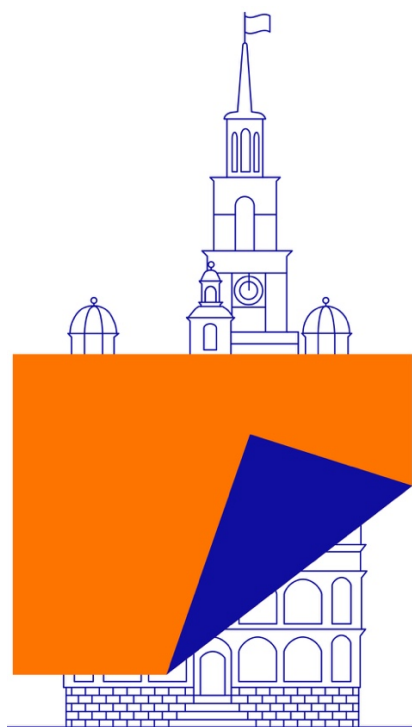


ODKRYJMY POZNAŃ



RAPORT Z KONSULTACJI SPOŁECZNYCH DOT. PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ

na podstawie
Zarządzenia nr 358/2019/R Prezydenta Miasta Poznania
z dnia 11 kwietnia 2019 r.

POZnań*
Wydział urbanistyki
i architektury

Wrzesień 2019 r.

Raport z konsultacji społecznych dot. projektu uchwały krajobrazowej

Między 25 kwietnia, a 30 czerwca 2019 r. odbyły się konsultacje społeczne projektu Uchwały krajobrazowej, czyli uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Celem konsultacji było przedstawienie mieszkańcom Poznania, operatorom reklamowym oraz inwestorom i przedstawicielom innych podmiotów realizujących swoje zadania na terenie miasta Poznania projektu dokumentu, wyjaśnienie zapisów, zebranie uwag i wątpliwości.

Konsultacje zostały przeprowadzone na podstawie Zarządzenia nr 358/2019/R Prezydenta Miasta Poznania z dnia 11 kwietnia 2019r. Przybrały formę trzech otwartych spotkań oraz zbierania pisemnych opinii, propozycji i uwag, które mogły zostać przekazane w formie wiadomości przesyłanych pocztą elektroniczną na adres krajobrazowa@um.poznan.pl lub listów dostarczonych do kancelarii Wydziału Urbanistyki i Architektury Urzędu Miasta Poznania bądź przesłanych pocztą tradycyjną.



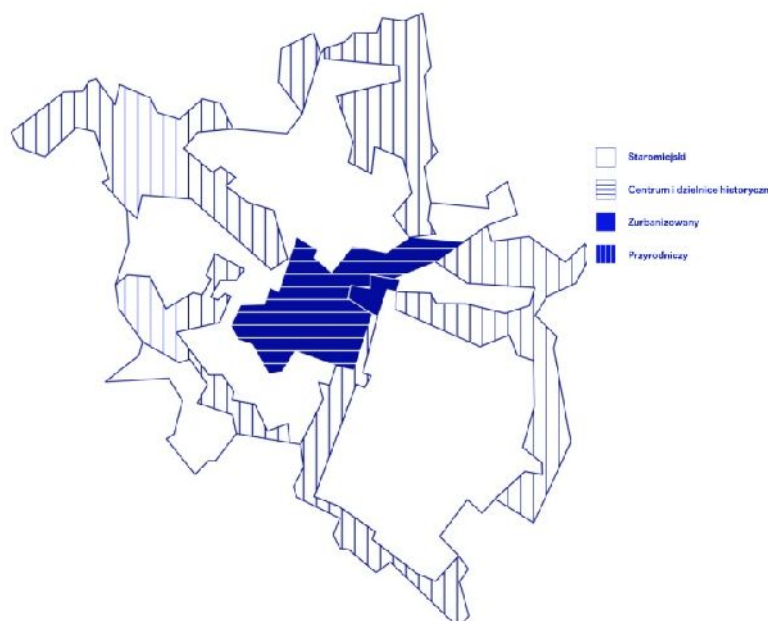
Organizatorem konsultacji był Wydział Urbanistyki i Architektury Urzędu Miasta Poznania przy wsparciu Gabinetu Prezydenta.

