

Materiały wyborcze w kontekście przepisów uchwały krajobrazowej

Na terenie Miasta Płocka od dnia 6 października 2020 r. obowiązuje Uchwała Nr 381/XXII/2020 z dnia 27 sierpnia 2020 r. w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane na obszarze Miasta Płocka (tekst jednolity dostępny pod linkiem <https://nowy.plock.eu/akty-prawne-3/>), zwana dalej uchwałą krajobrazową.

Zgodnie z § 1 ust. 3 uchwały krajobrazowej na terenie miasta Płocka zakazane jest sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż dopuszczone w tejże uchwale. Zapis ten obowiązuje dla wszystkich tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych po dniu 6 października 2020 r.

Przepisy uchwały krajobrazowej nie zabraniają umieszczania nośników reklamowych stanowiących materiały wyborcze, które zdefiniowane zostały w art. 109 § 1 ustawy z dnia 5 stycznia 2011 r. - Kodeks wyborczy.

Na istniejących w przestrzeni publicznej nośnikach reklamowych mogą znaleźć się materiały wyborcze, nawet gdy nośniki te nie spełniają zapisów uchwały krajobrazowej. W stosunku do nich zastosowanie ma bowiem termin przejściowy - tablice i urządzenia te będą musiały zostać dostosowane do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale krajobrazowej do dnia 15 września 2024 roku, co wynika z §2 Uchwały Nr 779/XLV/2022 Rady Miasta Płocka z dnia 25 sierpnia 2022 roku.

Materiały wyborcze umieszczone na nowych tablicach lub urządzeniach reklamowych (zdefiniowanych w art. 2 pkt 16b i 16c ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym), upowszechniające w jakiegokolwiek wizualnej formie informację promującą osobę kandydującą do Parlamentu Europejskiego, czyli stanowiące reklamę, zgodnie z definicją zawartą w art. 2 pkt 16a ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, powinny być usytuowane zgodnie z zasadami i warunkami określonymi w obowiązującej na terenie Płocka uchwale krajobrazowej.

Uchwała krajobrazowa nie ingeruje w treść informacji upowszechnianych przez komitety wyborcze. Określa jedynie zasady, jakim powinny odpowiadać miejsca i przedmioty służące ekspozycji reklamy.

Miasto, w uchwale krajobrazowej podzielone jest na trzy obszary i dla każdego z nich wskazane są formy tablic i urządzeń reklamowych, które mogą być sytuowane, po spełnieniu warunków w tej uchwale wskazanych.

Na potrzeby kampanii wyborczej mogą zostać wykorzystane m.in. następujące nośniki reklamowe, które zostały dopuszczone w uchwale krajobrazowej.

Nośniki reklamowe na budynkach

I. W formie tablicy płaskiej o pełnej powierzchni, wykonanej na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału:

- sytuowanej w świetle witryny od strony wewnętrznej;
- o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy równym 30% (na 2 i 3 obszarze 40%) powierzchni światła okna;

- całkowicie zawierającej się w granicach ościeża otworu;
- wycofanej o nie mniej niż 0,2 m w stosunku do powierzchni szklenia.

II. W formie gabloty ekspozycyjnej (przynajmniej częściowo przeziernej szafki):

- sytuowanej bezpośrednio na elewacji budynku użyteczności publicznej bądź w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego budynku;
- o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy w formacie „euro size” (1,2 m x 1,8 m).

III. W formie siatki „mesh”:

- sytuowanej na siatce stanowiącej zabezpieczenie rusztowań lub innych elementów wyposażenia budowy, lokalizowanej na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych lub renowacyjnych;
- o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy równym 30% powierzchni ogólnej siatki;
- w przypadku obiektów zabytkowych pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy na siatce ochronnej musi stanowić kompozycję z nadrukiem w postaci wizerunku remontowanej elewacji.

