



# DZIENNIK URZĘDOWY

## WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO

---

Gdańsk, dnia 26 lutego 2025 r.

Poz. 754

### UCHWAŁA NR XII/108/2025 RADY MIEJSKIEJ W REDZIE

z dnia 30 stycznia 2025 r.

**w sprawie uchwalenia 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, dla miasta Reda.**

Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2024 r. poz. 1130 z późn. zm.) oraz art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2024 r. poz. 1465 z późn. zm.), Rada Miejska w Redzie uchwala, co następuje:

#### **Rozdział 1. Przepisy ogólne**

**§ 1.1.** Uchwala się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, dla miasta Reda, zwane dalej „uchwałą krajobrazową”.

2. Uchwała, o której mowa w ust. 1, dotyczy całej Gminy Miasta Reda (zwanej dalej „miastem”), z wyłączeniem terenów zamkniętych, które zostały ustalone przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu.

3. Integralną częścią uchwały są:

- 1) opis granic podziału miasta Reda na obszary, stanowiący załącznik nr 1 do uchwały;
- 2) rysunek „Strukturalizacja miasta Reda”, stanowiący załącznik nr 2 do uchwały;
- 3) rysunki „Obszar indywidualnej promocji”, stanowiące załączniki szczegółowe:
  - a) nr 2.1 do uchwały „Tereny sportu i rekreacji – MOSIR, Fabryka Kultury”,
  - b) nr 2.2 do uchwały „Rejon ulicy Drogowców”,
  - c) nr 2.3 do uchwały „Targowisko miejskie”,
  - d) nr 2.4 do uchwały „Dworzec PKP”;
- 4) rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag do projektu uchwały w sprawie 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, niebędące ustaleniami uchwały, dla miasta Reda, stanowiące załącznik nr 3 do uchwały.

**§ 2.1.** Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż określone w niniejszej uchwale krajobrazowej.

2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, stanowiących szyldy, uchwała krajobrazowa w Rozdziale 2 określa szczegółowe zasady i warunki sytuowania, gabaryty oraz ich liczbę na danej nieruchomości, w odniesieniu do całego obszaru miasta.

3. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, uchwała krajobrazowa w Rozdziale 3 określa szczegółowe zasady i warunki ich sytuowania i gabaryty, w odniesieniu do wyznaczonych obszarów strukturalnych miasta i obszaru indywidualnej promocji, zgodnie z opisem przebiegu granic, zawartym w załączniku nr 1 do uchwały, przedstawionym na rysunku, stanowiącym załącznik nr 2 do uchwały, wyznaczono następujące obszary:

1) sześć obszarów strukturalnych:

- a) promocji reklam w strefie Śródmieścia, oznaczony symbolem A,
- b) dopuszczenia reklam w strefie Śródmieścia, oznaczony symbolem B,
- c) tonowania reklam w strefie zurbanizowanej, oznaczony symbolem C,
- d) ochrony ekspozycji walorów krajobrazowych pradoliny rzeki Redy, oznaczony symbolem D,
- e) ochrony ekspozycji walorów krajobrazowych korytarza ekologicznego rzeki Redy, oznaczony symbolem E,
- f) ciszy reklamowej (OCHK Puszcza Darżłubska i TPK), oznaczony symbolem F;

2) obszar wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego ulic: Gdańskiej, Wejherowskiej, Puckiej, Łąkowej, Morskiej, Młyńskiej, Gniewowskiej, części ul. Obwodowej, którego przebieg wyznaczono w załączniku graficznym nr 2 do uchwały;

3) **obszar indywidualnej promocji**, w którym dopuszcza się reklamy sponsorów imprez sportowo-kulturalnych oraz reklamy związane z promocją miasta:

- a) „Tereny sportu i rekreacji – MOSIR, Fabryka Kultury” oznaczone na rysunkach cyfrą 1,
- b) „Rejon ulicy Drogowców” oznaczony na rysunkach cyfrą 2,
- c) „Targowisko Miejskie” oznaczone na rysunkach cyfrą 3,
- d) „Dworzec PKP” oznaczony na rysunkach cyfrą 4.

4. Granice obszarów opisano w załączniku nr 1 do uchwały i oznaczono na rysunkach, stanowiących załącznik nr 2 i na rysunkach, stanowiących załączniki szczegółowe od nr 2.1 do nr 2.4 do uchwały dla Obszaru Indywidualnej Promocji.

