

Warszawa, 13 lipca 2017

Stowarzyszenie Miasto Jest Nasze
Stowarzyszenie Miłośników Ochoty „Ochocianie”
Stowarzyszenie Mieszkańców Miasteczka Wilanów
Stowarzyszenie Rembertów Bezpośrednio
Ruch Sąsiedzki mieszkańców Targówka, Zacisza i Bródna
Fundacja Nasze Miasteczko
(kontakt@zegnamyreklamy.pl)

Urząd m.st. Warszawy
Biuro Architektury i Planowania Przestrzennego

WSPÓLNE UWAGI (POSTULATY ZMIAN)
DO PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ
W RAMACH AKCJI ŻEGNAMYREKLAMY.PL

Zdecydowanie popieramy zaproponowane w projekcie uchwały krajobrazowej rozwiązania mające na celu ochronę przestrzeni publicznej i krajobrazu miejskiego. Sprzeciwiamy się, zgłaszanym m.in. w trakcie warsztatów konsultacyjnych, propozycjom łagodzenia jej rygorów. Po latach chaosu w przestrzeni publicznej mieszkańcom Warszawy należy się uporządkowanie przestrzeni publicznej w powyższym zakresie.

Jednocześnie uważamy, że niektóre zaproponowane rozwiązania nie są zadowalające i zdecydowanie wymagają zmian. Poniżej przedstawiamy nasze postulaty zmian w projekcie uchwały krajobrazowej, przygotowane wspólnie przez nasze organizacje. Pierwsze dziesięć to postulaty, które były także zgłaszane przez warszawiaków poprzez formularz dostępny na stronie www.zegnamyreklamy.pl. Kolejne cztery mają charakter bardziej techniczny, choć są również istotne.

1. Krótszy okres przejściowy – 1 rok

Projekt uchwały przewiduje się aż dwuletni okres przejściowy dla nośników reklamowych i trzyletni dla szyldów. To oznacza, że najwcześniej w 2020 roku z ulic Warszawy znikną gigantyczne billboardy, szpecące siatki, pstrokate banery i zaklejone witryny. Biorąc pod uwagę, iż uchwała krajobrazowa i tak opóźniona jest już wiele lat, domagamy się wprowadzenia najkrótszego przewidzianego prawem, rocznego okresu przejściowego.

Zapis w uchwale: § 8, § 14.

2. Więcej dzielnic wolnych od billboardów

Projekt uchwały wyznacza Śródmieście jako obszar pozbawiony wolnostojących billboardów. Niestety, jednocześnie dopuszcza je na wielu innych obszarach o zdecydowanie miejskim charakterze, jak np. Stara Ochota, Sielce czy Stary Mokotów. Obszar śródmiejski powinien charakteryzować się wyraźnie wyższymi parametrami estetycznymi i krajobrazowymi. Dopuszczanie nośników nawet średniego formatu na ulicach przebiegających wzdłuż miejskiej zabudowy czy parków miejskich kłóci się z tym założeniem.

Zapis w uchwale: załącznik 1.

3. Całkowity zakaz ekranów LED

Projekt uchwały co prawda zakazuje ekranów LED w większych formatach, ale za to dopuszcza je bez żadnych ograniczeń na przystankach komunikacji miejskiej oraz przy wielu ulicach jako ekrany o powierzchni 2 m². Można przypuszczać, że nieliczne wielkie ekrany zostaną zamienione na całą armię małych „oślepiaczy”. Oczekiwanie na tramwaj w otoczeniu trzech dużych ekranów nie jest niczym przyjemnym. Dlatego uchwała powinna zawierać całkowity zakaz reklamy w formie ekranów LED. Nadmiar emitowanego w mieście światła, szczególnie w postaci LED, prowadzi do niekorzystnego zjawiska jakim jest „zanieczyszczenie światłem”. To poważny problem, który powoduje zaburzenia snu u ludzi, a także zwierząt, i ma wiele innych negatywnych konsekwencji, nie wszystkie są jeszcze dokładnie zbadane.

Zapis w uchwale: § 2 ust. 1 pkt. 36 i 41.

4. Murale, a nie siatki reklamowe czy tablice reklamowe, na ślepych ścianach

Projekt uchwały dopuszcza wieszanie siatek reklamowych o wysokości do 12 m (4 kondygnacje!) na ślepych ścianach budynków. Siatki to najbardziej szpecąca forma reklamy, która powinna być objęta najostrzejszymi restrykcjami. Ślepe ściany powinny być przeznaczone tylko na murale – formę reklamy, która o wiele lepiej wpasowuje się w miejski krajobraz.

Zapis w uchwale: § 10 pkt 1.

5. Mniejsze billboardy – max 9 m², a nie 18 m²

Dopuszczona przez projekt uchwały maksymalna wielkość billboardów jest zdecydowanie zbyt duża. Podczas gdy inne stolicy europejskie, jak np. Paryż, idą w kierunku zakazu wszystkich nośników o powierzchni większej niż 2 m², Warszawa chce dopuścić billboardy-giganty o powierzchni 18 m²! Połowa tej wielkości – 9 m² – jest rozsądnym kompromisem.

Zapis w uchwale: § 3 pkt 35 (i dalej).

