po wypełnieniu tego pytania, czy tak, czy nie, udzieleniu tej odpowiedzi tak czy nie, była możliwość wpisania dodatkowych uwag, które Państwo mieli, w związku z tym jeżeli ktoś w mojej ocenie uważał, że sposób regulacji jest wystarczający, czy niewystarczający, to po zakreśleniu odpowiedzi mógł wskazać czy wyjaśnić co przez to rozumie. Indywidualne uwagi mamy...

**Gość X – p. /.../\***

Albo inaczej, jaki jest odsetek osób w badaniach przy pytaniach zamkniętych, które jeszcze udzielają na końcu uwag w sposób odpowiedzi otwartej?

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Nie jestem w stanie teraz Panu odpowiedzieć ile osób udzieliło odpowiedzi.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ja myślę, że możemy zrobić w ten sposób, że Pan...

**Gość X – p. /.../\***

Tutaj chciałbym zakończyć. Mam jeszcze kolejne pytanie.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Prosimy.

**Gość X – p. /.../\***

Od 20 lat, jeżeli chodzi o standard słupów reklamowych w Krakowie, wysokość powierzchni reklamowej tych słupów wynosi 3 m, tymczasem w projekcie Państwo proponujecie wysokość 2,30 m. Proszę mi powiedzieć skąd ten pomysł, dlaczego akurat 2,30 m, jeżeli standardem jest 3 m.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy. Możemy prosić o odpowiedź, czy w jakiejś innej formie? Jeżeli nie dzisiaj, bo też proszę Państwa są takie pytania, które wymagają jakiegoś... Ja też tak rozumiem, co prawda...

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Słup reklamowy...

**Gość X – p. /.../\***

Słup reklamowy. Standardem jest 3 m wysokości powierzchni reklamowej, Państwo proponujecie 2,30 m z jakiegoś powodu, chciałbym poznać ten powód.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ta wysokość to jest 2,30, to jest ta pozycja ekspozycji, czyli tego, nie wiem jak to nazwać, plakatu...

**Gość X – p. /.../\***

Na dzień dzisiejszy od 20 lat ta wysokość wynosi 3 m. Wszystkie firmy, które w Krakowie mają słupy reklamowe, mają wysokość powierzchni reklamowej 3 m.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

To w takim razie to jest z naszej strony niedopatrzenie, jeżeli to jest rzeczywiście tak, bo wzorowaliśmy się na uchwale o parku kulturowym w tym zakresie, w związku z tym widocznie nie sprawdziliśmy tego w wystarczający sposób.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Rozumiem, że traktujemy to jako...

**Gość X – p. /.../\***

Ale w poprzednich konsultacjach, kiedy też były takie zapisy, zgłaszaliśmy te uwagi. Ja rozumiem, że te konsultacje, które wcześniej Państwo prowadziliście powinny być podstawą do przygotowania nowego projektu, po coś spotykaliśmy się rok temu.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Tak, powinny być, natomiast widocznie jesteśmy omylni i w związku z tym...

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ja rozumiem, że Państwo już teraz odnotowują tą uwagę i ona na pewno znajdzie swoje miejsce w projekcie dokumentu. Czy jeszcze Pan ma jakieś pytanie?

**Gość X – p. /.../\***

Ostatnie.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ostatnie pytanie, bardzo proszę.

**Gość X – p. /.../\***

Skróć, żeby nie zabierać więcej czasu. W par. 12 projektu uchwały Państwo wskazujecie, że w Krakowie teoretycznie mogą dalej istnieć słupy reklamowe, natomiast w praktyce, w pkt. 2 wymieniacie Państwo kryteria odległości od krawędzi jezdni, tras rowerowych, ciągów pieszych, przystanków, skrzyżowań i innych nośników reklamowych – proszę szczegółowo sobie to przeczytać. Moje pytanie brzmi: czy jesteście Państwo w stanie wskazać w Krakowie chociaż jedno miejsce, w którym na podstawie tych kryteriów może dalej stać słup reklamowy?

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Nie mamy takiej analizy zrobionej, żeby pokazać czy każdy nośnik reklamowy, bo o tym była mowa wcześniej, że skoro istnieją w przestrzeni publicznej pewne nośniki reklamowe na dzień dzisiejszy i będzie jakiś okres dostosowawczy, to, o czym zwrócił Pan mecenas uwagę, że nie ma jasnej reguły, która by wskazywała eliminacje tych nośników reklamowych, które są niezgodne z projektem uchwały, a w związku z tym nie jesteśmy w stanie teraz Państwu powiedzieć i wskazać konkretnego miejsca, w którym konkretny nośnik reklamowy będzie mógł zostać po wprowadzeniu w życie tej uchwały krajobrazowej. Nie zrobiliśmy takiej analizy na potrzebę tego dzisiejszego spotkania dla tych nośników reklamowych, o których jest mowa w projekcie uchwały, więc takiej samej analizy też nie zrobiliśmy na czas trwania przedsięwzięcia.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ja rozumiem, że to pytanie ad vocem.

**Gość X – p. /.../\***

Ja pozwolę sobie tylko powiedzieć, że ja tą pracę wykonałem i w wyniku tych zapisów w Krakowie znikają wszystkie słupy reklamowe i firmy które te słupy posiadają, ponieważ te kryteria są tak przygotowane, że żadne miejsce w Krakowie nie spełnia tych kryteriów, chyba że środek Błoni. Dziękuję.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo za uwagi.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Oczywiście mówimy tutaj o II strefie...

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Przepraszam, ale mieliśmy zgłoszenie Pani, która bardzo długo już czeka. Ja do Panów wrócę. Bardzo proszę też oczywiście o zwięzłość.

**Gość XI – p. /.../\***

Dzień dobry, moje nazwisko /.../\*. Ostatnio miałam przygodę przez 2,5 miesiąca z firmą, która zajmuje się reklamą wielkopowierzchniową. Mój głos będzie troszeczkę inny w dyskusji, mianowicie chciałabym, żebyście Państwo zobaczyli ile reklam wielkoformatowych jest pustych, po prostu nikt się nie reklamuje, więc moje pytanie jest takie: o co ta walka? Drugie pytanie jest takie, padło tutaj na sali, jeśli będą dwie firmy reklamujące na bilbordach, to która firma będzie musiała usunąć nośnik. Ja myślę, że ekonomia pokaże. Wyjdźcie Państwo na miasto, są tutaj prezesi firm, proszę, odpowiedzcie, ile reklam macie pustych? Inny głos w dyskusji, proszę go uwzględnić.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy za głos, natomiast... Ja już widzę zgłoszenia, ale... Pan, i później już muszę przejść do Państwa na drugą stronę. Pan się zgłaszał dopiero ostatnio, więc...

**Gość XII – p. /.../\***

/.../\*, jestem mieszkańcem Krakowa, i też nie mogę się doczekać tego wjazdu do Krakowa, który będzie bez reklam. Nie będę bombardowany tysiącem reklam, po prostu już się czasami nie da ich przeczytać tych wszystkich reklam, jest ich za dużo. Moje pierwsze pytanie: kiedy ten wjazd do Krakowa będzie oczyszczony, kiedy się będzie dało normalnie wjechać do Krakowa, stojąc na sygnalizacji świetlnej na przykład w odpowiednim momencie ruszyć, a nie obserwować coś co będzie wyświetlane na takiej reklamie ledowej? Drugie pytanie to jest odnośnie inwentaryzacji. Kiedy planowana będzie inwentaryzacja tablic i urządzeń reklamowych? Łódź kilka tygodni temu rozpoczęła prace nad przygotowaniem do przetargu właśnie nad inwentaryzacją reklam w całym mieście. Trzecie pytanie: jak ta inwentaryzacja będzie się odnosiła do opłat reklamowych? Ta opłata będzie właśnie jednym z czynników ekonomicznych, które prawdopodobnie może spowodować to, że te reklamy też znikną. Czwarte pytanie: jaki jest czas tych przedsięwzięć plenerowych, czy on jest określony? Dziękuję.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo za krótkie, rzeczowe pytania. Czy możemy prosić o odpowiedź?

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Tak. Założenie jest takie, że uchwała w całej pełni powinna pokazać jakie są ograniczenia w przestrzeni po upływie okresu przejściowego, w związku z tym jeżeli Rada Miasta podejmie decyzję o przyjęciu uchwały w jakiejś wersji, niekoniecznie w takiej, która jest tu dzisiaj Państwu prezentowana, ale ostatecznie zadecyduje, że podejmujemy taką uchwałę, to w zależności od tego czy okres przejściowy, który został zaproponowany w tym projekcie i wynosi 24 miesiące, czy on będzie krótszy, czy będzie dłuższy, to de facto po tym terminie

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

reklamy powinny zostać dostosowane do postanowień uchwały. Natomiast to jest też tak, że dostosowanie czy weryfikacja tego czy nastąpiło dostosowanie będzie następowała w prowadzonych postępowaniach administracyjnych i nie można wykluczyć też takiej sytuacji, że właściciel reklamy bądź właściciel nieruchomości, na której ta reklama się znajduje, z jakiś tam względów nie będzie chciał tej reklamy usunąć i jedyną jakby sankcją, która stoi po stronie Urzędu, i którą będziemy mieli możliwość zastosowania, to jest możliwość nałożenia kary na taki nośnik reklamowy, który nie spełnia wymogów uchwały reklamowej. Kara jest określona w jaki sposób ma być naliczana, natomiast jej wartość jest uzależniona od opłaty stałej i od opłaty zmiennej. Opłata stała to jest, z tego co pamiętam 2,50 zł za nośnik, a opłata zmienna nie może być większa niż 21 gr dziennie, z tym, że Rada Miasta Krakowa powinna rozstrzygnąć o wielkości tych opłat w odrębnej uchwale i taka uchwała, jeżeli zostanie podjęta uchwała o zasadach sytuowania obiektów reklamowych, ogrodzeń i obiektów małej architektury, to taka uchwała też zostanie przygotowana dla Rady Miasta, żeby taką decyzję mogła podjąć. Jest możliwość by w tej uchwale, tej drugiej, właśnie dotyczącej opłat, Rada Miasta wprowadziła taki formularz, deklarację, w której będzie można zgłaszać, że dana osoba czy dany podmiot zamierza umieścić reklamę w przestrzeni publicznej, na jaki okres czasu, to ma pomóc weryfikować te reklamy, które w tej przestrzeni publicznej funkcjonują niezgodnie, bądź z dokonaniem zgłoszeniem, bądź bezpośrednio z postanowieniami uchwały.

O inwentaryzacji. Jak tutaj był przykład Łodzi, że Łódź pomimo tego, że najpierw przyjęła uchwałę, a potem przystąpiła do inwentaryzacji, podejrzewam, że w Krakowie, jeżeli zapadnie taka decyzja, żeby taką uchwałę podjąć, i Rada Miasta Krakowa taką uchwałę podejmie, również wtedy zostanie przeprowadzona inwentaryzacja z uwzględnieniem tego okresu dostosowawczego, bo tak jak mówię, nie ma sensu inwentaryzować czegoś na początku funkcjonowania okresu dostosowawczego, bo ilość tych reklam, które mogą samoczynnie zostać usunięte przez właścicieli nośnika reklamowego bądź właścicieli nieruchomości, jeżeli zapozna się z projektem już uchwalonej uchwały może być różne. Taki harmonogram zostanie zaproponowany działań, żeby być przygotowanym do stosowania w pełni tej uchwały w momencie, kiedy skończy się okres dostosowawczy.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Poproszę Pana o głos, bo było zgłoszenie.