**§ 3. 1.** Pojęcia, użyte w uchwale, zdefiniowane w innych przepisach to: obiekt małej architektury, reklama, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, szyld.

2. Pojęcia zdefiniowane w niniejszej uchwale zawierają, między innymi, wykaz urządzeń i tablic reklamowych, obiektów małej architektury oraz ogrodzeń, mogących wystąpić na obszarze miasta, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Definicje pojęć użytych w niniejszej uchwale, z zastrzeżeniem innych ustaleń szczegółowych, zawartych w kolejnych rozdziałach uchwały, są następujące:

- 1) ażurowe ogrodzenie – ogrodzenie z elementów przeziernych, tworzących wzór lub rytm z otworów, zajmujących co najmniej 25% powierzchni ogrodzenia; dokonywanie pomiaru stopnia ażurowości zgodnie z § 3 ust. 5 pkt 5;
- 2) baner – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, wykonane z tkaniny, tekstyliów, winylu lub innego miękkiego materiału, zawierająca elementy umożliwiające ich zamocowanie, na konstrukcji tymczasowo lub stale zakotwionej w gruncie, na obiektach budowlanych lub na innych nośnikach reklamy, o formacie nie większym niż duży;
- 3) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości - zgodny z definicją z pkt 2, promujący jedynie ofertę sprzedaży lub najmu nieruchomości, sytuowany tylko na terenie nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące;
- 4) billboard – urządzenie reklamowe, z jednostronną lub dwustronną tablicą reklamową, z możliwością podświetlenia tablicy o formacie nie większym niż wielki, posadowioną na wspólnej konstrukcji nośnej, na

jednym słupie pionowym/prostym, trwale związany z gruntem fundamentem pod naturalnym poziomem terenu, z tablicą w układzie poziomym, umieszczoną na słupie po środku powierzchni służącej ekspozycji reklamy, o łącznej wysokości nie niższej niż 6,0 m i nie wyższej niż 8,0 m; dla billboard'u o dwustronnej tablicy reklamowej, tablice należy umieścić w sposób równoległy względem siebie;

- 5) citylight – podświetlona, przeszklona tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o wymiennej ekspozycji, jako wolnostojące, naścienne lub zintegrowane z wiatą przystankową, służące do zamieszczania plakatów, w tym przewijanych plakatów oraz elektronicznych plakatów, o standardowym wymiarze powierzchni ekspozycji reklamy 1,2 m x 1,8 m lub 1,4 m x 2,4 m oraz o całkowitej wysokości wraz z elementami konstrukcyjnymi nie wyższej niż 3,0 m;
- 6) ekran – tablica reklamowa świetlna, służąca prezentacji informacji wizualnej o zmiennej treści, w szczególności w technice wyświetlania obrazu TFT LCD lub przy użyciu technik bezpośredniej emisji światła, np. ekran LED, o mocy i sposobie świecenia według regulacji zawartych w ustawach o ruchu drogowym i o drogach publicznych oraz innych przepisach odrębnych;
- 7) elementy wygrodzeniowe – elementy służące czasowemu wyznaczeniu przestrzeni, np. ogródka gastronomicznego lub terenu, na którym odbywa się wydarzenie, niezwiązane na stałe z gruntem, w szczególności: donice z zielenią, pachołki, słupki, barierki itp.;
- 8) falbana - pozioma podwieszona dekoracja o wysokości do 30 cm z materiału, z którego wykonane jest przekrycie np.: parasol ogrodowy, markiza, przekrycie namiotowe, występująca jako nośnik reklamy;
- 9) flaga lub proporzec – tablica reklamowa wykonana z tkaniny lub innego miękkiego materiału, o układzie poziomym lub pionowym, umieszczana na maszcie wolnostojącym o maksymalnej wysokości do 5 m, na słupie oświetleniowym, na wysięgniku lub bezpośrednio na obiekcie budowlanym, na pionowych osiach kompozycyjnych elewacji, jedynie do stosowania przy lub na obiektach o funkcji w całości usługowej lub jako reklama okolicznościowa; sytuowanie masztów nie więcej niż po trzy w jednym rzędzie w granicach jednej nieruchomości;
- 10) gablota – urządzenie reklamowe jedno- lub dwustronne, trwale związane z gruntem, na jednym lub dwóch słupkach, w formacie nie większym niż średni;
- 11) gablota gastronomiczna – urządzenie reklamowe umieszczone na stojaku, na płocie, sytuowane wyłącznie przy wejściu do lokalu lub do ogródka gastronomicznego, na elewacji budynku, przy wejściu do lokalu, przeznaczona do ekspozycji menu, o maksymalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej formatu małego, z dopuszczeniem gabloty gastronomicznej, o maksymalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej formatu średniego, bezpośrednio przy wjeździe do miejsca sprzedaży w systemie „drive thru”;
- 12) kaseton – urządzenie reklamowe w formie prostopadłościanu jedno- lub dwustronnego z płaską lub przestrzenną grafiką, z podświetleniem lub bez, występujący jako: szyld główny, szyld przyległy, szyld semaforowy;
- 13) kubik – wolnostojące urządzenie reklamowe, niezwiązane trwale z gruntem, w postaci stelaża przestrzennego z reklamą, występujące jedynie jako reklama okolicznościowa, o łącznej wysokości do 2,5 m i o szerokości do 2,5 m, stanowiącej długość średnicy koła, obrysowanego na rzucie tego urządzenia;
- 14) litera lub logotyp stosowane w reklamie, jako znaki:
  - a) przestrzenne np. cięte, odlewane lub formowane w inny sposób,
  - b) płaskie np. malowane, nanoszone bezpośrednio na nośnik;
- 15) markiza – rozpięta na stelażu tkanina lub inne tekstylia, sytuowana na elewacji w parterze budynku, nad otworami okiennymi lub drzwiowymi, występująca jako nośnik reklamy, o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy do 20% powierzchni markizy;
- 16) model przestrzenny – urządzenie reklamowe w formie figuratywnego przedstawienia danego przedmiotu lub postaci w dowolnej skali, umieszczone w przestrzeni lub taki przedmiot użytkowy, który nie pełni przypisanej mu pierwotnie funkcji, lecz nie jest wyższy niż 1,5 m;
- 17) naklejka, tabliczka – tablica reklamowa, sytuowana bezpośrednio na przeszkleniu, na kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz i od strony tego wejścia lub od strony okienka sprzedażowego, w formacie nie większym niż drobny;

