Zadbajmy o estetykę naszego miasta - rozmowa z architektem miejskim

Miasto

16.02.2022 g. 10:56



20 lipca kończy się 36-miesięczny okres dostosowawczy do wymogów Uchwały Reklamowej Miasta Opola. Od tego dnia wszystkie reklamy w

mieście muszą być zgodne z przepisami uchwalonymi przez Radę Miasta Opola. O tym, jakie obowiązki spoczywają na właścicielach nieruchomości rozmawiamy z architektem miejskim, Zbigniewem Bomersbachem.



- Dlaczego uchwała reklamowa jest tak ważna dla Opola i jego mieszkańców?

- Uchwała reklamowa jest odpowiedzią na problem zaśmiecania przestrzeni miasta chaotycznie rozmieszczonymi reklamami. Jej celem jest ochrona krajobrazu Opola oraz ustalenie czytelnych zasad i warunków umieszczania reklam w przestrzeni miasta. Podobne uchwały wprowadziło już wiele miasta w Polsce.

- Co rozumiemy pod pojęciem reklamy?

- W świetle obowiązujących przepisów poprzez reklamę rozumie się upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Reklamę umieszcza się na elewacjach budynków w formie tablic, liter przestrzennych, neonów czy popularnych bilbordów, albo na różnych niezależnych konstrukcjach, jak np.: słupach ogłoszeniowych, pylonach reklamowych oraz w formie mniej trwałej, jak flagi, banery, konstrukcje pneumatyczne (balonowe) lub jako obrazy wyświetlane na elewacji lub chodniku. W związku z tym nośnikiem reklamy mogą być zarówno elewacje budynków jak i różne obiekty na których umieszcza się treść reklamową. Katalog możliwych nośników reklam nie jest zamknięty.

- Czy reklamy znikną z przestrzeni miasta?

- Na pewno nie. Reklama jest objawem życia miasta. Naszym zamiarem nie jest likwidacja wszystkich reklam, bo spełniają one ważną funkcję informacyjną dla mieszkańców, przedsiębiorców i turystów. Właściciele budynków i pozostałych nieruchomości w Opolu powinni jednak dostosować posiadane lub planowane reklamy do wymogów określonych w danej lokalizacji – obszarze miasta. Obecny stan rozmieszczenia reklam na terenie miasta jest nieczytelny i nieskuteczny.

- Czy to oznacza, że są inne wymagania dla reklam w poszczególnych dzielnicach Opola, np. na Starym Mieście lub Zaodrzu?

- Tak. Każdy mieszkaniec Opola może na stronie internetowej Miasta Opola pod adresem: www.opole.pl/reklama sprawdzić w jakim obszarze miasta znajduje się jego nieruchomość. Uchwała wprowadziła 5 takich obszarów (A,B,C,D,E) w których obowiązują od¬rębne ustalenia szczegółowe, m.in. wymiary reklamy oraz standardy jakościowe ich wykonania.

- Co to oznacza w praktyce?

- Przykładowo, reklama wielkoformatowa powieszona na budynkach nie jest dozwolona w centrum Opola (w obszarach A,B,C,D). Pod pewnymi warunkami można stawiać bilbordy wolnostojące, ale też tylko w wyznaczonych miejscach poza obszarem ścisłego centrum. Należy również dostosować wielkość szyldów czy

wyklejenia reklamą witryn sklepowych. Tak powszechne dotąd banery można rozwieszać tylko na określony czas przed organizowaną imprezą i w jej trakcie, gdyż ich forma, a często także fatalna jakość bardzo wypacza pojęcie dobrej reklamy.

- Skąd wiadomo jaki wymiar ma mieć reklama?

- Wystarczy sprawdzić to w tabeli zamieszczonej na stronie internetowej Miasta Opola. Zawiera ona wykaz urządzeń reklamowych oraz ich parametry dla poszczególnych obszarów miasta. W przypadku pytań można napisać na adres mailowy reklama@um [dot] opole [dot] pl lub zadzwonić: 77 45 11 346, 77 45 11 916.

- Czy w przypadku niedostosowania reklam grożą kary?

- Przede wszystkim chciałbym zaznaczyć, że naszym celem nie jest karanie właścicieli nieruchomości, ale spowodowanie w interesie wszystkich mieszkańców, aby nasze miasto było bardziej zadbane, ładniejsze i aby reklamy spełniały swoją rolę informacyjną. Jednak, w przypadku niedostosowania reklamy do wymogów Uchwały Rady Miasta Opola, przewidziane są kary pieniężne. Kara będzie naliczana w postępowaniu administracyjnym za każdy dzień niezgodnego z przepisami funkcjonowania reklamy.

- Kiedy zobaczymy efekty wprowadzanych zmian?

- Myślę, że pozytywne zmiany związane z estetyką reklam w mieście obserwujemy już od dłuższego czasu. Nasze ulice, witryny sklepów, szyldy na budynkach wyglądają zdecydowanie lepiej niż było to jeszcze 10 czy 15 lat temu. Coraz częściej zgłaszają się do nas właściciele i zarządcy budynków, czasami sami mieszkańcy, o informację w sprawie możliwości umieszczenia reklamy. Wielu zainteresowanych występuje o opinię dotyczącą zgodności formy oraz wielkości planowanej reklamy z uchwałą reklamową. Ważne jest jednak stałe zainteresowanie mieszkańców estetyką swojego otoczenia, bo nadal jest dużo do zrobienia.

Rozmawiał: Łukasz Śmierciak

Wywiad ukazał się w lutowym wydaniu magazynu "Opole i Kropka":
www.opole.pl/dla-mieszkanca/aktualnosc/siegnij-po-najnowszy-numer-opole-i-kropka

Dane kontaktowe
Wydział Kultury, Promocji i Komunikacji Społecznej

Tagi
Opole i kropka
wywiad
architekt
uchwała reklamowa