

# Komentarz prawny

## Uchwała krajobrazowa zbliża się do Warszawy

Od prawie pięciu lat, na mocy nowelizacji ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z dnia 24 kwietnia 2015 r., samorządy lokalne mogą przyjmować uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, które potocznie zwane są „uchwałami krajobrazowymi”. Dotychczas na przyjęcie takich uchwał, które w sposób kompleksowy regulują miejski pejzaż, szczególnie ograniczając obecność szyldów reklamowych i reklam wielkoformatowych, zdecydowały się takie miasta jak Gdańsk, Świnoujście czy Cieszyn. Do przyjęcia własnych regulacji szykują się także Kraków i Poznań gdzie, podobnie jak w Warszawie, prace nad projektami uchwał są już na finiszu.

Zgodnie z zapowiedziami przedstawicieli Urzędu m. st. Warszawy, uchwała krajobrazowa w stolicy powinna zostać przyjęta przez stołecznych radnych na początku 2020 roku – projekt trafił już do Rady m. st. Warszawy, gdzie obecnie jest procedowany przez Komisję Ładu Przestrzennego. Przyjęcie uchwały krajobrazowej wydaje się zatem nieuniknione, co może znacząco zmienić sytuację właścicieli i zarządców warszawskich nieruchomości, a także deweloperów planujących nowe inwestycje.

Projekt uchwały dzieli miasto na strefy A, B oraz C, dla których uchwała przewiduje odmienne zasady i warunki lokowania reklam i podobnych nośników. Zgodnie z projektem uchwały, nośniki reklamowe będą mogły być sytuowane wyłącznie na zasadach określonych w uchwale krajobrazowej – zatem wszelkie inne nośniki nie będą dopuszczalne. Zakazane zostanie lokalizowanie reklam na budynkach szkół, uczelni wyższych, kościołach, budynkach

administracji publicznej, czy też na terenach ogródków działkowych lub obszarach przeznaczonych w planach miejscowych pod zieleń urządzoną. Z pewnymi wyjątkami dotyczącymi reklam małego formatu, niedopuszczalne staną się reklamy świetlne na ekranach.

Tablice i urządzenia reklamowe będą mogły być co do zasady sytuowane jedynie na ślepych ścianach budynków, z ograniczeniem maksymalnej liczby billboardów na jednej elewacji. Reklamy zajmujące całą elewację będą mogły być umieszczane jedynie podczas prowadzenia prac remontowych, a maksymalny proponowany okres umieszczenia siatki reklamowej to 9 miesięcy, a ponowne wykorzystanie siatki reklamowej na takiej elewacji będzie mogło nastąpić dopiero po upływie 5 lat.

Niewątpliwie bardzo kontrowersyjną propozycją, ze względu na popularność grodzonych osiedli mieszkaniowych, jest zapis zakazujący wygradzania terenu zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, którego dwa najbardziej oddalone od siebie punkty odległe są od siebie o więcej niż 200 m, lub którego łączna powierzchnia przekracza 2 hektary czy też przegradzania ciągów pieszych wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. O ile uchwała krajobrazowa zostanie przyjęta w zaproponowanym brzmieniu, z pewnością zmusi to deweloperów do przeformułowania niektórych elementów koncepcji planowanych inwestycji.

Jeśli chodzi o szyldy, czas na dostosowanie ich do wymogów uchwały krajobrazowej wynosi 3 lata, reklam – 2 lata, a obiektów małej architektury – 5 lat od dnia wejścia uchwały w życie.

Julia Resmer

Aplikant radcowski

Kancelaria Adwokatów i Radców Prawnych

Miller, Canfield, W. Babicki, A. Chelchowski i Wspólnicy Sp.k.