- 18) neon – konturowa forma plastyczna, wykonana z użyciem rurek jarzeniowych;
- 19) nośnik pneumatyczny – urządzenie dmuchane w formie balonu, dmuchanej bramy, airwall’a, na którym mogą być umieszczone tablice reklamowe w formacie nie większym niż duży;
- 20) nośnik reklamy – obiekt lub miejsce na obiekcie, na którym sytuowane jest urządzenie reklamowe lub tablica reklamowa, w szczególności: elewacja budynku, elementy wchodzące w skład ogródka gastronomicznego, elementy wygradzeniowe, falbana, markiza, nośnik pneumatyczny, obiekty małej architektury, leżak, urządzenia sportowe rehabilitacyjne, rekreacyjne i towarzyszące imprezom okolicznościowym, siatka ochronna elewacyjna, szyba wystawowa itp.;
- 21) plakat – tablica reklamowa w rodzaju wyrobu poligraficznego, stanowiący w całości formę graficzną, sytuowana na słupie reklamowym, w citylight lub w innym wskazanym miejscu, według ustaleń szczegółowych dla poszczególnych obszarów, o formacie nie mniejszym niż mały;
- 22) pole powierzchni ekspozycji reklamy – pole powierzchni prostokąta opisanego na reklamie lub suma pól powierzchni prostokątów, opisanych na niepołączonych ze sobą elementach reklamy; dla urządzeń reklamowych o kształcie uniemożliwiającym wyliczenie pola powierzchni, służącej ekspozycji reklamy, stosuje się zasady obliczania według przepisów odrębnych;
- 23) pylon – wolnostojące, pionowe urządzenie reklamowe, służące ekspozycji reklam, mocowane w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, służące ekspozycji reklam, do którego zalicza się:
  - a) pylon cenowy – urządzenie reklamowe, o maksymalnej wysokości do 7,0 m i maksymalnej szerokości do 1/3 wysokości, zwieńczone dwustronnym szyldem o szerokości tego pylonu, służące informacji o aktualnych cenach produktów,
  - b) pylon główny – urządzenie reklamowe, o maksymalnej wysokości do 3,5 m i maksymalnej szerokości do 1/3 wysokości, za wyjątkiem wysokości regulowanej odrębnie dla poszczególnych obszarów, służące prezentacji szyldu głównego lub innej reklamy,
  - c) pylon zbiorczy – urządzenie reklamowe, służące prezentacji zgrupowanych modułowo szyldów przyległych, o pojedynczym formacie nie większym niż drobny, o maksymalnej wysokości urządzenia do 3,5 m i o szerokości do 1/3 wysokości;
- 24) reklama drobna – tablica reklamowa na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych, na falbanie, na markizie, na urządzeniu sportowym, na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym, w formie naklejek, tabliczek, logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, o powierzchni ekspozycji nie większej niż w formacie drobnym;
- 25) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu budowlanego wraz z opisem lub reklamą produktów lub usług związanych z projektowaniem i realizacją inwestycji zlokalizowanej na grodzonym terenie;
- 26) reklama na rusztowaniu – w formie tablicy reklamowej, jedynie w przypadku prowadzonych robót budowlanych na elewacjach i sytuowana na czas wykonywania tych robót, lecz na czas nie dłuższy niż 3 lata, w ilości nie większej niż jedna na elewację i w formacie nie większym niż średni;
- 27) reklama na siatce ochronnej elewacyjnej – umieszczona jedynie w przypadku prowadzonych robót budowlanych na elewacjach i sytuowana na czas wykonywania tych robót budowlanych, nie dłuższy niż 3 lata, w dowolnym formacie;
- 28) reklama okolicznościowa – reklama wydarzenia kulturalnego, sportowego, społecznego, religijnego, związanego ze współpracą z miastami partnerskimi itp., dotycząca wydarzenia, organizowanego na obszarze miasta Redy lub innego miasta partnerskiego, sytuowana na okres trwania wydarzenia i na okres nie dłuższy niż 2 tygodnie przed wydarzeniem i 1 dzień po wydarzeniu, do której zaliczają się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wymienione w §6 ust. 2, oprócz nośnika pneumatycznego, reklamy na namiocie lub na stoisku promocyjnym, które mogą być sytuowane tylko na czas trwania wydarzenia; wyjątek dotyczy zbiorczych informacji o imprezach odbywających się cyklicznie lub planowanych w okresie letnim od czerwca do sierpnia, dla których reklama wydarzenia kulturalnego, sportowego, społecznego, sytuowana jest na okres trwania wydarzenia i na okres nie dłuższy niż 2 miesiące przed wydarzeniem i 1 dzień po wydarzeniu;

