



Szczecin, dnia 1 marca 2021 roku

Rada Miasta Szczecin

ePUAP

PETYCJA

Działając w trybie art. 2 ustawy z dnia 11 lipca 2014 roku o petycjach, zwracam się z uprzejmą prośbą o podjęcie przez Radę Miasta Szczecin - na podstawie art. 37b ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym - **uchwały intencyjnej zobowiązującej Prezydenta Szczecina do przygotowania projektu uchwały krajobrazowej, o której mowa w art. 37a ust. 1 ustawy, a także rozpoczęcie prac nad projektem uchwały o opłacie reklamowej, która jest narzędziem służącym do egzekwowania zasad kształtowania przestrzeni publicznej.**

UZASADNIENIE

Przedmiotem petycji może być żądanie m.in. zmiany przepisów prawa, a petycja może zawierać postulat zmiany istniejącej czy zainicjowania nowej uchwały rady miasta lub gminy (tak np. dr, adw. Piotr Benedykt Zientarski, dr Elżbieta Mreńca, *Obywatelska inicjatywa uchwałodawcza w procesie stanowienia aktów prawa miejscowego*, Warszawa 2018).

Od blisko pięciu lat toczymy dyskusję o uchwale krajobrazowej. Z dyskusji tej nic nie wynika. – Chyba wcześniej uda się wybudować stadion Pogoni niż zrealizować zapisy projektu uchwały krajobrazowej – prorokował w 2017 roku Konrad Wojtyła z Radia Szczecin. I chyba miał rację. Sprawa szczecińskiej uchwały krajobrazowej przypomina brazylijską telenowelę, w której co jakiś czas, główni aktorzy – prezydent i radni, grają ze sobą w ping-ponga. Prezydent uważa, że winę za brak uchwały ponoszą radni, ci z kolei, że prezydent, bo przygotował bubel prawny. I tak co jakiś czas odbijają między sobą piłeczkę, a chaos reklamowy w naszym mieście ma się w najlepsze.

Projekt uchwały reklamowej opracowanej przez miasto sprowadza się w zasadzie do walki z nielegalnymi reklamami. Tyle tylko, że do tego nie potrzebujemy specjalnej uchwały, bowiem już teraz Powiatowy Inspektor Nadzoru Budowlanego ma narzędzia, by walczyć z tego typu tablicami i urządzeniami reklamowymi. Jak wskazał Wojewódzki Sąd Administracyjny w Gdańsku, „okoliczność, iż dany nośnik został postawiony zgodnie z przepisami prawa budowlanego, nie oznacza jeszcze, że nie ingeruje nadmiernie w estetykę, ład przestrzenny i krajobraz gminy. Kwestie te nie były bowiem badane przy podejmowaniu decyzji przez organy nadzoru budowlanego. **Gdyby zatem zwolnić istniejące w dniu wejścia w życie uchwał krajobrazowych nośniki reklamowe spod obowiązku dostosowania do ich przepisów, utrwalony zostałby jedynie istniejący „porządek” reklamowy, a tym samym nie byłoby możliwe wprowadzenie realnych zmian**”.

Szczeciński projekt uchwały krajobrazowej utrwała istniejący chaos reklamowy. Doskonałą ilustracją powyższego jest ostatni, głośny przykład z okolic placu Zgody:



Jeżeli tablica reklamowa na tej kamienicy stoi legalnie, to gdyby obowiązywała uchwała krajobrazowa w kształcie zaproponowanym przez miasto, mogłaby stać dalej. Czy taki jest cel uchwały krajobrazowej?

Zgodnie z § 9 ust. 1 projektu uchwały krajobrazowej przygotowanej przez miasto (projekt uchwały 273/17), tablice reklamowe i urządzenia reklamowe usytuowane do dnia 1 stycznia 1989 roku oraz po dniu 1 stycznia 1989 roku, na podstawie zgłoszenia robót budowlanych do którego organ administracji architektoniczno – budowlanej nie wniósł sprzeciwu lub na podstawie decyzji o pozwoleniu na budowę, mogą pozostać w dotychczasowym stanie. Innymi słowy, wszystkie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, które zaśmiecają naszą przestrzeń, ale legalnie, mogą dalej zaśmiecać przestrzeń. Naczelny Sąd Administracyjny nie kwestionuje dopuszczalności likwidacji tablic i urządzeń reklamowych. „Jest to uzasadnione dbaniem o dobro wspólne tj. wspólną przestrzeń urbanistyczną i wynika przede wszystkim z art. 1 i art. 5 Konstytucji RP oraz unormowań Europejskiej Konwencji Krajobrazowej sporządzonej we Florencji z dnia 20 października 2000 r.” – czytamy w uzasadnieniu NSA.

Z kolei Wojewódzki Sąd Administracyjny w Krakowie, wskazał, że celem uchwały krajobrazowej jest wprowadzenie kompleksowej zmiany w zakresie uporządkowania istniejącego chaosu reklamowego w przestrzeni publicznej miasta i nie ma większego znaczenia, że niektóre z tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych zostały usytuowane legalnie. WSA wskazał, że w świetle

obowiązującego prawa nie ma możliwości kompensowania szkód związanymi z działaniami mającymi na celu dostosowanie legalnie zrealizowanych obiektów.

Zakres zmian jest w projekcie uchwały krajobrazowej przygotowanej przez miasto jest wysoce niesatysfakcjonujący z punktu widzenia celu jaki ma osiągnąć. Trudno nie odnieść wrażenia, że jednym z głównych celów uchwały jest walka z nielegalnymi reklamami, podczas gdy nielegalne reklamy mogą być usuwane już teraz w ramach postępowania administracyjnego prowadzonego przez Powiatowego Inspektora Nadzoru Budowlanego.

Co warto podkreślić, projekt szczecińskiej uchwały krajobrazowej jest podzielony na 1158 terenów elementarnych. W praktyce nikt nie jest w stanie prześledzić wszystkich szczegółowych zapisów uchwały. Inne miasta są podzielone na kilka obszarów, co sprawia, że uchwała jest jasna, czytelna i zrozumiała dla mieszkańców.

– To wstyd, że takie miasto jak Szczecin nie jest w stanie przygotować uchwały krajobrazowej – napisał kilka dni temu Andrzej Kraśnicki Jr z Gazety Wyborczej. Przyłączam się do tego głosu. Mam dość już tego ciągłego „beblania” o chaosie reklamowym w naszym mieście. Czas na realne, skuteczne i przede wszystkim dobre działania, a nie wieczne półśrodki. Mieszkańcy Szczecina tego oczekują.

Wnoszę także o rozpoczęcie prac nad uchwałą o opłacie reklamowej, która jest narzędziem służącym do egzekwowania zasad wynikających z uchwały krajobrazowej.

Bacząc na powyższe, wnoszę jak na wstępie,

Igor Podeszwik, inicjatywa „Nowy Szczecin”