

Znamy założenia uchwały krajobrazowej

Data publikacji: 2.10.2018 9:15

Urząd Miejski w Cieszynie rozpoczął prace nad stworzeniem Uchwały Krajobrazowej. Ten akt prawa miejscowego ma regulować kwestie związane z rozmieszczaniem reklam na terenie miasta. Znane są już podstawowe założenia uchwały.

slajd z prezentacji, dotyczące uchwały

Przypominamy, że dotychczas trwa etap konsultacji społecznych. Po wynikach ankiety dla mieszkańców, turystów i przedsiębiorców, wiadomo już, że zdecydowana większość respondentów stwierdziła, że faktycznie, wprowadzenie ładu związanego z rozmieszczeniem reklam jest konieczne.

Przedstawienie założeń do uchwały krajobrazowej jest etapem drugim prac. Wcześniej przeprowadzono diagnozę przestrzenną. Następnie specjaliści przystąpią do opracowywania dokumentu, po którym nastąpi procedura formalna. W dalszym ciągu trwają konsultacje społeczne – mieszkańcy mogą wziąć udział w spotkaniach i wypowiedzieć się na temat planowanych zmian.

W prezentacji, dotyczącej założeń uchwały krajobrazowej, którą można znaleźć na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Cieszynie, zawarte zostały cele, jakie przyświecają twórcom regulacji, wyzwania, z jakimi muszą sobie poradzić i zasady, które będą w uchwale zawarte.

Głównymi celami wprowadzenia uchwały są:

- ochrona krajobrazów wartościowych
- uznanie krajobrazów kompromisowych

Wyzwania, związane z uchwałą:

- dysharmonia szyldów w historycznym centrum
- wielkie reklamy przy S-52
- reklamy, znajdujące się przy wjazdach do centrum Cieszyna
- dzielnica ekonomiczna w sąsiedztwie historycznego centrum
- reprezentacyjne nabrzeże – granica PL
- nadmiar tablic i banerów niskiej jakości technicznej
- nadmierna koncentracja reklam przy skrzyżowaniach
- ogrodzenia niskiej jakości
- niektóre obiekty małej architektury nie spełniają oczekiwań

Uchwała obejmuje:

- elementy wyposażenia przestrzeni, takie jak: tablice i urządzenia reklamowe, szyldy, obiekty małej architektury i ogrodzenia
- obszar całego Cieszyna: grunty prywatne i publiczne
- obowiązek dostosowania istniejących reklam i szyldów

Idee nadrzędne uchwały:

- szyldy są pożądane w przestrzeni miejskiej, zaś inne reklamy można dopuścić gdy nie szkodzą krajobrazowi
- różni przedsiębiorcy – równe zasady dla szyldów
- różne przestrzenie – dostosowanie reklamy do warunków lokalnych
- ochrona Ładu Przestrzennego krajobrazu kulturowego jako wartość nadrzędna
- wprowadzenie uchwały odpowiada potrzebom mieszkańców, wyrażonej w konsultacjach społecznych – nie jest „sztuką dla sztuki”

Założenia ogólne uchwały:

- na zabytkach mniej i ładniej
- proporcja względem kontekstu
- odpowiednia kompozycja na budynkach, spójność i jednorodność względem elewacji
- ochrona przed „przegęszczeniem”
- różne warianty wyznaczania obszarów: społeczny, społeczny uszczegółowiony, centrum i zabytkowy

Założenia dot. reklam i szyldów:

- ta sama dopuszczalna liczba dla każdego przedsiębiorcy (21 szyldów)
- reklamy na budynkach: tylko na ścianach szczytowych
- reklamy wolnostojące: ujednoczenie formatów
- reklamy wolnostojące: Nakaz zachowania odległości od innych reklam

Założenia dot. obiektów małej architektury:

- dobra jakość materiałów
- spójność względem otoczenia
- wspieranie ruchu pieszego

Założenia dot. ogrodzeń:

- zachowanie i odtwarzanie ogrodzeń historycznych
- zakaz używania materiałów substandardowych
- przy grani z przestrzenią publiczną zakaz używania płyt betonowych i ogrodzeń pełnych

Planowane efekty wprowadzenia uchwały można zobaczyć w prezentacji dostępnej [tutaj](#).

JŚ