**Gość XIII – p. /.../\***

/.../\*, firma AMS. Chciałem trzy tematy poruszyć. Pierwszy, bardzo dobrze, że pojawiły się tutaj głosy na sali, które są przeciwko reklamom, bo to jest dobry wstęp do tej pierwszej rzeczy, o której chcę powiedzieć. Jakbyśmy tu zrobili małe głosowanie, podnieśli rękę, kto jest za reklamą, a kto przeciw, to na pewno te wyniki nie byłyby miarodajne dla Miasta Krakowa, i to jest wstęp do badań. Państwo jak włodarze. zresztą wielu innych miast, powołujecie się, że mieszkańcy chcą, mieszkańcy się domagają, i najczęściej jest to poparte właśnie takim prostym badaniem internetowym, do którego tutaj moi przedmówcy już wiele zastrzeżeń złożyli, natomiast warto takie ogólne stwierdzenia poprzeć faktami, i chciałem o dwóch rzeczach powiedzieć. Pierwsza to... Wczoraj w Katowicach było podobne spotkanie,

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

tam miasto Katowice też się przygotowuje, wczoraj prezentowało takie ogólne założenia swojej uchwały krajobrazowej, też poparte wcześniej badaniem internetowym, no i jeden z mieszkańców Katowic wstał i stwierdził z rozbijającą szczerością, że on i jego rodzina wysłała kilkadziesiąt maili w tej sprawie, kilkadziesiąt głosów, system na to pozwalał, ja nawet nie wiem czy on był za, czy przeciwko reklamie, ale mógł to zrobić, więc to jakby jest pierwsza rzecz, która pokazuje jak takie badanie może być zwodnicze. Druga rzecz, to jest ciekawy przypadek takiego niedużego miasteczka na Mazowszu, czyli Ciechanowa, które jako pierwsze, jedno z pierwszych w zasadzie uchwaliło uchwałę reklamową, zaraz potem uchwaliło opłatę reklamową, wszystko było pięknie, wszyscy byli zadowoleni, patrz władze miasta, dopóki nie dowiedzieli się o tym masowo mieszkańcy, którzy jakby otrzymali nagle do wypełnienia deklarację podatkową, prawda, związane z opłatą reklamową, wtedy się podniósł taki sprzeciw, taki bunt tych właśnie mieszkańców, którzy są przeciwni reklam, że władze miasta natychmiast próbowały się z tego wycofać, nie będę opisywał w szczegółach tej historii, to jest dość skomplikowane, część wojewoda uchylił uchwałę, jedną mogli, drugiej nie mogli, ale to pokazuje, że tak naprawdę mieszkańcy nie wiedzą o tym co się dzieje, i tu taki apel, że może warto by było więcej właśnie zacząć jakby od początku i więcej wysiłku i pracy włożyć na takie rzeczywiste zbadanie czego mieszkańcy Krakowa chcą, a czego nie chcą – to jest pierwsza rzecz. Druga, taka bardzo konkretna. W IV strefie krajobrazowej, czyli tej poświęconej ciągom ulicznym, nie znalazłem miejsca na panele i słupy reklamowe, i to jest moje pytanie, może poproszę od razu o odpowiedź czy to jest przeoczenie, czy to tak świadomie miało być?

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Jeżeli chodzi o IV strefę to jest to celowe.

**Gość XIII – p. /.../\***

Celowe działanie, dobrze.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Charakter IV strefy. W IV strefie dopuściliśmy... Mamy taki slajd co jest dopuszczone w IV strefie? O, jest. Jeżeli chodzi o wolnostojące to w IV strefie zostały dopuszczone tylko 2 elementy, czy 2 nośniki reklamowe, pełno reklamowe i billboardy, oczywiście one tam mają swoje parametry określone, ale z tego względu wprowadziliśmy takie ograniczenie, takie restrykcje, bo uznaliśmy, że te ulice, no są istotne, i wolimy, żeby nawet w tych obszarach pojawiły się nośniki reklamowe, które są duże, niż żeby tych nośników było więcej, ale były np. o mniejszych gabarytach.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy. I jeszcze ostatnie, trzecie pytanie.

**Gość XIII – /.../\***

Jeszcze trzecia rzecz, tak, związana z równym traktowaniem podmiotów gospodarczych. Ponieważ dopatrzyłem się w propozycji tej uchwały takich dwóch niepokojących rzeczy, że dopuszczacie Państwo, i to nawet już w I strefie, np. reklamy na urządzeniach

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

bankomatowych lub, uwaga, w miejscu ich lokalizacji, czyli nawet to nie musi być bankomat, tylko może być to miejsce, które bankomat zajmuje o łącznej powierzchni do 1 m<sup>2</sup>. Wydaje mi się, że to jest bardzo duża powierzchnia, jeżeli chodzi o Rynek, prawda? – pierwsza rzecz. A druga, to jest ciągle powtarzająca się zgoda na reklamy na parasolach, ogródkach krótko mówiąc gastronomicznych. Ja rozumiem, że nacisk tutaj takiego lobby gastronomicznego, szczególnie w takich miejscach Kraków jest bardzo silny, ale wszyscy wiemy, że to chodzi o logo Żywca, Tyskiego, prawda, etc., i to naprawdę jest nierówne traktowanie podmiotów, bo rozumiem, że takie małe miasteczko na śląsku, w którym dzisiaj miałem okazję być rano i tam rozmawialiśmy z burmistrzem, i pan burmistrz twierdził, że oni świadomie dopuszczają takie reklamy, bo im po prostu rynek umiera, prawda, i się boją, że tam za chwilę nie będzie żadnej restauracji czy pubu, ale Kraków akurat jest chyba w zupełnie odmiennej sytuacji i nie musi takich wyjątków robić dla tej branży, i to jest moje pytanie, czy też jest to takie świadome działanie, czy to jest takie przeoczenie z Państwa strony? Dziękuję bardzo.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Jeżeli chodzi o parasole to jest to świadome działanie, jest to zaczerpnięcie pewnych rozwiązań, które funkcjonują obecnie w parku kulturowym, natomiast jeżeli w ocenie mieszkańców to jest zbyt uprzywilejowanie podmiotów, które prowadzą działalność związaną z gastronomią i mają ogródki gastronomiczne w tym zakresie, to jak najbardziej oczekujemy, że taka uwaga zostanie złożona i jeszcze raz nad tym problemem się pochylimy. Ja powiem tak, że oczywiście, każde badanie ma to do siebie, że ma swoje ograniczenia. Z tego co ja pamiętam to jak my robiliśmy te ankiety to wprowadziliśmy takie obostrzenie, że daną ankietę można było uzupełnić tylko z jednego komputera o danym IP, natomiast życie pokazało, że być może zapisy tych poszczególnych pytań były sugerujące, czy były niezbyt takie, nie wiem, bardziej przejrzyste, albo nie dawały... To zawsze z każdym badaniem jest tak, że pewien tylko wycinek rzeczywistości pokazują, bo oczywiście, w badaniu wzięło udział określona liczba osób, dzisiaj na dyskusji też jest określona grupa osób zainteresowana tym tematem, z głosów, które padają tutaj, i też Państwo się przedstawiają, to wynika, że większość osób jest w jakiś sposób związana z funkcjonowaniem rynku reklamy zewnętrznej, natomiast to jest też tak, że zawsze musimy podjąć jakąś decyzję. Jeżeli zdecydowaliśmy się i Rada Miasta Krakowa zarekomendowała Prezydentowi by podjął działania zmierzające do sporządzenia tego projektu, to Prezydent jest zobligowany do sporządzenia tego projektu i pokazania go radnym, aby oni jako przedstawiciele mieszkańców mogli go poddać ocenie. Z takich spotkań konsultacyjnych, które się odbywały to w ostatnim czasie odbyło się spotkanie, na którym przedstawialiśmy projekt tej uchwały członkom Komisji Planowania Przestrzennego i Ochrony Środowiska, i tam też padły głosy osób, radnych, którzy reprezentują mieszkańców, i oni zgłosili też swoje jakieś postulaty, zastrzeżenia, i wskazali, że pewne rozwiązania w ich ocenie są nieakceptowalne przez mieszkańców. I my te głosy weźmiemy pod uwagę, po to, żeby przy następnym zaprezentowaniu państwu projektu uchwały, ten projekt już w większej mierze spełniał oczekiwania mieszkańców w stosunku do tego co być może dzisiaj jest pokazane. Tak jak mówię, głosy, które padają tutaj dzisiaj na

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

dyskusji, głosy, które padły na posiedzeniu Planowania Przestrzennego, czy te głosy, które będą wynikały ze złożonych uwag, one zostaną przeanalizowane pod takim względem, aby ten projekt został przygotowany w taki sposób, aby spełniał w jak najszerszym zakresie oczekiwania mieszkańców Krakowa, bo to właśnie radni miejscy jako przedstawiciele mieszkańców będą podejmowali ostateczną decyzję czy to jest projekt dobry, czy on wymaga dalszych prac do tego momentu, aż uzyska akceptację większości mieszkańców.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ja bardzo Państwa proszę, bo pojawiły się dwa zgłoszenia ad vocem, ale tutaj mam Pana, który czeka bardzo długo i prosił, mówił, że ma też bardzo krótkie pytanie. Ja będę o Panu pamiętała, o Pani, ale najpierw... Faktycznie, czy możemy tutaj...

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Tak. Jeżeli chodzi o tą reklamę na urządzeniach bankomatowych, o których mowa w par. 9 projektu uchwały, to rzeczywiście było takie założenie, żeby to była reklama związana z tym bankomatem. Ja rozumiem, że sposób zapisu tego przepisu jest na tyle otwarty, że sugerowałby, że można tam umieścić dowolną reklamę, o dowolnej treści, w związku z tym, tak jak już wspomniałem tutaj odpowiadając na pytanie Pana mecenasa, że postaramy się wszystkie takie nieścisłości, o których Państwo nam powiedzą, albo inne osoby, które nam zgłoszą, żeby z tego projektu usunąć, żeby nie było wątpliwości, że chodzi to o taką, tu akurat w tym przypadku chodzi o taką sytuację, żeby to była reklama związana z tym podmiotem, który jest właścicielem tego urządzenia bankomatowego.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy. Kolejny głos w dyskusji.