Informacja o konsultacjach została przekazana opinii publicznej za pomocą strony internetowej Urzędu Miasta Poznania www.poznan.pl oraz www.poznan.pl/krajobrazowa, mediów społecznościowych, rozesłanych wiadomości e-mail oraz tradycyjnych plakatów – dystrybuowanym przy wsparciu Rad Osiedli.

W dokumencie miasto podzielone zostało na cztery obszary: staromiejski, centrum i historyczne dzielnice, zurbanizowany oraz przyrodniczy, dla których obowiązują zróżnicowane zasady dla sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. Najbardziej rygorystyczne zapisy dedykowane zostały obszarowi staromiejskiemu, obejmującemu historyczną tkankę miejską tj. teren Starego Rynku, Chwaliszewa oraz Ostrowa Tumskiego. Należy pamiętać, że na części tego obszaru obowiązuje uchwała konserwatorska Park Kulturowy Stare Miasto w Poznaniu. W strefie tej dopuszcza się przede wszystkim szyldy o ograniczonych parametrach. W strefie centrum i historyczne dzielnice, poza szyldami dopuszczone zostały wolnostojące urządzenia reklamowe jak citylighty, słupy reklamowe oraz billboardy, które mogą zostać usytuowane jedynie przy drogach położonych wzdłuż głównych dróg ruchu przyspieszonego, z wyłączeniem odcinków dróg przebiegających przez tereny parków

Raport z konsultacji społecznych dot. projektu uchwały krajobrazowej

oraz skwerów. Najmniej rygorystyczne zapisy obowiązują w strefie zurbanizowanej, w której poza wielkogabarytowymi szyldami, dopuszczone zostały także wolnostojące tablice i urządzenia reklamowe jak citylighty, billboardy, a także pylony do 25m - w konkretnych sytuacjach przestrzennych. W strefie przyrodniczej, w której dominuje zieleń, nośniki reklamowe zostały ograniczone do citylightów oraz nośników reklamowych związanych z elewacją budynku. W każdej ze stref dopuszczono możliwość lokalizacji masztów z banerem reklamowym, reklam na ogrodzeniach placów budowy oraz nadruków na siatkach ochronnych umieszczanych na rusztowaniach na czas trwania robót budowlanych związanych z remontem elewacji budynku (przy czym w każdej ze stref zróżnicowana została powierzchnia reklam na siatce).



Spotkanie otwierające konsultacje odbyło się 25 kwietnia 2019 r. o godzinie 17.00 w Sali Białej Urzędu Miasta Poznania. W spotkaniu udział wzięli dyrektor Wydziału Urbanistyki i Architektury, Architekt Miasta Piotr Sobczak, autorzy zapisów projektu: Pełnomocnik Prezydenta Miasta Poznania ds. estetyki miasta, 'plastik miejski' Piotr Libicki, Alicja Bogalecka-Pabisiak i Beata Bączyk – pracownicy Wydziału Urbanistyki i Architektury, a także członkowie Zespołu do spraw przygotowania uchwały krajobrazowej, pracownicy Wydziału Urbanistyki i Architektury. Spotkanie przeznaczone było dla wszystkich zainteresowanych, szczególnie zaś dla przedstawicieli branży reklamowej. Wzięło w nim udział blisko 70 osób. Spotkanie rozpoczęło się od prezentacji głównych założeń projektu Uchwały (w formie prezentacji multimedialnej), później nastąpiła ożywiona dyskusja, podczas której wyraźnie starły się poglądy przeciwników (przede wszystkim przedstawiciele lokalnej branży reklamowej) oraz zwolenników (mieszkańcy, społecznicy) zapisów projektu Uchwały. Warto dodać, że pojawiły się głosy mieszkańców mówiące o zbyt liberalnych zapisach przyjętych w projekcie uchwały. Część z nich była zdania, że w uzasadnionych przypadkach reklamy trzeba całkowicie zakazać. Wiele emocji wywołały zapisy dotyczące braku możliwości umieszczania reklam na ścianach budynków oraz kwestii ogrodzeń.

Raport z konsultacji społecznych dot. projektu uchwały krajobrazowej

Dwa kolejne spotkania były dedykowane przede wszystkim nowo wybranym radom osiedli, które w założeniu autorów projektu miałyby się stać ambasadorami zapisów Uchwały krajobrazowej.