IV. W formie billboardu (dopuszczony tylko na obszarze 2 i 3):

- sytuowanym wyłącznie na elewacji budynku o wysokości powyżej 12,0 m;
- sytuowanym wyłącznie na elewacjach szczytowych pozbawionych otworów okiennych i drzwiowych;
- o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy równym formatu średniego (powyżej 3,0 m² do 12,0 m² włącznie) na obszarze 2 lub formatu dużego (powyżej 12,0 m² lecz nie większym niż 18,0 m²) na obszarze 3;
- miejsce lokalizacji billboardu należy dopasować do podziałów budynku na kondygnacje; billboard należy lokalizować powyżej pierwszej kondygnacji i poniżej ostatniej kondygnacji dla budynków o wysokości większej niż 12,0 m i mniejszej lub równej 25,0 m lub powyżej drugiej kondygnacji i poniżej ostatniej kondygnacji dla budynków o wysokości większej niż 25,0 m; na elewacji dopuszcza się lokalizację grupy billboardów w postaci zwartej kompozycji; nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wielkości, geometrii, materiału wykonania dla pojedynczych billboardów wchodzących w skład kompozycji.

Nośniki reklamowe na obiektach

I. W formie tablicy płaskiej o pełnej powierzchni, wykonanej na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału:

- sytuowanej na elewacji kiosku ulicznego (wolnostojący, kubaturowy obiekt handlowy, o powierzchni użytkowej nie większej niż 15,0 m²);
- o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy równym 30% powierzchni elewacji, na której tablica jest umieszczona;
- na obiektach stylizowanych na zabytkowe nakazuje się lokalizację tablicy w formie stylizowanej.

Nośniki reklamowe wolnostojące (przenośne)

I. W formie stojaka reklamowego:

- w formie pojedynczej tablicy pełnej, ustawionej na sztaludze, o całkowitej wysokości do 1,6 m lub w formie potykacza o całkowitej wysokości do 1,2 m;
- konstrukcję stojaka należy wykonać z drewna lub metalu.

II. W formie banera reklamowego, plakatu, windera, ekspozytora, nośnika pneumatycznego:

- o powierzchni służącej ekspozycji reklamy maksymalnie formatu średniego (powyżej 3,0 m² do 12,0 m² włącznie);
- wyłącznie jako reklama okolicznościowa związana z organizacją konkretnego wydarzenia;
- ustawiana wyłącznie na terenie organizowanego wydarzenia, eksponowana tylko podczas trwania wydarzenia lecz nie dłużej niż przez 14 dni (obszar 1) lub 21 dni (obszar 2 i 3).

Nośniki reklamowe wolnostojące (nieprzenośne):

I. Słup ogłoszeniowo-reklamowy najczęściej w formie walca, służący do umieszczania plakatów:

- maksymalna całkowita wysokość słupa równa 4,0 m, maksymalna szerokość boku prostopadłościanu lub średnica walca równa 1,5 m (mierzona na wysokości części ekspozycyjnej);
- należy zachować co najmniej 50,0 m odległości pomiędzy słupami.

II. Gablota ekspozycyjna typu City Light Poster (CLP) w formie przynajmniej częściowo przeziernej szafki:

- o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy w formacie „euro size” (1,2 m x 1,8 m);
- należy zachować co najmniej 30,0 m odległości pomiędzy gablotami; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablot stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej.

III. Gablota ekspozycyjna w formie przynajmniej częściowo przeziernej szafki (dopuszczona tylko na obszarze 2 i 3):

- o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy formatu małego (powyżej 0,5 m² do 3,0 m² włącznie);
- należy zachować co najmniej 30,0 m odległości pomiędzy gablotami; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablot stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej.