**Gość XIV – p. /.../\***

/.../\*, mieszkaniec. Ja będę miał krótkie. Powołują się Państwo jako główny mandat, że takiego a nie innego kształtu ustawy są te badania internetowe, o których już wiemy, że zostały metodologicznie źle przygotowane, że prawdopodobnie są niereprezentatywne dla mieszkańców Krakowa, ale w jednym miejscu wspomniał Pan, wymknęło się Panu, że siatki reklamowe były tam w ogóle traktowane tak, że powinny kompletnie zniknąć z miasta, było oczekiwanie, żeby zniknęły, tak dokładnie Pan powiedział, i w związku z tym chciałem nawiązać do pierwszej wypowiedzi dotyczącej murali reklamowych, w której z kolei argumentem za tym, żeby tych murali nie było, nie była właśnie opinia większości mieszkańców, nawet w tym wadliwie przygotowanym badaniu, tylko opinia Plastyk Miejskiej, która jednym gestem pokazała, że wszystkie murale mają się wynieść z miasta. I teraz, czy Plastyk Miejska ma jakieś specjalne możliwości głosowania w internetowej ankiecie, na którą się Państwo powołują, żeby sobie po prostu wywalić tak z miasta jedną z form, czy to reklamy, czy w ogóle twórczości artystycznej? Mówię trochę w obronie murali, ale niekoniecznie w obronie firm, które malują murale czasowe, poza tym proszę zauważyć, że siatki reklamowe są dopuszczane na cały rok, natomiast murale reklamowe przeciętnie, jeżeli jest jakaś miejscówka na taki mural to jest miesiąc do 6 miesięcy, czasem do pół roku, i generalnie one jednak są nieco bardziej estetyczne od czegoś takiego, co więcej, badania tam

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

przeprowadzone kilka lat temu przez TNS na pewno lepiej metodologicznie pokazują, że siatki reklamowe są dużo gorzej postrzegane niż murale, natomiast Państwo wyrzucaj murale, natomiast siatki są dopuszczone, tam z jakimiś ograniczeniami, ale jednak siatki są dopuszczone. I teraz, z tymi muralami jest jeszcze taka historia, że... Jest tak ogólnie to sformułowane, że np. ul. Św. Józefa, na pewno Państwo ją znają, tam jednym z kolorytów tej ulicy jest to, że ludzie na fasadach swoich lokali mają jakieś niewielkie prace muralowe, one momentalnie znikną zgodnie z tą ustawą. Jest tak, że w różnych miejscach Krakowa, dość sporo takich miejsc, gdzie na fasadach, jakieś kwaciarnie, jakieś inne lokale namalowały sobie całkiem przyzwoite prace, no ok, w oczach pani Plastyk Miejskiej wyobrażam sobie, że nic z tych rzeczy nie jest przyzwoita, ale jak na lokalne miejsca, gdzieś tam w osiedlach, one nie są takie najgorsze. I teraz, zgodnie z tą uchwałą krajobrazową, one wszystkie będą musiały zniknąć, z drugiej strony, jeśli one będą musiały zniknąć to funkcje reklamowe pełni np. mural na Galerii Krakowskiej. Czy przewidują Państwo, że Galeria Krakowska będzie musiała wyczyścić swoją fasadę z murali? No jest to ten, te wielkie murale Justyny Posiecz-Polkowskiej, to co akurat teraz jest, będzie powstawał, one pełnią funkcję brandingową dla Galerii Krakowskiej, mówią jaka jestem wspaniała, prawda, itd., albo przyjazna, więc zgodnie z uchwałą czy one też powinny zniknąć, gdzie jest ta granica, i dlaczego pani Plastyk Miejska ma... Albo inaczej. Jak pogodzą Państwo powoływanie się na wyniki z badań społecznych, znaczy tych tutaj, z tym, że w przypadku jednej formy reklamy decydujący głos ma jedna osoba.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo za pytanie.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ja myślę, że odpowiadając na pytanie, gdzie jest granica, to jest kwestia tego czy dany mural spełnia funkcje reklamy, czy nie spełnia tej funkcji reklamy. Jeżeli spełnia funkcje reklamy, bo promuje wydarzenie, produkt, przedsiębiorcę czy jakiś inny podmiot, to znaczy, że jest takim nośnikiem reklamowym, który zgodnie z tym projektem, który dzisiaj przedstawiamy, będzie musiał zostać zamalowany, natomiast jeżeli ten mural nie spełnia takiej funkcji promującej, to taki mural może zostać w przestrzeni publicznej, ponieważ zapisy projektu uchwały go nie dotyczą, one dotyczą tylko reklam, które bądź są tablicami, bądź są urządzeniami reklamowymi. Natomiast o głos, czy głos mieszkańców jest tak samo ważny jak głos pani Plastyk, czy pani Plastyk ma istotne znaczenie, czy jej głos był bardziej ważony, czy miał większą wartość. To jest tak, że i te badania ankietowe, i te spotkania, które odbywały się w poprzednim roku, ich przedmiotem de facto była ta broszurka, którą przygotowaliśmy. Ona zawierała, można powiedzieć niewielki zakres regulacji czy propozycji regulacji, które dzisiaj zostały przełożone na projekt uchwały, projekt aktu prawnego, i my za każdym razem, gdy analizowaliśmy czy taka reklama powinna być, czy nie powinna być, staraliśmy się z jednej strony uwzględnić głos mieszkańców, a z drugiej strony, uwzględnić głos tych podmiotów, które z nami, z pracownikami Biura Planowania Przestrzennego uczestniczyli w tworzeniu projektu tej uchwały. To były z jednej strony inne jednostki miejskie, czy inne jednostki organizacyjne Urzędu Miasta Krakowa, które w jakiś sposób zajmują się przestrzenią publiczną, bo to był zarówno ZIKiT, czy pracownicy Wydziału Spraw

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

Administracyjnych, czy pracownicy Miejskiego Konserwatora Zabytków, ze względu na chęć wykorzystania ich fachowej wiedzy w danym zakresie, żeby ten projekt był lepszy, zawierał takie regulacje, które uwzględniają pewne potrzeby i oczekiwania, które wynikają z doświadczenia pracy tych urzędników. Z drugiej strony... Znaczą tu tak zostało mimochodem wspomniane przez kolegę, my jesteśmy na takim etapie, gdzie projekt, ten nasz zaprezentowany Państwu, został zaopiniowany i uzgodniony przez organy, które są wskazane w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, i jak już tu była mowa w przypadku niektórych nośników reklamowych Wojewódzki Konserwator Zabytków, który uzgadniał ten projekt uchwały miał zastrzeżenia i my ten projekt zmieniliśmy, wprowadziliśmy pewne bardziej restrykcyjne rozwiązanie, ponieważ takie było oczekiwanie Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków, i on w tym zakresie może dawać pewne wiążące nas jako urzędników wytyczne, które my powinniśmy w tym zakresie uwzględnić. Oczywiście, wydanie postanowienia przez organ uzgadniający można zaskarżyć do organu wyższego rzędu, natomiast jeżeli charakter tego uzgodnienia wynikał właśnie z doświadczenia Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków i tego, że celem, który mu przyświecał wydając takie a nie inne rozstrzygnięcie, była ochrona walorów zabytkowych całego naszego miasta, to trudno się spodziewać, że np. minister kultury, główny Konserwator Zabytków w tym zakresie wyda rozstrzygnięcie, które będzie diametralnie inne, i jeżeli Wojewódzki Konserwator w tym zakresie wypowiedział się w dany sposób to my dostaniemy rozstrzygnięcie w inny sposób. Tak jak mówiłem, to jest pewien projekt, który został wypracowany poprzez różne prace, które były podejmowane wcześniej w Biurze Planowania Przestrzennego poprzez analizę uwarunkowań prawnych czy formalnych, które zostały wskazane przez inne jednostki organizacyjne Urzędu Miasta Krakowa i miejskie jednostki organizacyjne, oraz przez organy opiniujące i uzgadniające. Ten projekt jest pewną taką sumą tych różnych oczekiwań i naszych propozycji, które my złożyliśmy, natomiast to jaka będzie wersja tego projektu na późniejszym etapie, zakłada dalszy jakby współdziałanie czy mieszkańców, czy wszystkich innych zainteresowanych osób poprzez te formy, które są przewidziane w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, czyli przede wszystkim poprzez możliwość składania uwag do projektu uchwały, a następnie poprzez ocenę tego projektu przez Radę Miasta Krakowa, która też jako przedstawiciel mieszkańców, czy reprezentant lokalnej wspólnoty jest w stanie oddziaływać i oddziałuje niejednokrotnie na zapisy projektów, czy to tego w przyszłości, a przede wszystkim projektów miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy. Kolejne zgłoszenie.

**Gość XV – p. /.../\***

/.../\*. Ja powiem tak, reklama jest czymś bardzo dwuznacznym, bardzo bliskim, reklama i reklamowanie, i oznacza wrzask tak naprawdę. Mamy do czynienia z wrzaskiem w przestrzeni i mamy do czynienia z oburzeniem na ten wrzask, więc tu wszystko co możemy powiedzieć i co powie społeczeństwo uwyraźnione na tych wykresach jest w jakiś sposób dwuznaczne, natomiast liczy się tak naprawdę układ sił, a układ sił w demokratycznych społeczeństwach, mówiąc trochę metaforycznie, rozstrzyga się za pomocą kija i za pomocą

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

marchewki. Ja mam pytanie o to jakiego Państwo macie kija na przedstawicieli branży, którzy będą robić wszystko, żeby tej reklamy było jak najwięcej, i jaką jednocześnie macie marchewkę na to, żeby z branży wyszło zrozumienie, że porządek w przestrzeni publicznej jest naszym wspólnym dobrem? I tak chciałbym podsunąć może kilka pomysłów, bo Kraków jest takim miastem, które chlubi się w Polsce tym, że jest miastem, pierwszym dużym miastem, w którym zafunkcjonował park kulturowy, i całą myślę branża reklamowa mogłaby się przyczynić do tego, żeby zareklamować to miasto w Polsce. Z drugiej strony Kraków jest niestety bardzo przykrym dowodem tego, żarty z tych nawet uchwał z obowiązującego prawa, to nie ma narzędzia do tego, żeby z tą branżą reklamową sobie poradzić. Kraków jest miastem, w którym przez kilka miesięcy ludzie mieszkali w reklamie, i ci ludzie mieszkali tam nielegalnie, natomiast fakt, że reklama przesłaniająca widok właśnie na Wawel stała nielegalnie przez 3 lata, do dzisiaj chyba tam nikt ani grosza z tego tytułu nie zapłacił, więc chciałem zapytać właśnie w tym kontekście. Pierwsza rzecz, i tu pojawia się właśnie sprawa audytu, czy jest taka możliwość, żeby wprowadzić zapisy, które pewnie w 80 % jak Państwo tutaj mówiliście, reklamy są albo prostu nielegalne, są albo zbudowane bez żadnych zgód, czyli je można zlikwidować bez żadnego dochodzenia, dostosowywania, czy ten czas można skrócić? Rzecz druga, czy możecie Państwo powiedzieć jak z tym dostosowaniem będzie wyglądało, jeżeli ktoś się nie dostosuje, jaki tutaj będzie rodzaj sankcji? To jakby jeżeli chodzi o te przykłady sankcji czy obostrzeń, bo tu np. Państwo mówiliście bardzo słusznie o tym, że jest taki ekran, za chwilę zostanie innowacyjny drugi ekran. Mamy branżę kreatywną, to jest branża, która potrafi zrobić pomnik, był taki pomnik Onowałowa, tak, możemy za chwilę zobaczyć pomnik na przykład, nie wiem kogo, na Rynku stanie obok pomnika McDonalda, tak, Ronalda McDonalda stanie obok Adama Mickiewicza, czy na takie działania Państwo jesteście przygotowani, bo obawiam się że nie całkiem, jeżeli np. spojrzymy na to jak branża rozdawczy ulotek wypełniła pewną lukę po zniknięciu tej reklamy takiej wielkoformatowej, więc chciałem zapytać trochę o sankcję, z drugiej strony, o reklamowanie dobrych rozwiązań. Czy w branży myślicie Państwo znajdziecie sojusznika, czy znajdziecie ich, sojuszników, w społeczeństwie, w jaki sposób zamierzacie tę zasadniczą, słuszną, ale jednak dalece niedoskonałą, jak to Państwo doskonale pokazują, uchwałę wypromować wśród obywateli tego miasta, którzy przy niedoskonałych narzędziach, które Państwo im dalsiście do ręki, pokazali, że zasadniczo to o prostu mają dość tej reklamy, i zasadniczo by najlepiej było może jakiś rezerwat dla niej zrobić gdzieś z daleka, żeby tam o prostu ci reklamodawcy, nie reklamodawcy, bo to właściwie nie są reklamodawcy, to są dostarczyciele nośników reklamowych, mieli swoje miejsce, gdzie mogliby, nie wiem, jakieś muzeum reklamy urządzić, albo coś takiego. Jakie pozytywne i jakie takie, no powiedzmy sankcjonujące...

