

WYNIKI KONSULTACJI SPOŁECZNYCH

przeprowadzonych z mieszkańcami Miasta Zduńska Wola w terminie 16-29 lutego 2016 r. zgodnie z Zarządzeniem Nr 25/16 Prezydenta Miasta Zduńska Wola z dnia 8 lutego 2016 r. w sprawie przeprowadzenia konsultacji społecznych dotyczących założeń Kodeksu Krajobrazowego dla Miasta Zduńska Wola.

Ogółem do Urzędu Miasta wpłynęły 63 formularze ankiety, w tym 2 nie były wypełnione, zatem analizą objęto 61 formularzy. 6 formularzy zostało wypełnionych przez przedsiębiorców (osoby reklamujące się na terenie Zduńskiej Woli oraz jedna osoba projektująca reklamy). Pozostałe 53 formularze wypełnili mieszkańcy Zduńskiej Woli oraz 2 osoby spoza Zduńskiej Woli, ale reprezentujące podmiot prowadzący działalność na rzecz mieszkańców Miasta.

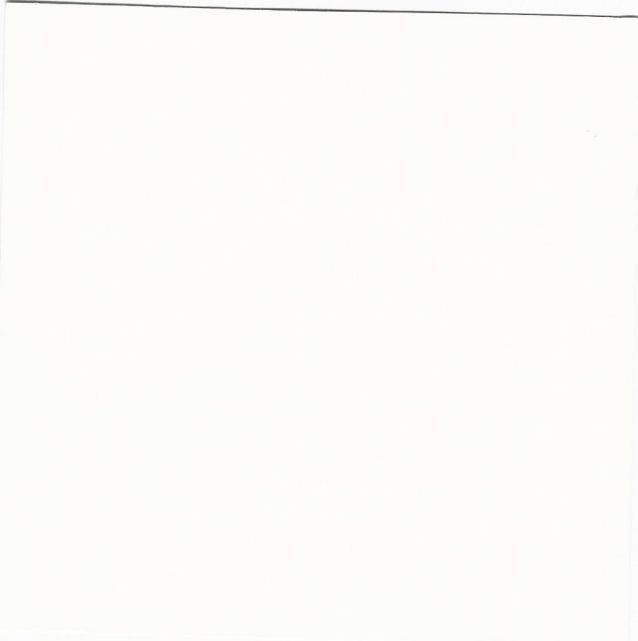
Ze względu na zbyt małe zainteresowanie mieszkańców, o czym świadczy niewielka liczba złożonych formularzy ankietowych, wyniki konsultacji społecznych nie są reprezentatywne co nie pozwala stwierdzić czy odzwierciedlają opinię mieszkańców. Z uwagi na powyższe **konsultacje społeczne zostaną przedłużone do 16 maja 2016 r.**

Wnioski z przeprowadzonych konsultacji społecznych:

1. Ankietowani zwracają uwagę na reklamy, szczególnie na ich estetykę uważając, że należy usunąć te, które szpecą otoczenie, nawet w przypadku, gdy zostały zrealizowane legalnie, na podstawie „starych” przepisów, które nie brały pod uwagę estetyki przestrzeni.
2. Cechy reklam, które nie podobają się najbardziej to: ich chaotyczne usytuowanie względem otoczenia, jakość ich wykonania, niedostosowanie do architektury budynku, mrugające światło oraz stan, w jakim są utrzymane.
3. Ankietowani uważają, że reklamy w Zduńskiej Woli są potrzebne i nie powinny zniknąć z krajobrazu miasta, ale w zakresie ich ilości zdania są podzielone pomiędzy opinią, że jest ich odpowiednia ilość lub za dużo. Wyjątkiem są:
 - Reklamy lokalizowane na ogrodzeniach w centrum miasta – wyraźna przewaga odpowiedzi: za dużo;
 - Na przystankach MPK w centrum oraz słupy ogłoszeniowe w ważnych miejscach – jest zdecydowanie więcej odpowiedzi: odpowiednia ilość.
4. Za typ reklamy najbardziej potrzebny do prowadzenia działalności gospodarczej uznawano tablicę kierunkową informującą o prowadzonej działalności gospodarczej.
5. Opinia ankietowanych odnośnie poziomu wprowadzenia restrykcji prezentuje jednoznaczną tendencję: największe ograniczenia powinny być uwzględnione na obszarach zabytkowych układów urbanistycznych oraz terenach zielonych, natomiast na terenach przemysłowo-usługowych należy zastosować najniższe restrykcje.
6. Ścisłe centrum, obszary zabytkowe oraz tereny zielone należy objąć całkowitym zakazem lokalizacji następujących typów reklam:
 - Migające wyświetlacze LED;
 - Wolnostojące reklamy duże;
 - Siatki wielkoformatowe;
 - Banery (reklamy z miękkiego tworzywa sztucznego);
 - Tablice na budynkach – billboardy (tereny zabytkowe).

7. W zakresie ogrodzeń ankietowani wypowiedzieli się jednoznacznie, iż betonowe ogrodzenia oraz wszystkie w złym stanie technicznym, przeszkadzają i nie podobają im się najbardziej. Natomiast miejsca w mieście, w których należałoby zakazać ogrodzeń, to przede wszystkim tereny wokół bloków wielorodzinnych i w centrum miasta.
8. Okres dostosowania się do wymogów Kodeksu Krajobrazowego dla większości terenów miasta ankietowani określają na 2 lata, wyjątkiem jest jednak zabytkowy układ urbanistyczny w centrum, dla którego uznali oni odpowiedni okres jednego roku.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że dla mieszkańców miasta Zduńskiej Wola, którzy uczestniczyli w konsultacjach społecznych ważna jest estetyka miasta szczególnie jego centrum, zależna od lokalizacji, standardu, charakteru, rodzaju i gabarytów urządzeń reklamowych (typu reklamy) oraz ogrodzeń.



wz. PREZYDENTA MIASTA
Berta Turlakiewicz
Zastępca Prezydenta