6. Brak wyjątków dla marketów i centrów handlowych

Dla wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w projekcie uchwały znajdują się osobne, preferencyjne zapisy. Uzależniają one maksymalną dozwoloną wielkość szyldu na elewacji nie od wysokości budynku, a od powierzchni handlowej wewnątrz. W skrajnym przypadku szyld z logo będzie mógł mieć 1/3 wysokości całej elewacji. Dodatkowo, centra handlowe otrzymały możliwość postawienia ogromnych szyldów wolnostojących – do 8 m wysokości w centrum i 20 m wysokości poza centrum. Ciężko zgodzić się z tak szczególnym traktowaniem. Wielkopowierzchniowe sklepy powinny podlegać dokładnie tym samym przepisom, co pozostałe budynki. Szczególnie, że powstaje ich w Warszawie coraz więcej i już wystarczająco swoją skalą i formą dominują w naszym mieście.

Zapis w uchwale: § 5 ust. 2 pkt 1 lit. a.

7. Brak wyjątków dla wydarzeń sportowych, kulturalnych i społecznych

Niepokojący jest zupełny brak regulacji dla reklamy wydarzeń sportowych, kulturalnych i społecznych. Można obawiać się, że będzie to furka do obchodzenia prawa poprzez tworzenie fikcyjnych wydarzeń sportowych tylko po to, żeby zaśmiecać miasto reklamami – podobnie jak obecnie mamy fikcyjne remonty rusztowań przez lata, które nie są żadnymi remontami.

Zapis w uchwale: § 9 ust. 1 pkt. 5 lit. a.

8. Brak wyjątków dla kin, teatrów i publicznych instytucji kultury

Pozwolenie na wieszanie płacht o powierzchni 50 m² nie ma uzasadnienia. Wielka płachta tak samo szpeci miejski krajobraz bez względu na to, czy reklamuje przedsięwzięcie komercyjne czy niekomercyjne. Instytucje kultury (szczególnie publiczne) powinny świecić przykładem, a nie antyprzykładem.

Zapis w uchwale: § 5 ust. 2 pkt 1 lit c tiret drugie.

9. Grodzone osiedla do rozgrodzenia

Uchwała co prawda zatrzymuje dalsze grodzenie osiedli, ale tylko tych wybudowanych przed 1989. To zdecydowanie za mało – przepisy powinny iść zdecydowanie dalej. Już istniejące ogrodzenia niezgodne z uchwałą powinny zostać zlikwidowane w ciągu kilku lat, a stawianie nowych znacznie ograniczone. Jest to o tyle ważne, że na przestrzeni ostatnich lat ogrodzenia zyskało kilkaset starych osiedli, skutecznie ograniczając pieszą komunikację i zmuszając ludzi do nadkładania drogi.

Zapis w uchwale: § 17, § 18.

10. Estetyczne słupy ogłoszeniowo-reklamowe

Słupy ogłoszeniowe powinny mieć jeden, ustalony przez miasto wzór, oraz ustaloną minimalną odległość od siebie – tak jak pozostałe nośniki wolnostojące. Pozwoli to uniknąć nadmiaru słupów oraz wymusi ich estetyczny wygląd.

Zapis w uchwale: § 12.

11. Redefinicja obszaru śródmiejskiego

Obszar śródmiejski powinien mieć granice zewnętrzne identyczne z granicami zewnętrznymi dzielnic sąsiadujących ze Śródmieściem (obszar dawnej gminy Centrum). Cały ten teren, w znacznej mierze pokrywający się z przedwojennymi granicami Warszawy, charakteryzuje się miejskością, która nie powinna być degradowana np. przez wprowadzanie większych nośników reklamowych.

Zapis w uchwale: § 2 ust. 1 pkt 2.

12. Ogradzanie – tak, ale nie tak dużych terenów

Uchwała dopuszcza grodzenie terenów, których dwa najbardziej oddalone od siebie punkty odległe są od siebie o nie więcej niż 400 m. Może to oznaczać konieczność ponad pół kilometra marszu, żeby obejść daną posesję (400 m to przekątna np. posesji o wymiarach 280x280 m). To bardzo dużo, szczególnie dla osób, które nie używają samochodu, a często i roweru (np. starszych). Należy zmniejszyć ten parametr do 300 m.

Zapis w uchwale: § 17 ust. 9 pkt 1.

13. Usunąć wyjątek dla szyldów za szybą cofniętych o 20 cm

Projekt zakazuje wyklejania całych szyb reklamą lokalu (czyli szyldem), ale łatwo zakaz obejść – wystarczy postawić 20 cm za szybą szyld, który zajmie nawet cały obrys okna i będzie doskonale widoczny (można go silnie oświetlić zewnętrznym źródłem światła). Należy usunąć ten wyjątek.

Zapis w uchwale: § 4 pkt 5.

14. Estetyczne ogłoszenia najmu i sprzedaży lokali

Projekt uchwały dopuszcza umieszczanie ofert sprzedaży lub wynajmu lokalu w formie banerów i tablic zawieszonych na balustradach, co wygląda szczególnie nieestetyczne. Domagajmy się, aby wzorem miast zachodniej Europy, takie oferty tworzone były według standardowych szablonów i umieszczane tylko w drzwiach i oknach lokali.

Zapis w uchwale: § 4 pkt 6 lit. a.

Z poważaniem