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Czyli takie dwa główne pytania, tak, o sankcję i jakieś pozytywy, które miasto ewentualnie tutaj ma w zanadru.

**Gość XV – p. /.../\***

Tak.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Mnie się wydaje, że wszyscy, którzy tu są zgromadzeni, to wszystkim przyświeca cel, żeby Miasto Kraków wyglądało ładnie. Oczywiście to jest kwestia oceny co rozumiemy przez miasto, żeby wyglądało ładnie, ale nie budzi to wątpliwości, i to właściciele tutaj środowiska reklamowego podkreślają, że oni nie są przeciwko działaniu miasta, bo działania miasta mają uporządkować sposób i funkcjonowanie reklamy w przestrzeni publicznej. Oni są przeciwko takim reklamom, które powstały w sposób nielegalny, które funkcjonują i negatywnie z jednej strony oddziałują na sam rynek reklamy zewnętrznej, a z drugiej strony, mają ten charakter szpecący, bo oszpecają miasto tym właśnie, że taka reklama funkcjonowała przy ul. Marii Konopnickiej jako samowola budowlana. Ja myślę, że nasze działania są w tym zakresie spójne, bo każdemu z nas zależy na tym, żeby Kraków jako miasto wyjątkowe wyglądał pięknie. Oczywiście, nasze rozwiązania, te, które dzisiaj Państwu prezentujemy, one są restrykcyjne i w jakiś sposób uderzają w zakres prowadzonej działalności gospodarczej przez tych przedsiębiorców, ale to jest kwestia, którą mam nadzieję, że zostanie rozwiązane wypracowane takie, które z jednej strony zadowolą i mieszkańców, i przedsiębiorców, i tych, którzy będą chcieli reklamować się, bo będą mieli taką potrzebę ze względu na wykonywaną przez nich działalność gospodarczą, czy w związku z wykonywaną przez nich działalnością nie związaną z jakąś działalnością gospodarczą – to po pierwsze.

Po drugie, stan, który jest stanem dzisiejszym, dzisiaj mamy taką sytuację, że nielegalne reklamy, organem, który jest odpowiedzialny za ich usuwanie z przestrzeni publicznej de facto jest organ Nadzoru Budowlanego. Jedyną sankcją jest wskazanie, że dana reklama powstała w sposób nielegalny, przeprowadzenie postępowania administracyjnego, nakazanie rozbiórki tej reklamy, jeżeli jej ustalenia, jej parametry, jej gabaryty, miejsce i lokalizacja są niezgodne z ustaleniami planu miejscowego, bądź nie zachodzą przesłanki do jej legalizacji, no i w przypadku terenu przy ul. Marii Konopnickiej takie postępowanie się udało przeprowadzić, bo był plan miejscowy, były te warunki jakby formalne, które umożliwiały usunięcie takiej reklamy, natomiast bardzo dużo w przestrzeni publicznej funkcjonuje takich reklam, które są mniejsze gabarytowo i wydaje się, że Nadzór Budowlany nie był w stanie podjąć temu obowiązkowi i nie był w stanie zagwarantować, czy nie jest w stanie zagwarantować na dzień dzisiejszy przestrzegania w tym zakresie przepisów prawa, tak, aby te reklamy, które zostały zidentyfikowane jako reklamy nielegalne, zostały usunięte z przestrzeni publicznej. Nadzór ma takie a nie inne możliwości prawne, w takich a nie innych ramach prawnych funkcjonuje. Natomiast projekt uchwały jest skutkiem nowej regulacji prawnej i ta regulacja prawna zakłada możliwość karania tych osób, które umieściły w przestrzeni publicznej reklamy niezgodne z postanowieniami uchwały krajobrazowej, nakładaniem na nich opłat. Oczywiście, to ja już mówiłem wcześniej, to jest też takie narzędzie, które nie daje 100 % gwarancji, że uda nam się uzyskać ten docelowy rezultat, bo zawsze postępowanie administracyjne, w ramach którego takie kary mogą być nakładane, jest po prostu postępowaniem administracyjnym, to jest rozstrzygnięcie wydawane przez organ I instancji, od którego przysługuje odwołanie itd., to wiadomo, że to się może przeciągnąć, ale liczymy, że i my jako urzędnicy, i Państwo jako mieszkańcy miasta, są zainteresowani tym, żeby to miasto funkcjonowało lepiej, i w związku z tym, po pierwsze, że wypracujemy taki model, czy taki projekt uchwały krajobrazowej, która będzie akceptowana przez

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

mieszkańców, a po drugie, że będziemy się do tego prawa, które nasi radni uchwalą, będziemy się do niego stosować, z jednej strony będzie to taka działalność, jeżeli ktoś będzie chciał reklamować się, czy będzie chciał umieścić jakiś nośnik reklamowy w przestrzeni publicznej, to będzie stosował się do tych warunków, które zostaną określone w uchwale reklamowej, a po drugie, że my jako mieszkańcy, widząc, że w przestrzeni publicznej pojawił się jakiś nośnik reklamowy, który jest niezgodny z postanowieniami tej uchwały, też będziemy reagować, nie zostawimy też sprawy samopas, i myślę, że to jest. Dziękuję.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Jeszcze Pan, który się zgłaszał ad vocem poprzedniego pytania, poprzedniej wypowiedzi. Ja cały czas jestem z Panią w kontakcie, do Pani już podchodzę po tym zgłoszeniu, mamy jeszcze Pana i później Państwo. Proszę jeszcze o chwilę cierpliwości. Panu właśnie oddaję głos. Dziękuję.

**Gość V – p. /.../\***

Jeszcze /.../\*. Chcę powiedzieć, po pierwsze, że prawdopodobnie znakomita większość branży związanej z reklamą zewnętrzną była i jest zainteresowana wprowadzeniem zmian i porządkowaniem przestrzeni publicznej, i to wielokrotnie przez różne osoby było w trybie rozmów, konsultacji i tak dalej zgłaszane, m.in. na wspomnianym przez Pana spotkaniu z radnymi, którzy są w Komisji Infrastruktury Urzędu Miasta, na którym to spotkaniu miałem okazję być, byłem zaproszony przez przewodniczącego Rady, miałem również okazję przedstawić również pewną koncepcję, wizję jak my widzimy pewne rozwiązania. W związku z tym po tym co pan powiedział kilkanaście minut temu, muszę powiedzieć, że nie jestem skłonny po wysłuchaniu tutaj tej dyskusji, jak również tych odpowiedzi, wierzyć, że intencje miasta są rzeczywiście takie jak próbuje miasto przekonywać. Mogę to podeprzeć cytatem z komunikatu, który Urząd Miasta Krakowa przedstawił przed tym spotkaniem, cytując: „Projekt uchwały wyłożony obecnie do publicznego wglądu został zmieniony w stosunku do zaprezentowanej w 2016 r. koncepcji, tak, aby uwzględnić głos mieszkańców, jak również w efekcie dogłębnej analizy zagadnień prawnych związanych z przedmiotem uchwały oraz przy uwzględnieniu opinii i uzgodnień instytucji określonych w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym”, w tym m.in. Konserwatora, ludzi z ochrony środowiska, być może pani Plastyk. Chcę powiedzieć, że z punktu widzenia nie tych obostrzeń, które zostały wprowadzone, nie tych zakazów i nakazów, tylko z punktu widzenia samego spojrzenia na tą uchwałę, i to o czym już tutaj z punktu widzenia prawnego było powiedziane jak ona ma być realizowana, to jest po prostu dużo gorszy dokument niż ten, który został przedstawiony rok temu, a przypomnę, to nie była tylko broszura, to była jednak koncepcja uchwały, to był dokument, który przez ponad 8 miesięcy wisiał na stronach Urzędu Miasta Krakowa, i to była koncepcja uchwały, więc także chciałbym, abyśmy nie wprowadzali siebie nawzajem w błąd, dlatego że naszą intencją jest to, żeby uchwała była dobra, żeby ona była być może restrykcyjna, ale żeby ona była możliwa do zrealizowana i dała wszystkim szansę, także mieszkańcom. Ja sądzę, że tutaj odnosząc się do moich koleżanek i kolegów, którzy mówili w ankiecie, znaczy to nie było badanie reprezentatywne, to była po prostu ankieta internetowa. Ja mogę tylko zadać pytanie: w jaki sposób w ankiecie internetowej zdarzyło się, że ilość osób, te ponad 5 tys. osób, akurat proporcjonalnie były przypisane do poszczególnych