3 spotkania



25/04

dedykowane operatorom
reklamowym, lokalnym
przedsiębiorcom i innym
zainteresowanym



04/06

dedykowane Radom Osiedli
i Mieszkańcom
(obszar staromiejski oraz
centrum i hist. dzielnice)



05/06

dedykowane Radom Osiedli
i Mieszkańcom
(obszar zurbanizowany
oraz przyrodniczy)

Wydział Urbanistyki i Architektury
oprac. A. Drogalska-Szabłowska

4 czerwca 2019 r. odbyło się spotkanie dla rad osiedli i mieszkańców obszaru staromiejskiego oraz centrum i historyczne dzielnice, a więc osiedli: Stare Miasto, Ostrów Tumski – Śródką –Zawady – Komandoria, Wilda, św. Łazarz, Górczyn, Stary Grunwald, Jeżyce, Sołacz, Stare Winogrody. W spotkaniu wzięło udział około 20 osób. W związku z niewielką liczbą uczestników, spotkanie przybrało charakter swobodnej rozmowy. Na początku uczestnikom zaprezentowano główne założenia projektu uwzględniając przede wszystkim zapisy dla obszaru staromiejskiego oraz centrum i historyczne dzielnice. Mieszkańców interesowała skala nielegalnych reklam, procedura związana z ich usuwaniem oraz zmiany jakie nastąpią po wprowadzeniu uchwały w życie. Przedstawiciele rad osiedli dopytywali również jakie są wobec nich oczekiwania. Pracownicy Wydziału Urbanistyki i Architektury poprosili przede wszystkim o przekazywanie informacji mieszkańcom o zamiarze wprowadzenia nowych przepisów. Rady zostały zapewnione o wsparciu ze strony urzędu, przygotowaniu dodatkowych materiałów informacyjnych i gotowości na indywidualne spotkania, jeśli będzie taka potrzeba.

5 czerwca 2019 r. zaproszono rady osiedli i mieszkańców z obszaru zurbanizowanego i przyrodniczego, czyli rady osiedli: Kiekrz, Krzyżowniki – Smochowice, Strzeszyn, Podolany, Piątków, Jana III Sobieskiego i Marysienki, Morasko – Radojewo, Umultowo, Naramowice, Nowe Winogrody Wschód, Nowe Winogrody Północ, Nowe Winogrody Południe, Główna, Wianiary, Ogrody, Wola, Ławica, Grunwald Północ, Grunwald Południe, Junikowo, Fabianów – Kotowo, Kwiatowe, Świerczewo, Zielony Dębiec, Starołęka – Minikowo – Marlewo, Głuszyna, Krzesiny – Pokrzywno – Garaszewo, Szczepankowo – Spławie – Krzesinki, Żegrze, Chartowo, Rataje, Warszawskie – Pomet – Maltańskie, Antoninek – Zieleniec – Kobylepole. W spotkaniu udział wzięło ponad 30 osób. Podobnie

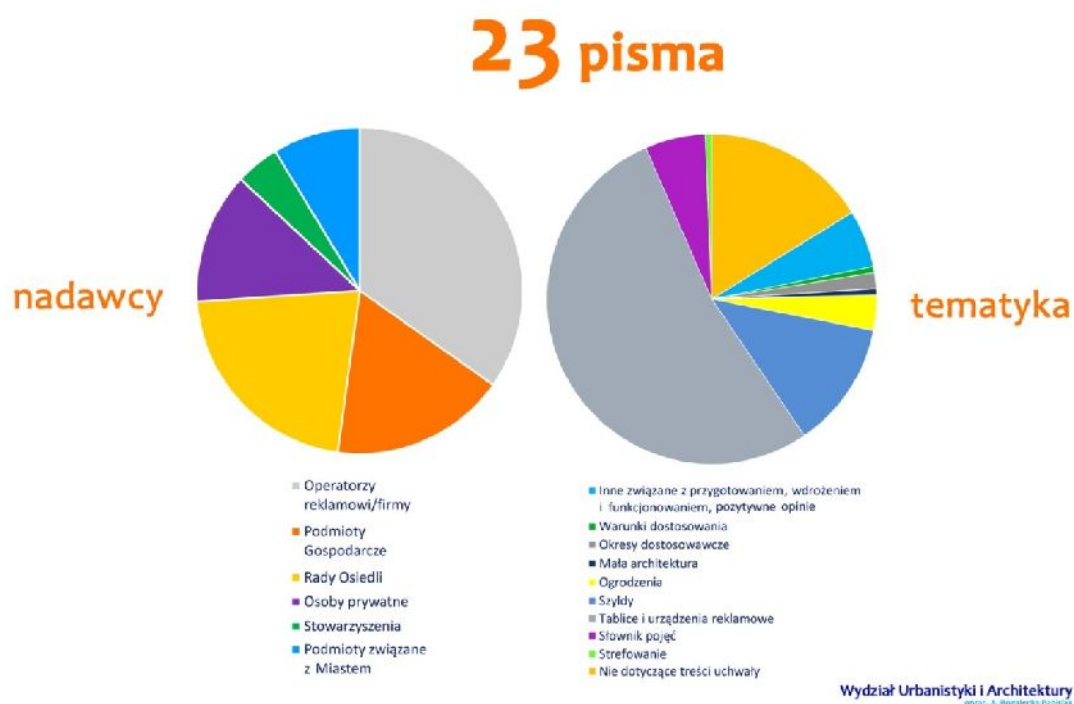
Raport z konsultacji społecznych dot. projektu uchwały krajobrazowej

