

Zduńska Wola, dnia 29 września 2021 r.

OGŁOSZENIE

WYNIKI KONSULTACJI SPOŁECZNYCH

przeprowadzonych z mieszkańcami Miasta Zduńska Wola w terminie od dnia 1 września 2021 r. do dnia 15 września 2021 r., zgodnie z Zarządzeniem Nr 280/21 Prezydenta Miasta Zduńska Wola z dnia 17 sierpnia 2021 r. w sprawie uruchomienia procesu konsultacji społecznych w związku z planowanym uchwaleniem Kodeksu Krajobrazowego dla Miasta Zduńska Wola, zmienionym Zarządzeniem Nr 290/21 Prezydenta Miasta Zduńska Wola z dnia 23 sierpnia 2021 r.

Ogółem do Urzędu Miasta wpłynęły 223 wypełnione formularze ankiet.

Wśród ankietowanych przeważają osoby w wieku 25 – 44 z wyższym i średnim wykształceniem, pracujące zawodowo.

Wnioski z przeprowadzonych konsultacji społecznych:

Mieszkańcy Zduńskiej Woli zauważają cenne obiekty/miejsca/krajobrazy w sąsiedztwie miejsca zamieszkania. Park Miejski to miejsce, symbol Zduńskiej Woli, który w ocenie Zduńskowolan jest tym najcenniejszym miejscem i nie powinien być zmieniany (132 głosy), ponadto w znacznej liczbie głosowano na Plac Wolności, Kępinę i Ratusz.

W zakresie reklam:

1. Oceniając istniejące reklamy większość ankietowanych uważa, że reklamy powinny zniknąć z pewnych rejonów miasta (130 osób), głównie z centrum miasta, powinno być ich mniej, ponieważ są za duże i złej jakości.
2. Większość ankietowanych akceptuje reklamy lokalizowane na słupach ogłoszeniowych (186 osób) oraz infokioski, ale zdecydowanie jest przeciwna reklamom na budynkach (172 osoby) oraz tablicom reklamowym tzw. banerom (137 osób), natomiast co do reklam na wiatkach przystankowych i potykaczy zdania są podzielone.
3. Mieszkańcom w większości nie podoba się niedostosowanie reklam do otoczenia, ich stan utrzymania, za duża wielkość, jakość wykonania i jakość materiałów oraz kolorystyka reklam.
4. W zakresie poziomu regulacji z podziałem na strefy, ankietowani w większości uważają, że w centrum (zabytkowy układ urbanistyczny - kamienice i place), na terenach zielonych oraz przy głównych ulicach Zduńskiej Woli, należy wprowadzić

ostre restrykcje, natomiast na pozostałych zabudowanych terenach średnie, w tym na terenach przemysłowych mało restrykcji.

5. Zdecydowana większość (201 osób) nie wskazuje dodatkowych stref, poza wymienionymi w ankiecie, do objęcia regulacjami kodeksu, a wskazane miejsca to okolice dworców PKP i PKS, rogatki miejskie, rejon wjazdów do miasta oraz okolice szkół, kościołów i urzędów.
6. Większość ankietowanych uważa, że reklamy powinny być uzgadniane z Urzędem Miasta (138 osób).

W zakresie ogrodzeń:

1. Mieszkańcom przede wszystkim nie odpowiadają ogrodzenia z prefabrykowanych elementów betonowych, zbyt wysokie ogrodzenia pełne oraz zniszczone i nieestetyczne. Wielu Zduńskowolan nie ma zdania na ten temat.
2. Większość mieszkańców (124 osoby) nie ma zdania na temat zakazu budowania ogrodzeń, a wskazywane tereny do objęcia zakazem to głównie: przestrzenie publiczne, centrum miasta, tereny zielone.
3. Przeważająca liczba ankietowanych (158 osób) jest zdania, że umieszczanie reklam na ogrodzeniach powinno być uregulowane i kontrolowane przez Urząd Miasta na terenie całego miasta.
4. Dwa lata to czas na dostosowanie się do wymogów Kodeksu Krajobrazowego w zakresie reklam i ogrodzeń na terenie całego miasta, możliwe pięć lat poza centrum, terenami zielonymi i przy głównych ulicach Zduńskiej Woli.

Dodatkowe opinie i propozycje dotyczące ogólnego porządkowania miasta:

- Większa dbałość o czystość, porządek, kwiaty, zieleń, murale, poprawienie estetyki, miejsca do siedzenia. Mniej betonu, a więcej zieleni.
- Więcej koszy, ławek, inwestycja w zielone obszary gdzie tylko się da, większa kontrola nad reklamami i ogłoszeniami.
- Modernizacja przystanków autobusowych i likwidacja ograniczeń dla osób starszych i niepełnosprawnych.
- Stworzenie przepisów dotyczących tymczasowych reklam.
- Konieczność ograniczenia reklam z oświetleniem, ze względu na występowanie zjawiska zanieczyszczenia świetlnego, ilości potykaczy stojących przed sklepami. Potrzeba zadbania o słupy ogłoszeniowe czy przystanki autobusowe.

- Konieczność wyznaczenia rejonów, w których każda forma reklamy powinna zostać skonsultowana z UM.
- Konieczność zadbania o elementy małej architektury służące do eksponowania plakatów i reklam (tablice ogłoszeniowe, słupy ogłoszeniowe) - ujednoczenie ich.
- Większa dbałość o estetykę reklam i szyldów.
- Zwrócenie uwagi na jakość reklam, stosowanie stonowanych barw i ograniczonych rozmiarów.
- Konieczność zwrócenia uwagi na stonowaną kolorystykę budynków wraz z reklamami.
- Konieczność edukacji w celu zmiany nastawienia mieszkańców i poczucia wspólnej własności i odpowiedzialności.
- Zwiększenie ilości działań związanych z rewitalizacją miasta, powołanie wykwalifikowanej kadry ds. rewitalizacji miasta.

PREZYDENT MIASTA

Konrad Pokora