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

dzielnicy Krakowa? To jest ciekawe pytanie, tak? To tak jakby można podejrzewać, że z góry została ustalona reprezentacja poszczególnych dzielnic i ta reprezentacja wzięła udział w ankiecie, ale to jest uboczna rzecz. Chciałbym, abyśmy wspólnie dążyli do tego, żeby to o czym rozmawiamy i to o czym ma powstać było w ogóle możliwe do zrealizowania, ze wszystkimi tymi obostrzeniami, o których mówimy, bo jak na razie to mówimy jakby obok siebie, i moim zdaniem, wracam do początku mojej wypowiedzi, uważam, że intencje miasta nie są szczerze i chcą po prostu jakby boczną drogą wprowadzić coś co nie będzie sprzyjające i służące nikomu. Dziękuję bardzo.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy za uwagę i głos.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ja myślę tutaj, jeżeli mogę tylko ad vocem, że intencje miasta są nieszczerze bądź szczerze. Tak jak wspomniałem, projekt uchwały jest jakby opracowywany dwuetapowo. Pierwszy etap – działania Prezydenta Miasta Krakowa, który stara się w jakiś sposób uwzględnić postulaty, które były zgłaszane na I etapie, przedstawić Państwu projekt, pracować nad tym projektem i przedstawić dobry projekt Radzie Miasta Krakowa. Drugi etap to są działania Rady Miasta Krakowa, która też będzie rozstrzygała czy ten projekt jest dobry, oceniała, składała swoje postulaty. Ja myślę, że na razie Państwo oceniają pewien zakres prac, który został wykonany przez władze miasta, do przedłożenia I projektu do publicznego wglądu, natomiast tak jak mówię, jesteśmy na pewnym etapie prac, będziemy dalej pracować, i mam nadzieję, że przy pomocy uwag, które zostaną złożone do projektu planu i przy pomocy dalszych działań, które będzie podejmowało Biuro Planowania Przestrzennego, wypracujemy taki projekt, który będzie satysfakcjonujący i dla mieszkańców, i będzie satysfakcjonujący dla przedsiębiorców z branży reklamowej, i będzie satysfakcjonujący dla właścicieli nieruchomości, czy tych osób, które będą udostępniać, czy będą chciały skorzystać z możliwości umieszczenia reklamy. I należy pamiętać też o jednym, bo dyskusja jakby skupiła się na reklamach, bo grono osób, które są tutaj na sali jest zainteresowana tą problematyką uchwały reklamowej, natomiast jej podjęcie przez Radę Miasta Krakowa ma sprawić, że przestrzeń, w której każdy z nas żyje, każdy z nas mieszka, będzie bardziej przyjazna, będzie w odbiorze dla nas, jako mieszkańców Krakowa lepsza, i to jest taki cel, do którego zmierzamy, i mam nadzieję, że te wszystkie etapy prac, jedne zostały przeprowadzone lepiej, może inne zostały przeprowadzone gorzej, zgłaszają Państwo jakieś wątpliwości, w efekcie dadzą produkt dobry.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Głos Pani.

**Gość II – p. /.../\***

Ja chciałam zapytać o kwestię ewentualnych odszkodowań. Czy Państwo w ogóle pochyliłi się nad takim tematem? Zostało to już tu powiedziane, że po okresie dostosowawczym większość nośników, tak jak Pan powiedział, w zasadzie wszystkie słupy ogłoszeniowe, tak jak mówiłam w przypadku naszej firmy, ponad 90 % nośników musiałaby być usunięta, zostały one postawione, już mówiłam i wracam do znudzenia do tego tematu, zgodnie z

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

prawem, i moje pytanie jest takie. Ponieważ w naszej ocenie takie odebranie nam słuszenie nabytych praw nie jest niczym innym niż de facto wywłaszczeniem czy właściwie zablokowaniem nam możliwości prowadzenia działalności gospodarczej, czyli wiemy, że de facto wywłaszczenia jakkolwiek są możliwe, ale bardzo obwarowane, Konstytucja wprost mówi, że wywłaszczenie jest możliwe tylko wtedy, kiedy wyraźny przepis to dopuszcza, a poza tym za słusznym odszkodowaniem. Moje pytanie jest takie: czy Państwo zrobili symulację, badanie, rzeczywiście jakąś weryfikowalną, nie wiem, kontrolę stanu i tej przyszłej możliwej sytuacji roszczeń ze strony firm, tak jak akurat Cityboard Media, która zostanie pozbawiona możliwości prowadzenia działalności i zarobkowania na nośnikach, i czy państwo policzyli możliwe odszkodowania, kto ewentualnie będzie je wypłacał? Czy to zostało przez Państwa uwzględnione, wyważone przy badaniu interesów stron?

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy za głos.

**Gość II – p. /.../\***

Ale to jest jeszcze, to jest pytanie nr 1. Ja już dostałam mikrofon to chciałabym jeszcze pytanie nr 2, bardzo konkretne. W uchwale jest wprowadzony rozdział, który dotyczy lokowania nośników reklamowych na terenach towarzyszących obiektom usług. I teraz tak, zgodnie z definicją, która jest tutaj w słowniczku na samym początku, przez te tereny należy rozumieć tereny o minimalnej powierzchni 0,5 ha, w tym służące obsłudze parkingowej itd., lub stacjom paliw, wraz z towarzyszącymi im usługami gastronomicznymi – to jest jakby definicja, czyli by wychodziło tak, że teren, na którym można stawiać jakieś nośniki, to jest powierzchnia działki co najmniej 0,5 ha, tylko ja rozumiem z tego, że pod tym pojęciem rozumiemy teren, którym może być stacja paliw, towarzyszące usługi gastronomiczne itd., ale także każdy inny teren, który ma jakiś związek z obiektem handlowym. I teraz moje pytanie jest takie, jak przechodzimy już do rozdziału, który z kolei wprost określa szczegóły sytuowania właśnie w strefie od II do V na tych terenach usług, i jeżeli chodzi z kolei właśnie o nośniki reklamowe, to mamy znowu tutaj wskazanie takie, że możliwość jest sytuowania na parkingach naziemnych o powierzchni co najmniej 0,5 ha, i tam możemy postawić nośnik o powierzchni do 18 m<sup>2</sup>. Teraz moje pytanie jest takie: jaki jest stosunek tego, jak należy to rozumieć? Czy my chcąc postawić nośnik, założymy ten właśnie 18 m, to my bierzemy pod uwagę teraz powierzchnię, przykładów, jeżeli to jest stacja benzynowa, czy przy tej stacji benzynowej liczymy powierzchnię całej nieruchomości czy działki ewidencyjnej i tam jest ważne, żeby było 0,5 ha, czy jednak istotne jest, i to jest przeważające, bo jest to przepis szczególnie, że to ma być parking, który ma powierzchnie co najmniej 0,5 ha? Jak się mają do siebie w ogóle te powierzchnie i te określenia co jest tą działką, i co my bierzemy właśnie za podstawę – to jest jakby jedno, a drugie z kolei pytanie jest takie: czy jest to, te przepisy właśnie o możliwości lokowania nośników na tych terenach usług towarzyszących, czy one są szczególne, czy są normą szczególną, która ma pierwszeństwo przed ogólnymi przepisami, które mówią o odległościach, np. skrzyżowań od przejść dla pieszych itd. W skrócie, kazus jest taki, mamy stację benzynową, stacja benzynowa jest przy skrzyżowaniu, jest dużo mniejsza odległość niż ta minimalna, którą Państwo dopuszczają, i teraz moje pytanie jest takie: jeżeli ta stacja benzynowa ma łącznie powierzchnię, czy ta działka, na której ona się

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

znajduje, ma powierzchnię co najmniej 0,5 ha, to ten billboard, ten nośnik może stać pomimo tego, że jest np. blisko skrzyżowania? – i to jest jakby pytanie drugie. I pytanie krótkie trzecie: co to jest ogóle idea i treść, i skutek zapisu, regulacji dość dziwnej w par. 5? Par. 5 przewiduje coś takiego jak: „w celu ujednoczenia standardów jakościowych ogrodzeń...” – a nam chodzi głównie o tablice reklamowe i urządzenia reklamowe – „...w poszczególnych strefach zaleca się przeprowadzanie konkursów na elementy wyposażenia przestrzeni publicznej”. Później w uchwale nie ma w ogóle już na ten temat mowy. I teraz pytanie: co to są te konkursy? Że w wyniku tych konkursów ustalimy, nie wiem, jakieś parametry czy warunki, nie wiem, albo właściwie jakieś standardy wizualne czy jakościowe przykładowo, nie wiem, tablic, nośników reklamowych, i to będzie jakaś, nie wiem, książeczka, która będzie jakimś podręcznikiem, do którego my się mamy stosować, jaki jest walor, bo to jest jakby taki przepis, który z kolei jest normą pustą, nie ma właściwie żadnych konsekwencji, ani żadnego później przelinkowania do jakby dalszej regulacji w uchwale, więc to jest pytanie nr 3, o wyjaśnienie tego zapisu. Dziękuję.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Bardzo dziękujemy. Mamy 3 w takim wypadku pytania takie konkretne. Pytanie pierwsze, takie bardziej ogólne, które dotyczyło odszkodowań.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Nie robiliśmy takich konkretnych symulacji ile dany przedsiębiorca może potencjalnie stracić na wejściu w życie zapisów uchwały krajobrazowej w takiej wersji jaka jest zaproponowana w dzisiejszym projekcie. Nie budzi wątpliwości okoliczność, że takich roszczeń właściciel, który uzna, że poniósł szkodę na skutek uchwalenia w takiej wersji aktu prawa miejscowego, będzie dochodził w postępowaniu cywilnym przed sądem powszechnym. Przepisy ustawy w naszej ocenie wyłączają w tym zakresie możliwość stosowania art. 36 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, która tą kwestię reguluje, możliwość dochodzenia odszkodowań na skutek uchwalenia planu miejscowego. Uchwała krajobrazowa jakby została wyłączona z regulacji tego przepisu, w związku z tym zakładamy, że jeżeli ktoś uzna, że w jego ocenie zapisy tej uchwały przyczyniły się do powstania po jego stronie szkody to będzie takiej szkody dochodził w postępowaniu cywilnym, i nie jesteśmy w stanie oszacować jakiego rzędu to będą wielkości odszkodowań, bo to decyzja o tym, żeby wystąpić na drogę sądową to jest decyzja przedsiębiorcy, i on nie jest ani zobligowany do wystąpienia z takim roszczeniem, ani zgłoszeniem takiego roszczenia, ani z dochodzeniem takiego roszczenia władz miasta, w związku z tym jest takie zastrzeżenie, takie zastrzeżenie podnosili też radni Miasta Krakowa na Komisji Planowania Przestrzennego, jakby świadomość tego mamy, natomiast nie mamy konkretnych wyliczeń, czy nawet myślę, że nie jesteśmy w stanie podać konkretnych wyliczeń jakiego rzędu to wielkości mogłyby być, jeżeli to chodzi o odszkodowania.

Jeżeli chodzi o pytanie dotyczące terenu usług to założenie jest takie, po pierwsze, że są to przepisy specjalne, które funkcjonują dla stref od II do V, z wyłączenie I strefy, czyli obszaru Starego Miasta, są to przepisy szczególne, które w inny sposób regulują możliwość umieszczania tablic i urządzeń reklamowych, oraz szyldów na tym obszarze – to po pierwsze.

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

Po drugie, jeżeli mówimy o tym, że w tym obszarze, bo to jest taki obszar, w którym może występować większy rodzaj nośników reklamowych niż w innych obszarach, w związku z tym te nośniki, które same zostały w tej strefie dopuszczone, one mają swoje obostrzenia, i w przypadku tego nośnika, o którym mówiliśmy, że może zostać umieszczony na 0,5 ha, no to jest takie dodatkowe obostrzenie, czyli fe facto ten obszar usług, na którym chcielibyśmy umieścić ten nośnik 0,5 ha na parking, musi mieć więcej niż 0,5 ha, to nie jest to same 0,5 ha. Nie wiem czy to dobrze, czy jasne...