jak w przypadku wcześniejszych spotkań zaprezentowano główne założenia projektu uchwały, skupiające się przede wszystkim na obszarze zurbanizowanym i przyrodniczym, po czym przystąpiono do dyskusji. Mieszkańcy prosili o wyjaśnienie pojęć takich jak maszty, ażurowość czy żywopłot. Ponownie sporo miejsca poświęcono na dyskusję na temat płotów. Mieszkańcy zwrócili uwagę na problem ogrodzeń na placach budowy i przy budynkach sakralnych. Proszono również o wyjaśnienie kwestii związanych z relacją między uchwałą, a miejscowymi planami zagospodarowania przestrzennego.

Podczas każdego ze spotkań obecni byli także przeciwnicy wprowadzenia zapisów projektu, którzy uważali, że mieszkańcy (w tym wspólnoty mieszkaniowe) mają prawo do dysponowania swoją nieruchomością w dowolny sposób. Padały również zarzuty pod adresem urzędu, że przy pomocy Grupy MTP chce wprowadzić monopol na zarządzanie reklamą w mieście.

Od 25 kwietnia do 30 czerwca 2019 r. do Wydziału Urbanistyki i Architektury Urzędu Miasta Poznania wpłynęły 23 pisma zawierające ponad 300 uwag dotyczących projektu uchwały. Nadawcami pism byli przede wszystkim operatorzy reklamowi oraz podmioty gospodarcze.

Wpłynęło również 5 opinii rad osiedli. Rada Osiedla Morasko-Radojewo, Rada Osiedla Podolany, Rada Osiedla Wilda wyraziły swoje poparcie dla działań zmierzających do uporządkowania chaosu reklamowego w mieście. Rada Osiedla Wilda zawnioskowała o przygotowanie dodatkowej pomocy na wzór istniejącego już Szydłownika, odnoszącej się do reklam (Reklamownik). Natomiast Rada Osiedla Krzesiny-Pokrzywno-Garaszewo wyraziła swoją obawę związaną z kosztami jakie będą musieli ponieść mieszkańcy w związku z wymianą ogrodzeń z prefabrykowanych betonowych przęseł i zasugerowała, aby samorząd partycypował w kosztach.



Raport z konsultacji społecznych dot. projektu uchwały krajobrazowej

Na potrzeby niniejszego raportu uwagi podzielono na następujące grupy tematyczne:

- strefowanie,
- słownik pojęć,
- tablice i urządzenia reklamowe,
- szyldy,
- ogrodzenia,
- mała architektura,
- warunki dostosowawcze,
- opinie rad osiedli,
- inne.