IV. Billboard (dopuszczony tylko na obszarze 2 i 3):

- o polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy formatu średniego (powyżej 3,0 m² do 12,0 m² włącznie) na obszarze 2 lub formatu dużego (powyżej 12,0 m² lecz nie większym niż 18,0 m²) na obszarze 3;
- maksymalna wysokość billboardu równa 6,0 m (obszar 2) lub 9,0 m (obszar 3) oraz minimalna odległość dolnej krawędzi billboardu od poziomu terenu równa 2,5 m (obszar 2) lub 3,5 m (obszar 3);
- nakazuje się ustawienie billboardu z zachowaniem między płaszczyzną ekspozycji a frontem działki ewidencyjnej, od strony przestrzeni dostępnej publicznie dróg, ulic i placów miejskich kąta mieszczącego się w przedziale od 60 stopni do 120 stopni;
- nakazuje się sytuowanie billboardu w przestrzeni zawierającej się w odległości od 1,0 do 15,0 m od granicy frontu działki ewidencyjnej, od strony przestrzeni dostępnej publicznie dróg, ulic i placów miejskich;
- dopuszcza się ustawienie billboardu na działce ewidencyjnej o minimalnej szerokości frontu równej 30,0 m; przy czym billboard należy lokalizować w odległości co najmniej 15,0 m od skrajnych punktów frontu działki ewidencyjnej, od strony przestrzeni dostępnej publicznie dróg, ulic i placów miejskich – powyższe nie dotyczy billboardu sytuowanego na działce narożnej;
- dopuszcza się możliwość sytuowania zamiennie maksymalnie czterech billboardów o polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy równym 3,0 m² i wysokości do 3,0 m (obszar 2)

lub polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy równym 4,5 m² i wysokości do 4,0 m (obszar 3);

- dopuszcza się możliwość sytuowania billboardów dwustronnych, posiadających pole powierzchni służące ekspozycji reklamy formatu średniego (obszar 2) lub dużego (obszar 3), z obu stron urzędnienia;
- nakazuje się zachowanie co najmniej 15,0 m odległości pomiędzy billboardami.

V. Totem reklamowy (dopuszczony tylko na obszarze 2 i 3):

- o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy formatu dużego (powyżej 12,0 m² lecz nie większym niż 18,0 m²); pole powierzchni służące ekspozycji reklamy należy umieścić w górnej części konstrukcji urzędnienia reklamowego;
- dopuszcza się maksymalną wysokość totemu równą 25,0 m oraz minimalną odległość dolnej krawędzi powierzchni służącej ekspozycji reklamy od poziomu terenu równą 15 m;
- należy zachować co najmniej 5,0 m odległości od granicy działki;
- należy zachować co najmniej 100,0 m odległości pomiędzy totemami.

VI. Pylon reklamowy (dopuszczony tylko na obszarze 2 i 3):

- maksymalna całkowita wysokość pylonu równa 8,0 m i maksymalna szerokość równa 2,0 m;
- sytuowany bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren lub przy wejściu do budynku;
- sytuowany w minimalnej odległości od granicy działki równej 1,0 m na obszarze 2 lub równej 3,0 m na obszarze 3;
- dopuszcza się możliwość lokalizacji na pylonie tablic reklamowych lub urzędnien reklamowych w formie tablic pełnych, znaków bez tła, znaków przestrzennych lub kasetonów stanowiących całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki tła i materiału wykonania;
- należy zachować co najmniej 50,0 m odległości pomiędzy pylonami.

Inne dozwolone formy reklam, niepodlegające uchwale krajobrazowej:

- reklama mobilna, czyli reklama zamieszczona na pojazdach samochodowych, rowerach, przyczepach samochodowych;
- reklama noszona przez wynajęte osoby (tzw. „człowiek – reklama”);
- reklama zamieszczona w mediach, radio, tv, Facebook, itd.

Niektóre formy reklam, które nie są zgodne z uchwałą krajobrazową, a były stosowane w poprzednich kampaniach wyborczych:

- sytuowane na drzewach oraz w odległości mniejszej niż 5,0 m od pnia drzewa;
- sytuowane na obiektach inżynierskich, konstrukcjach oporowych, budowlach o funkcji dźwiękochłonnej, urzędnieniach infrastruktury sieciowej np. latarniach i instalacyjnej oraz urzędnieniach bezpieczeństwa ruchu drogowego np. barierkach drogowych;
- sytuowane na nieruchomościach o funkcji oświatowej, sakralnej, służącej administracji publicznej;
- w formie banerów sytuowanych na balustradach balkonów, ogrodzeniach (za wyjątkiem reklamy okolicznościowej);
- w formie plakatów rozklejanych na murach, ogrodzeniach i ścianach budynków (za wyjątkiem reklamy okolicznościowej).