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Bardzo proszę do mikrofonu.

**Gość II – p. /.../\***

(...) stacji benzynowej ma być jeszcze odrębny wydzielony parking, który ma powierzchnię 0,5 ha, czyli ta stacja benzynowa założmy wtedy by musiała mieć w ogóle łącznie obszar 0,5 ha parking plus coś więcej.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Tak. Obszar usług, na którym chcielibyśmy umieścić ten nośnik reklamowy musi być większy, żeby mógł się na nim zmieścić, czy w ramach tego obszaru mógł się zmieścić 0,5 ha parking. To jest pewien warunek, który został określony dla jednego nośnika reklamowego, inne nośniki reklamowe takiego obostrzenia, które występują w tej strefie nie mają.

Te standardy jakościowe, o których mowa w par. 5, to jest taki nasz zapis, pewna taka norma programowa, którą zawarliśmy w projekcie uchwały, ponieważ chcielibyśmy, żeby, i takie z jednej strony będą podejmowane działania po stronie miasta, żeby te obiekty, które będą regulowane postanowieniami tej uchwały, czyli ogrodzenia, obiekty małej architektury czy nośniki reklamowe w postaci tablic i urządzeń reklamowych, starać się je zrobić w taki sposób, aby to były jednolite, że jeżeli mamy jednego dysponenta terenu to chcielibyśmy, żeby został przeprowadzony konkurs i w ramach tego konkursu, żeby została opracowana jednolita stylistyka takich obiektów, które będą na tym terenie występowały. To jest taka norma programowa bym powiedział głównie dla władz miasta, po to, żeby, bo wiemy, że takie działania będą podejmowane, miasto jest na etapie opracowania systemu informacji miejskiej i ten system też w jakiś sposób będzie zawierał te elementy, które będą regulowane w tej uchwale reklamowej.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Kolejny głos w dyskusji.

**Gość XVI – p. /.../\***

Nazywam się /.../\*. Chciałem porozmawiać z Państwem o jednym miejscu specyficznym w Krakowie, żebyśmy tak powiedzmy może pomówili konkretnie też. Ja reprezentuję przedsiębiorców i współwłaścicieli nieruchomości w obrębie Rynku Kleparskiego, przybliżę, to jest takie miejsce, gdzie się znajduje kamienica Lot, przystanek Lot, Kleparz itd., i to jest przykład co się dzieje, kiedy reklama, nie mówimy o reklamie wielkoformatowej tutaj jak

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

większość z Państwa zajmowała się tymi tematami, tylko mówimy o zwykłej takiej miejskiej reklamie, oraz o tzw. małej architekturze, kiedy to się wymyka spod kontroli i wdaje się w pewien chaos. Bardzo ciekawe miejsce w Krakowie, blisko Rynku, odwiedzane przez setki turystów dziennie, zostało totalnie na przestrzeni ostatnich lat zabudowane w sposób, nie wiem, kontrolowany, niekontrolowany, rozrósł się niesamowicie przystanek, który de facto stał się jednym wielkim banerem reklamowym, tam się pojawiła cała masa jeszcze jakiś słupów reklamowych, jakiś innych urządzeń, de facto tworzy to parawan, który oddziela to miejsce od ul. Basztowej, w odróżnieniu od innych takich powiedzmy placów miejskich w Krakowie, może to nie jest adekwatny przykład, ale widzę ile starań było włożone w Rynek Podgórski, gdzie to miejsce stało się pięknym, otwartym miejscem, z pięknym widokiem na kościół Św. Józefa, na te inne kamienice. To miejsce jest totalnie zamknięte i co się łączy z tym, mimo że bardzo atrakcyjne, bo jest też plac handlowy, gdzie przychodzi bardzo dużo turystów, tych zagranicznych zwłaszcza, którzy może tego u siebie nie mają, chcą zobaczyć z ciekawości, i to się wiąże z pewnego rodzaju, użyję takiego słowa, z patologią wręcz, bo kwietnie tam nielegalny handel, ale jest to związane z tym, że właśnie stworzony został ten parawan, został stworzony parawan, który oddziela ten obszar od ul. Basztowej i dzieje się tam wszystko, a nie powinno tego być, i tutaj mówię z taką troską też jako mieszkaniec miasta. Reklamy mi absolutnie nie przeszkadzają, jeżeli są dobrze skomponowane, ładnie zaprojektowane, nie zasłaniają architektury, to niech one będą, tylko niech nie oświetlają w nocy kierowców – to jest pierwsza sprawa. I też proszę Państwa, bądźmy świadomi tego, że do Krakowa przylatuje, nie wiem ile dziennie ląduje samolotów na Balicach, kilkadziesiąt na pewno, turystów zagranicznych, oni nie przyjeżdżają tutaj po to, aby oglądać reklamy, tylko żeby oglądać architekturę i przyjemnie spędzić czas. Wracając do tego miejsca, ja tylko zadam takie pytanie: czy ta nowa uchwała, która będzie, spowoduje, że sytuacja, która jest w tym miejscu, czy ona się poprawi?

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo za i uwagę, i pytanie.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ja powiem tak, projekt tej uchwały reklamowej dotyczy regulowania kwestii związanej z obiektami małej architektury, z reklamami, oraz z ogrodzeniami, natomiast kwestia czy dany przystanek będzie funkcjonował w formie wiaty czy w jakiś inny sposób w przestrzeni publicznej, nie jest uregulowana w tym zakresie, i my nie rozstrzygamy, że przystanek w ramach tutaj pierwszej obwodnicy od strony budynku dawnego Lotu powinien mieć wiatę, jakie parametry tej wiaty powinny być, bo to jest pewien standard, który jest przyjęty w mieście i decyzją zarządcy drogi w tamtym miejscu wiatą została ulokowana, wraz z kioskiem, który faktycznie stworzyło, można powiedzieć taki parawan ogradzający przestrzeń Rynku Kleparskiego od tutaj Starego Miasta, jakby w tym zakresie uchwała reklamowa nie będzie miała takiej możliwości, żeby zadecydowała, że ten kiosk ruchu, w którym sprzedawana jest prasa i jakieś inne rzeczy, wraz połączony z wiatą, zostanie zlikwidowany. My w tym zakresie jakby nie mamy możliwości regulowania, my tylko możemy uregulować kwestie tego ile i jakie reklamy znajdują się bądź na tym kiosku, bądź na tej wiacie

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

przystankowej, bądź na sąsiednich budynkach, w jaki sposób one zostaną zamontowane, i to jest tylko taka kwestia.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo.

**Pracownia Prac Studialnych Biura Planowania Przestrzennego – p. T. Antosiewicz**

Ja jeszcze uzupełniając te słowa. Chciałem tylko powiedzieć, że jeżeli chodzi o samą kwestię tych przystanków to my na tyle ile możemy regulować to staraliśmy się jakby ograniczyć ilość paneli, które mogą powstawać, także dla mniejszych przystanków są dopuszczone 2 panele, dla większych takich, które mogą już powstawać poza ścisłym centrum, tam mamy 3 panele, natomiast też tutaj jest kwestia, która zresztą tutaj była krytykowana, ale chcieliśmy jednak zwarzyć jakieś możliwości uporządkowania przestrzeni tak, żeby te słupy powstawały w jakiejś minimalnej odległości od przystanków, którą my tutaj określamy w parametrach w rejonie Kleparza jako minimum 15 m od wiat przystankowych.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy. Proszę Państwa, powoli będziemy zbliżać się do końca naszej dzisiejszej dyskusji. Ja tu mam jeszcze 4 zgłoszenia i też bym poprosiła o zasygnalizowanie, jeśli ktoś jeszcze z Państwa chciałby wziąć udział.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Jeżeli ja mogę Pani moderator przerwać w tym zakresie. Do Państwa dyspozycji, o czym powiedziałem na początku, są pracownicy Biura Planowania przestrzennego, którzy codziennie w godzinach pracy Biura, de facto można do nich zadzwonić, a w godzinach, które są podane w obwieszczeniu, w ogłoszeniu Prezydenta Miasta Krakowa, są osoby, które specjalnie dyżurują i czekają na Państwa, żeby Państwo mogli przyjąć, pewne zagadnienia, które budzą Państwa wątpliwości, albo mają Państwo jakieś pytania skierować, w związku z tym ja bardzo zapraszam, żeby skorzystać z tej możliwości, bo pora jest późna, może już tak powiem.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Ale pozwólcmy Państwu, którzy zgłaszali, mamy 4 zgłoszenia, natomiast pozostałe rozumiem, że będziemy mieli możliwość już w Biurze Planowania.

**Gość VII – p. /.../\***

Ja krótko, mam jedna uwagę, jedno pytanie. Uwaga jest taka, że w naszej ocenie źródłem zasadniczym tym wszystkich komplikacji, z którymi się tutaj zmagamy, jest wadliwa podstawa prawna do przyjmowania uchwał krajobrazowych, czyli wadliwa ustawa krajobrazowa. Uważamy, że na podstawie wadliwego prawa, wadliwej podstawy prawnej nie jest możliwe stworzenie prawidłowej w pełni uchwały krajobrazowej, dlatego też Izba zdecydowała się na złożenie wniosku do Trybunału Konstytucyjnego o zbadanie zgodności z Konstytucją tych przepisów ustawy krajobrazowej, które stanowią podstawę do przyjmowania uchwał krajobrazowych, to oczywiście chodzi o przepisy ustawy o planowaniu