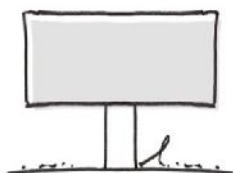
W związku z tym, że prawie połowa wszystkich uwag dotyczyła tablic i urządzeń reklamowych podzielono je dodatkowo na podkategorie: ogólne, gabłota, reklama w oknie, wklejka, malowane na ścianie, pionowy baner na elewacji budynków kultury, nadruki na siatkach ochronnych (na czas remontu), reklamy na ogrodzeniu placu budowy, citylighty, wyświetlacze, maszty z banerem reklamowym, banery reklamowe wzdłuż ulic, billboardy, pylony, słupy reklamowe, reklama na elewacji budynku handlowo-usługowego, nadruki na lambrekinach parasoli (ogródki gastronomiczne). Ponad 30 uwag odnosiło się do bilbordów. W pismach poruszana była głównie kwestia zmian odległości. Kolejnym zagadnieniem wyraźnie wybrzmiewającym w uwagach było malowanie na ścianach, tutaj wnioskowano o zwiększenie powierzchni reklam. Podobne postulaty występowały w przypadku nadruków na siatkach ochronnych (na czas remontu).

Około 30 wniosków dotyczyło sztyldów. Wnioskodawcy proponowali nowe formy sztyldów, które nie zostały uwzględnione w projekcie zapisów.

300 uwag najistotniejsze grupy zagadnień:



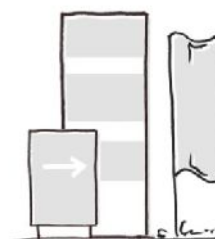
**Reklamy na
ścianach
szczytowych
budynków**



**Zasady i warunki
sytuowania
tablic reklamowych
typu billboard**



**Szyldy dla obiektów
handlowych -
elastyczniejsze
zapisy**



**System informacji
kierunkowej,
wysokości
pylonów, i inne**

Raport z konsultacji społecznych dot. projektu uchwały krajobrazowej

Ogrodzenia to temat, który wzbudził największe emocje wśród mieszkańców. Postulowano głównie o możliwość zwiększenia wysokości ogrodzeń, uzasadniając to względami bezpieczeństwa. Kolejnym podnoszonym zagadnieniem była możliwość zwiększenia powierzchni ażurowej w poszczególnych przęsłach ogrodzeń.

Do kategorii inne zaliczono uwagi dotyczące polityki reklamowej w Poznaniu i w Polsce, krytykę Grupy MTP jako głównego operatora reklamowego w Poznaniu, kwestie egzekucji przepisów oraz edukacji. Znalazły się tu również uwagi nie dotyczące projektu uchwały jak np. stragany czy śmietniki

Jeśli chodzi o analizę wniosków pod kątem podziału na obszary to najwięcej uwag dotyczyło strefy zurbanizowanej.



Wydział Urbanistyki i Architektury
oprac. A. Wojciechowski

Podsumowując, 3 obszerne spotkania oraz 23 pisma to ponad 300 przeanalizowanych uwag, które wymagały kolejnych wizji w terenie, dokonania nowych pomiarów oraz przeanalizowania wpływu tablic i urządzeń reklamowych na jakość zastanej przestrzeni.

Bazując na otrzymanych uwagach oraz propozycjach zmian cały czas analizowana jest możliwość lokalizacji billboardów na ślepych ścianach budynków strefy zurbanizowanej.

Uwzględniony został postulat sytuowania systemowych nośników reklamowych, innych niż billboardy, na nieruchomościach zabudowanych budynkami handlowymi lub gastronomicznymi, zawierającymi często informację o oferowanych produktach czy możliwości skorzystania z parkingu (często z logo danego przedsiębiorstwa).

Zgodnie z postulatami - ograniczona została powierzchnia reklam na ogrodzeniach placów budowy, a także określony został okres czasowy w jakim nośniki te mogą się pojawiać.

Raport z konsultacji społecznych dot. projektu uchwały krajobrazowej

W każdej ze stref zwiększone zostały powierzchnie reklam w formie nadruków na siatkach ochronnych umieszczanych na rusztowaniach na czas trwania robót budowlanych związanych z remontem elewacji budynku.

Doprecyzowane zostały parametry billboardów, słupów reklamowych, a także niektórych szyldów. Określona została maksymalna ilość citylightów w wiatach przystankowych.

Przeanalizowane i zmienione zostały także zapisy poświęcone ogrodzeniom, na które uwagę zwracali mieszkańcy.

Szczegółowe odniesienie do otrzymanych uwag zostało dołączone do niniejszego podsumowania w formie tabeli zbiorczej – załącznik nr 1.

DYREKTOR WYDZIAŁU

mgr inż. arch. Piotr Sobczak

Piotr Sobczak
Dyrektor Wydziału Urbanistyki i Architektury