



PP/4591889

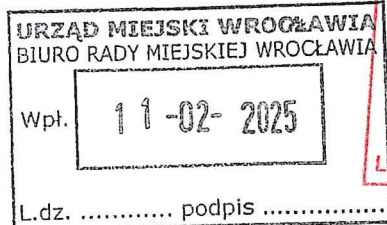
256

Joanna Pieczyńska

Radna Rady Miejskiej Wrocławia

e-mail: joanna.pieczynska@rada.wroc.pl

Wrocław, 06.02.2025 r.

Szanowny Pan Jacek Sutryk
Prezydent Wrocławia**INTERPELACJA****w sprawie nośników reklamowych w przestrzeni miejskiej we Wrocławiu**

Szanowny Panie Prezydencie,

Działając na podstawie art. 24 ust. 3 i 4 ustawy z 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym

(t.j. Dz.U. z 2024 r. poz. 609) zwracam się do Pana z interpelacją dotyczącą nośników reklamowych w przestrzeni miejskiej we Wrocławiu.

Uchwały krajobrazowe obowiązują w 75 gminach, w tym w 6 miastach wojewódzkich: Łodzi, Krakowie, Opolu, Gdańsku, Kielcach i Poznaniu (dane ze strony internetowej Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego). Uchwała o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, jest obszaryowym narzędziem ochrony nie tylko krajobrazu kulturowego, ale także naturalnego. Walorem uchwały krajobrazowej jest jej potencjał do ochrony użytkowników przed nadmierną stymulacją sensoryczną w przestrzeni codziennej aktywności oraz możliwość uczytelnienia (poprawy percepcji) informacji wizualnej.

Uchwała krajobrazowa umożliwia regulowanie zasad umieszczania reklam, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń na całym obszarze gminy. Przyjęcie przez gminę uchwały krajobrazowej umożliwia w dalszej kolejności podjęcie uchwały dającej podstawę do pobierania przez gminę opłat z tytułu umieszczania reklam.

Wrocław w przeciwieństwie do innych większych miast nie posiada uchwały krajobrazowej regulującej zasady stawiania nośników reklamowych. Uchwała porządkowałaby stawianie reklam, wpłynęła pozytywnie na estetykę miasta. Jej brak powoduje, że jednostki miejskie muszą działać w ograniczonym zakresie. Niekiedy reklamy stoją na terenie należącym do miasta lub w pobliżu a operatorzy nie zawsze wnoszą opłaty, posiadając zgody na postawienie reklam.

Proszę o informację:

1. Ile w 2024 było złożonych wniosków o usunięcie reklam w pasie drogowym lub na terenie należącym do gminy, jednostki miejskiej oraz ile z nich zostało zrealizowanych?
2. Jaki był średni czas od zgłoszenia wniosku do usunięcia reklamy?
3. Ile spraw obecnie prowadzi miejskie jednostki?
4. Jakie są główne problemy z egzekwowaniem nielegalnego stawiania reklam?

5. Ilu pracowników odpowiada za weryfikację nielegalnych reklam lub do którego działu/jednostki należy ten zakres zadań?
6. Ilu pracowników zatrudniała na koniec 2024 jednostka / departament lub wydział odpowiedzialny za weryfikację legalności reklam w pasie drogowym oraz na terenie należącym do gminy?
7. Czy planowany jest audyt reklam na terenie miasta?

Z wyrazami szacunku

Joanna Pieczyńska

Radna Rady Miejskiej Wrocławia