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

i zagospodarowaniu przestrzennym, dlatego że uważamy, iż przepisy te w sposób istotny naruszają wartości konstytucyjne i zasady tj. ochrona prawa własności, ochrona praw nabytych i nie działanie prawa wstecz. Natomiast jeśli chodzi o pytanie, chciałem zapytać jak tak naprawdę mamy w sposób poważny potraktować to Państwa zaproszenie do składania uwag, dlatego że tutaj zgadzam się z Panem, że w zasadzie przez cały poprzedni rok pracowaliśmy już na takiej zaprezentowanej wersji, rozbudowanej projektu uchwały, i tam wiele środowisk, w tym również przedsiębiorcy składało konkretne bardzo uwagi i licznie brało udział w spotkaniach organizowanych, i debatach i ogólnych, i branżowych, i w zasadzie dzisiaj przedstawia się nam projekt, który w znakomitej większości do tych uwag się nie odnosi, ich nie uwzględnia i je ignoruje, więc tutaj mam pytanie czy Państwo jakby planują zmianę tego podejścia na etapie rozpatrywania już uwag do projektu uchwały? Dziękuję.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ja w tym momencie nie mogę odpowiedzieć, które uwagi złożone w okresie wyłożenia projektu uchwały oraz w tym okresie następującym po upływie okresu wyłożenia projektu do publicznego wglądu zostaną uwzględnione, bo ja, to jest jakby przedwcześnie. Po to jest ten czas, żeby Państwo teraz mogli złożyć te uwagi, żebyśmy pewne rzeczy spróbowali jeszcze dopracować, wypracować, ulepszać. Natomiast ja też mam takie odczucie, że są pewne takie zagadnienia, które dla władz miasta są jakby takie podstawowe i wydaje nam się, że w tym zakresie nie jesteśmy, jako Prezydent Miasta Krakowa podjąć rozstrzygnięcia diametralnie innego. Tak jak mówiłem, możemy się zastanowić nad tym czy pewne nośniki reklamowe, które zaproponowaliśmy nie powinny zostać rozmieszczone w innych strefach czy w inny sposób, albo po prostu gabaryty tych nośników powinny zostać lepiej dostosowane do potrzeb Państwa rynku, jako działających na rynku reklamowym, natomiast wydaje mi się, że pójdzie w taką jakąś odwrotną stronę, że reklama zostanie w znacznym stopniu do oczekiwań społecznych dopuszczona czy, no nie wiem, dozwolona jej ilość, wydaje mi się, że nie jesteśmy w tym zakresie tego przejść, chyba że będą oczekiwania mieszkańców w tym zakresie szły w taki sposób, żeby tą ilość tej reklamy zwiększyć, ale to jakie są oczekiwania mieszkańców, o nich przesądza treść składanych uwag. Jeżeli nie będzie uwag, które wskazywałyby, że oczekiwania mieszkańców są inne w stosunku do projektu, który prezentujemy, to też my nie bardzo mamy podstawę do tego, żeby ten projekt wywracać do góry nogami i wprowadzać nowe regulacje, dlatego tak ważnym jest, żeby te uwagi, które zostaną złożone, żeby były podpisane, żebyśmy też wiedzieli, zidentyfikowali kto chce takiej i takiej zmiany, bo też nie chodzi o to, że Państwo mają możliwości złożenia uwag w nieograniczonej licznie egzemplarzy i wskazywania, że tysiąc uwag jest za jakąś tam opcją, a jedna uwaga jest przeciwko. Oczywiście, tylko my też chcemy w jakiś sposób zweryfikować, bo sami to Państwo przedstawiali, że tak samo przy wypełnianiu ankiety, ankietę też wypełniały osoby, które chciały tą ankietę wypełnić, to nie było tak, że był jakiś przymus i poznaliśmy wolę wszystkich mieszkańców. Tutaj na tj. dyskusji też są osoby, które przyszły, bo wydaje im się, że projekt można ulepszyć i nie takiego projektu oczekują, w związku z

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

tym składają pytania podczas dzisiejszego spotkania, zamierzają złożyć uwagi, natomiast my też musimy założyć, że jest grupa mieszkańców, która jest zadowolona, i ten projekt być może nieprecyzyjnie zapisany, co wymaga sprecyzowania jak wskazał Pan mecenas, ale spełnia ich oczekiwania i takiego ukształtowania przestrzeni oczekują, i dlatego tak jak mówię, uwagi, czekamy na uwagi.

**Pracownia Prac Studialnych Biura Planowania Przestrzennego – p. T. Antosiewicz**

Ja zresztą sędzę, że samo to pytanie czy warto teraz składać uwagi jest raczej pytaniem merytorycznym, ponieważ jak sędzę wszystkim Państwu zależy na tym, żeby ten docelowy kształt uchwały był jak najlepszy i nie da się ukryć, że tutaj wszystkie uwagi, które będą składane, będą musiały być indywidualnie rozpatrzone, każde rozstrzygnięcie będzie musiało w przypadku ewentualnego nieuwzględnienia, będzie musiało być opatrzone jakimś uzasadnieniem – to po pierwsze. Poza tym pamiętajmy też, że cały ten dotychczasowy etap przygotowywania projektu w części koncepcji to jednak wszelkie konsultacje, które się na tamtym etapie odbywały miały charakter pozaustawowy. Nie mówię tego, żeby jakby lekceważyć, żeby tłumaczyć czemu akurat te ankiety czy nasze spotkania przebiegały w takiej czy w innej formie, nie mniej jednak były to spotkania czy konsultacje, które były jakimś uzupełnieniem tego trybu, który jest wskazany ustawie, który teraz właśnie ma miejsce, i teraz jest właśnie ten czas, kiedy Państwo...

**Głos z sali**

(...)

**Pracownia Prac Studialnych Biura Planowania Przestrzennego – p. T. Antosiewicz**

To znaczy, w tamtych, które wówczas się odbyły? Nie jest to indywidualna praktyka, że jednak te nasze działania wykraczają ponieważ ustawowy zakres, ponieważ sporządzanie planów także ma, można powiedzieć poszerzony zakres konsultacji społecznych, jest to w tym momencie powszechna praktyka Urzędu Miasta.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Tutaj miałam ostatnie zgłoszenia od Panów i Pana z przodu.

**Gość VII – p. /.../\***

Ja mam wielką prośbę, czy można wyświetlić ten slajd, gdzie jest definicja reklamy? Dziękuję. Ja za chwilę do tego przejdę. Ta uchwała proszę Państwa nie dotyczy tylko i wyłącznie reklamy w samej sobie generalnie o bilbordach, dotyczy również ogrodzeń i szyldów, i chciałem tu tylko chwilę nawiązać, ale mam jedno zasadnicze pytanie, szkoda, że Pan już wyszedł niestety, chciałem się zapytać, bo na początku prezentacji, na początku naszego spotkania podkreśliliście Państwo, że zgodnie z ustawą może tylko i wyłącznie regulować kwestie dotyczące lokalizacji, reklamy, ale w sumie dotyczącej dwóch rodzajów tej reklamy, czy tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego, czy Państwo to potwierdzacie?

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Nie możemy wskazywać, że działamy poza granicami...

**Gość VII – p. /.../\***

To ja się bardzo cieszę i w takim razie ja mam pytanie: w której z tych definicji, którą tutaj mamy wyświetloną mieści się mural?

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

W naszej ocenie mural mieści się jako tablica reklamowa, bo jest płaski.

**Gość VII – p. /.../\***

Bo jest płaski, no ale jest to przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy. Ja rozumiem, że Państwo...

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Tak, ekspozycja budynku służąca ekspozycji reklamy.

**Gość VII – p. /.../\***

Dobrze. To w takim razie to żeśmy sobie wyjaśnili, to ja jeszcze nawiąże do jednej kwestii, którą Państwo tutaj poruszyliście i była poruszana, dotycząca muralu, zanim przejdę do szyldów, mianowicie śmiem się nie zgodzić z Państwem, że mural na Galerii Krakowskiej nie stanowi reklamy, stanowi reklamę, ponieważ jest to część budynku usługowego, który służy określonej funkcji i ten mural de facto stanowi nic innego jak reklamę, dlatego że o tym muralu się mówi, Galeria tworzy pewnego rodzaju akcję związaną z tym, żeby się malowała, w związku z tym poprzez ten mural się reklamuje. Moim zdaniem poprzez ta uchwałę te murale na Galerii Krakowskiej powinny zniknąć, i to jest jedna rzecz. Natomiast kwestia szyldów i ogrodzeń. Po pierwsze, jeśli chodzi o szyldy. W ogóle w uchwale nie ma definicji szyldu. Nie wiadomo co to jest szyld z punktu widzenia tej uchwały. Państwo to definiujecie jako coś co nie jest tablicą reklamową ani urządzeniem reklamowym, no więc nie wiadomo tak do końca co to jest, i wydaje mi się, że warto byłoby w takim razie zdefiniować co macie Państwo pod hasłem szyld, mamy rozumieć. Druga rzecz, Państwo zastrzegli kwestię dotyczącą wieszania szyldów w taki sposób, że na większości budynków tych obecnie wznoszonych nie da się niestety tego szyldu powiesić. Ja na przykład mam kancelarię w obiekcie, w którym nie jestem w stanie spełnić warunków wynikających z tej uchwały, ja po prostu nie będę mógł mieć szyldu, ponieważ nie jestem w stanie zgodnie z Państwa uchwałą tego szyldu zamieścić, bo Państwo m.in. nakazujecie, żeby szyld wisiał 2,5 m nad poziomem terenu, ja niestety mam, że tak powiem kancelarię dokładnie, że tak powiem nad gzymsem, który wisi mi na wysokości 2,40, w związku z tym przy moim wejściu nie ma mowy, żeby pojawiła się tablica w postaci szyldu, ani na elewacji, no szczególnie architekt nie zgodzi się, żeby taki szyld powstał. Mało tego, Państwo tutaj wprowadzacie definicję głównego wejścia, w tego rodzaju obiektach bardzo często tych wejść jest kilkanaście, więc de facto, przepraszam bardzo, że tak brzydko powiem, ale Państwo właśnie piją do tego rodzaju obiektów, jakby całkowicie pomijając współczesną architekturę, która również pojawia się w

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

pewnych chronionych przez Państwa strefach, i myślę, że warto się jednak nad tym głęboko zastanowić jeszcze raz, bo naprawdę bardzo dużo osób będzie miało z tym problem – i to jest jedna rzecz.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy. Rozumiem, że jeszcze, ale bardzo proszę o zwięzłość.

**Gość VII – p. /.../\***

Jeszcze mówiłem o ogrodzeniach, jeszcze moment. Świetnie, że pojawia się ten malunek, dlatego że mamy tutaj szyld na górze, znowu ta sama sytuacja dotycząca obiektów biurowych. Państwo definiujecie kwestie dotyczące szyldów na obiektach do 18 m wysokości. Dużo budynków biurowych w tej chwili stawianych w strefach przez Państwa chronionych ma powyżej 18 m, i w związku z tym np. będzie musiało zdjąć te szyldy po 2 latach. To będzie duży problem, Kraków się promuje jako centrum outsourcingu, no dla wielu można powiedzieć dużych firm będzie to spory problem, jeśli będą musiały te szyldy pozdejmować. I w końcu ogrodzenia. Proszę Państwa, generalnie rzecz ujmując ja rozumiem, że jesteśmy za ochroną środowiska i za tym, żeby jeże mogły spokojnie chodzić, ale wprowadzili Państwo w tej chwili nakaz stosowania przejść dla zwierząt taki, że będzie musiał niestety wrócić rakaż w Krakowie, dlatego że większość psów jest w stanie wydostać się spod ogrodzenia, które ma 20 cm wysokości przejścia, pytanie, czy aż tyle, aż w taki sposób, i czy nie warto się jednak nad tym zastanowić, czy nie jest to pewnego rodzaju przesada. To wszystko, dziękuję.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Bardzo dziękuję za ta obszerną wypowiedź. Poproszę kolejnych rozmówców, bo mam ich jeszcze dwóch, o naprawdę bardzo krótkie pytania, bo tak się i z Panem, i z Panem umawiałam, że tu będzie jedno krótkie pytanie, tu będzie kilka zdań, i myślę, że potem podsumowującą już odpowiedź ze strony miasta.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Ja może od końca, bo mi tak łatwiej będzie. Jeżeli chodzi o kwestię ogrodzeń, wielkość i kształt tych prześwitów, które występują w tym ogrodzeniu, to przyjęliśmy taką praktykę, która od kilku lat funkcjonuje w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. Taki był postulat Środowiska, ale też Regionalnego Dyrektora Ochrony Środowiska, żeby zabezpieczyć możliwość swobodnego poruszania się dzikich zwierząt, i w związku z tym ta regulacja, która jest zawarta w projekcie tej uchwały jest tożsama z regulacją, która występuje cały czas w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. Na pewno od kilku lat, ja nie jestem w stanie dokładnie teraz powiedzieć od którego roku, takie zapisy w projekcie planu wprowadzamy, w związku z tym mając na uwadze, że ogrodzenia też trzeba dostosować, i we wcześniejszych regulacjach, które dotyczą ogrodzeń takie zapisy się pojawiały, ten zapis jakby powtórzyliśmy w projekcie naszej uchwały, natomiast tak jak mówiłem, jeżeli będą wątpliwości, Państwo chcą w inny sposób, żeby były sformułowane zapisy uchwały, w związku z tym prosimy o uwagę w tym zakresie. Jeżeli chodzi o szyldy, nie widzimy potrzeby, żeby definiować szyld, ponieważ szyld jest zdefiniowany w ustawie o