Spełnienie warunków określonych w uchwale krajobrazowej nie zwalnia podmiotu umieszczającego nośnik reklamowy z obowiązku uzyskania prawa do dysponowania terenem, uzyskania zgody właściciela lub zarządcy nieruchomości, obiektu albo urzędnienia oraz uzyskania innych pozwoleń wymaganych przepisami szczególnymi, w tym prawa budowlanego i ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami.

Umieszczenie tablicy lub urządzenia reklamowego jako wolnostojących trwale związanych z gruntem wymaga uzyskania pozwolenia na budowę. Zainstalowanie tablicy lub urządzenia reklamowego na obiekcie budowlanym wymaga zgłoszenia zamiaru wykonania prac budowlanych, a jeśli obiekt wpisany jest do rejestru zabytków konieczne jest uzyskanie pozwolenia na budowę. W ww. przypadkach właściwym organem jest starosta – w Płocku jest to Prezydent Miasta Płocka reprezentowany przez upoważnionych pracowników Wydziału Strategii, Architektury i Urbanistyki.

Umieszczenie na zabytku wpisanym do rejestru tablic lub urządzeń reklamowych wymaga uzyskania pozwolenia wojewódzkiego konserwatora zabytków. W przypadku Płocka decyzję taką wydaje Miejski Konserwator Zabytków.

Zgodnie z ustawą o drogach publicznych umieszczenie w pasie drogowym reklam wymaga zezwolenia zarządcy drogi wydane w drodze decyzji administracyjnej.

Zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie reklamy powinny być tak usytuowane, wykonane i zamocowane, aby nie stanowiły zagrożenia bezpieczeństwa dla użytkowników budynku i osób trzecich. Reklamy umieszczone na zewnątrz budynku lub w jego otoczeniu nie mogą powodować uciążliwości dla jego użytkowników ani też przechodniów i kierowców.

Zgodnie z art. 37d ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym podmiot, który umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe niezgodne z przepisami uchwały krajobrazowej podlega karze pieniężnej. Jeżeli nie jest możliwe ustalenie podmiotu, który umieścił tablicę reklamową, karę pieniężną wymierza się odpowiednio właścicielowi, użytkownikowi wieczystemu lub posiadaczowi samoistnemu nieruchomości lub obiektu budowlanego, na których umieszczono tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe. Karę pieniężną wymierza się w drodze decyzji od dnia, w którym organ wszczął postępowanie w sprawie, do dnia dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do przepisów uchwały krajobrazowej, albo usunięcia tablicy lub urządzenia.

W związku z tym, że Rada Miasta Płocka nie uchwaliła stawek opłaty reklamowej, wyliczenia wysokości kary pieniężnej obecnie w Płocku dokonuje się zgodnie z art. 37d ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Przykładowo, kara pieniężna za umieszczenie tablicy reklamowej niezgodnej z przepisami uchwały krajobrazowej o powierzchni 10 m² przez 30 dni wynosi 8.304 zł.

Banery wyborcze i inne reklamy niezgodne z uchwałą krajobrazową można zgłaszać na adres estetyka@plock.eu. Po otrzymaniu zgłoszenia urzędnicy przeprowadzą postępowanie wyjaśniające mające na celu m.in. ustalenie, czy nośnik faktycznie jest niezgodny z uchwałą krajobrazową, kiedy został umieszczony oraz kto go umieścił. Jeśli w wyniku przeprowadzonego postępowania okaże się, że zgłoszenie jest zasadne wysłane zostanie wezwanie do usunięcia reklamy niezgodnej z uchwałą krajobrazową. Jeżeli wezwanie to nie przyniesie skutku wszczęte zostanie postępowanie administracyjne zmierzające do wymierzenia kary za reklamę niezgodną z uchwałą krajobrazową.