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, i nie widzimy potrzeby, zresztą zasady techniki prawodawczej to wykluczają, że w aktach niższego rzędu, czy aktach, które są sporządzane na podstawie przepisów innych, w których są pewne definicje zawarte, żeby definicje powtarzać, w związku z tym skoro w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym jest definicja szyldów, w art. 2 pkt 16 d, w związku z tym przyjmujemy, że ten szyld, o którym jest mowa w naszej uchwale reklamowej, to jest ten sam szyld, o którym jest mowa w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Jeżeli chodzi o kancelarię Pana mecenas, czy Pan mecenas będzie mógł umieścić szyld, to z tego co ja kojarzę, wydaje mi się, że na tyle nasze ustalenia dotyczące szyldów są szerokie, że takie miejsce będzie można umieścić bez względu na to jakie jest stanowisko architekta w tym zakresie. Wydaje mi się, że bez problemu w witrynie, w oknie, które są od strony ul. Masarskiej, taki szyld będzie się mógł znaleźć. Oczywiście, on może nie będzie miał takich pełnych parametrów, o których mowa, bo my mówimy, że szyld, czy zapisaliśmy w projekcie uchwały, że szyld może mieć powierzchnię do 1 m<sup>2</sup>, ja nie gwarantuję, że szyld Pana mecenas w takim projekcie będzie miał równy 1 m<sup>2</sup>, czy będzie mniejszy, ale wydaje mi się, że spokojnie ten szyld da się tutaj zmieścić.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy bardzo. Ostatni głos i jeszcze później tutaj Pan.

**Asystent Zastępcy Prezydenta ds. Rozwoju Miasta – p. G. Janyga**

Aha, jeszcze jeżeli mogę tylko. Mural, bo tam też to była taka kwestia, że mural na Galerii Krakowskiej. Oczywiście, kwestia tego co jest reklamą, co nie jest reklamą, jest dosyć dyskusyjna. Możemy się zastanowić czy dama z łąsiczką też nie jest reklamą, bo przecież Miasto Kraków słynie z tego, że tutaj jest dama z łąsiczką. I kwestia tego czy mural reklamowy na Galerii Krakowskiej, który z tego co ja kojarzę nie zawiera żadnych napisów, czy reklamuje akurat Galerię Krakowską, czy może jest tylko dziełem sztuki, które funkcjonuje na elewacji Galerii Krakowskiej jest dyskusyjna, natomiast my tego nie jesteśmy chyba w stanie rozstrzygnąć bez przeprowadzenia postępowania administracyjnego. Jeżeli będą wątpliwości co do tego czy ten akurat konkretny mural spełnia warunki uchwały reklamowej czy nie spełnia, zostanie ewentualnie wszczęte postępowanie w tym zakresie, bo takie postępowanie będzie mogło być wszczęte zarówno z Urzędu, jak i na wniosek, w związku z tym, jeżeli będą jakiegokolwiek wątpliwości w tym zakresie to, to zostanie rozstrzygnięte.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy. I moja gorąca prośba o tą zwięzłość, ponieważ już naprawdę proszę Państwa czas coraz bliżej nam zbliża się do końca.

**Gość VI – p. /.../\***

Ja mam takie pytanie, co się wydarzyło w ostatnim roku, ponieważ ostatnie spotkanie takie konsultacyjne mieliśmy w czerwcu 2016 r., mieliśmy się spotkać we wrześniu jako branża, która tutaj też powiem, że my też wiemy, że jest chaos reklamowy i też chcemy to zmienić, i czekamy, jak to jest, 12 dodać 3, 15 miesięcy. Ja pozwoliłem sobie zrobić analizę i powiem

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

tak, z tego wynika, że na rynku zostaną 2 firmy reklamowe, jedno to będzie miasto, a drugie, to już zostawię to do myślenia. Dziękuję.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo. I kolejne, ostatnie pytanie. Bardzo proszę, ostatnie jeszcze tutaj, przedostatnie, i ostatni Pan.

**Radny Miasta Krakowa – p. J. Jałocha**

Szanowni Państwo, miałem nie zabierać głosu. Józef Jałocha, radny Miasta Krakowa, członek Komisji Planowania i jednocześnie Infrastruktury. Powiem tak, że to co usłyszałem to zdwoiło moje wątpliwości, miałem już je na Komisji Planowania Przestrzennego, teraz się to pogłębiło. Ja cały czas się zastanawiam nad bilbordami i odszkodowaniami, i zastanawiam się czy radni Miasta Krakowa podejmą się takiego działania, żeby wyznaczyć, które bilbordy mają zostać, a które mają być usunięte, no nie za bardzo to widzę. Mówienie o tym, że radni, że Rada, no proszę Państwa, to Państwo przygotowujecie tą ustawę, my ją opiniujemy, słuchamy mieszkańców, słuchamy przedsiębiorców, i wydaje mi się, że z tego co tu usłyszałem, nie szybko tą uchwałę uchwalimy, bo jest zbyt wiele problemów, i potrzeba by było spotkań, nie takie jak dzisiaj, ale też żebyście Państwo przyszli na Komisję Planowania Infrastruktury, być może trzeba by takie spotkania dotyczące tej uchwały zrobić, i żebyście Państwo przedstawili radnym problemy – to jest jedno. Żeby oni po prostu zrozumieli, bo tą uchwałę czyta się bardzo ciężko, tak jak tutaj przede mną przedmówcy mówili – to jest jedna kwestia. Druga. Jest prośba, jeżeli Państwo będziecie sporządzać te uwagi to ja mam taką prośbę, a szczególnie do prawników, żeby odpowiednie paragrafy, czy nawet punkty, już gotowe przygotować, przedstawić, tak, żebyśmy mogli je przeanalizować i je zaakceptować w całości na przykład, jeżeli to oczywiście będzie zgodne z prawem i z ogólną wolą mieszkańców, także to jest kolejna kwestia. Jeżeli Państwo będziecie prosić o spotkanie tzw. branżowe, to ja bardzo chętnie będę w tym uczestniczył, i zobowiązuje się, że na pewno przeczytam tą uchwałę i rozłożę sobie ją na drobne elementy. Jeżeli coś obiecuję, to zawsze tego dotrzymuję. Dziękuję bardzo.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękujemy za głos. I ostatni głos w dzisiejszej dyskusji, już do Pana zmierzam. Oczywiście przypominam równocześnie, że mają Państwo czas do 13 października na składanie uwag.

**Gość XVII – p. /.../\***

Dzień dobry. Ja się nazywam /.../\*, jestem radcą Izby Przemysłowej w Krakowie. Od 20 lat związany z branżą reklamową, reprezentuje małe i średnie przedsiębiorstwa w Izbie Przemysłowo-Handlowej zrzeszone. Chciałem nawiązać do jednego tematu, po którym się Pan bardzo delikatnie prześlizgnął, i rozumiem, że sprawa jest ciężka i trudna, a nawiązuję trochę do marchewki, o której Pan mówił. Otóż od 20 lat próbujemy, my, branża reklamowa, bo tak mogę powiedzieć, walczyć i namawiać właściciela – miasto, do walki z nielegalnymi reklamami, z nielegalnymi nośnikami reklam, z tym wszystkim co tak bardzo szpeci miasto i co tak bardzo denerwuje mieszkańców. Gdyby, gwarantuję Państwu, tych 80 % reklam nielegalnych, o których tu wszyscy dzisiaj mówili, może jest ich 75 %, nie wiem tego, nie

**DYSKUSJA PUBLICZNA NA TEMAT UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ,  
19 września 2017 r.**

---

mamy tego policzone, gdyby tych nielegalnych reklam w Krakowie nie było, to zupełnie inaczej wyglądałyby wyniki tych badań i tego sondażu, dlatego moja gorąca prośba, to nie zarzut, wiem, że ciężko, wiem, że to nie jest łatwa sprawa, bo jak mówię, od 20 lat z tym problemem się zmagamy wszyscy jak tu siedzimy, bo akurat my jak tu siedzimy to wszyscy prowadzimy naszą działalność legalnie, i to jest trochę jak w kościele proboszcz mówi do ludzi, że nie chodzą do kościoła, prawda? Ale to jest mój apel i apel całego środowiska, wszystkich moich przyjaciół z branży do Państwa, żebyście spróbowali tą marchewkę nam pokazać, że jest jakaś wola, jakiś pomysł, jakiś sposób gminy na to, żeby z miasta wyeliminować nielegalne reklamy, oraz wszystkie te nośniki reklamowe, za które gmina nie dostała od wielu miesięcy, albo i od wielu lat grosza wynagrodzenia, i to na dobry początek byłaby ogromna zasługa gminy i fajny pomysł, żebyśmy mogli przystąpić do tego działania, i do tego spotkania, na które czekamy od 15 miesięcy wszyscy. Więcej nie będę poruszał, bo się spieszymy, więcej tematu nie będę poruszał. Dziękuję bardzo.

**Moderator Dyskusji, Kierownik Miejskiego Centrum Dialogu – p. M. Lewandowska**

Dziękuję bardzo za ten głos podsumowujący, i opinię, i uwagę. Rozumiem, że Państwo jakby wyczerpali dzisiaj na tyle, na ile dały nam możliwości czasowe. Niezmiernie przypominam o tym, że do 13 października jest czas na składanie uwag, opinii, i tak jak było też powiedziane, każda forma tej uwagi, każda forma opinii będzie brana pod uwagę i miasto zobowiązuje się do tego, aby każdą uwagę, która zostanie jakby uwzględniona czy nieuwzględniona, żeby było uzasadnienie, dlaczego nieuwzględniona zostaje pewna uwaga, opinia, czy wniosek. Dziękujemy jeszcze raz bardzo serdecznie. Bardzo państwu dziękuję za wyrozumiałość, za cierpliwość i za oczekiwanie czasami w długiej kolejce na zabranie głosu. Dziękuję, dobranoc.

Na podstawie nagrania,  
stenogram wykonała:

Monika Sobieraj

\* wyłączenie jawności w zakresie danych osobowych; na podstawie art. 1 i 6 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r., Nr 101, poz. 926 z późn. zm.); jawność wyłączył Tomasz Gdula - Biuro Planowania Przestrzennego UMK