- 29) reklama przyległa sygnująca – tablica reklamowa o powierzchni ekspozycji reklamy nie większej niż w formacie średnim, sytuowana w dowolnym miejscu na budynku lub na obiekcie małej architektury, zawierająca jedynie informacje o inwestorze, firmie projektującej i budowlanej, realizującej obiekt, w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych;
- 30) słup reklamowy – urządzenie reklamowe w formie walca o średnicy od 120 cm do 175 cm i wysokości powierzchni ekspozycyjnej do 3,5 m służące do umieszczania ogłoszeń, plakatów;
- 31) strefa ekspozycji – obszar ochrony przedpola ekspozycji widokowej elementów krajobrazu kulturowego;
- 32) szyldy w zależności od rodzaju i miejsca sytuowania:
- a) główny – jako nazwa obiektu albo głównej lub wybranej działalności prowadzonej na danej nieruchomości,
  - b) przyległy – sytuowany równolegle do nośnika reklamy, w odległości nie większej niż 0,2 m lub bezpośrednio sytuowany na nośniku reklamy,
  - c) semaforowy – wywieszka uliczna, sytuowana prostopadle do fasady budynku pionowo lub poziomo,
  - d) wizytówkowy – służący prezentacji pojedynczych lub zgrupowanych modułów w podziale graficznym szyldów przyległych na zbiorczej tablicy, o wspólnych elementach modułu o formacie nie większym niż drobny, ze znajdującymi się w danym miejscu pozostałymi szyldami wizytówkowymi;
- 33) tablica systemowa – urządzenie reklamowe wolnostojące, z dopuszczeniem podświetlenia, o jedno lub dwustronnej powierzchni ekspozycyjnej reklamy w układzie poziomym, o grubości nie większej niż 0,15 m, na trwale związane z gruntem, na wspólnej konstrukcji nośnej i wysokości urządzenia nie większej niż 5,0 m, o formacie i zasadach sytuowania określonych w uchwale dla poszczególnych obszarów;
- 34) totem – urządzenie reklamowe wolnostojące w formie masztu o maksymalnej wysokości do 3,5 m, zwieńczonego logotypem przestrzennym, tablicą reklamową, literą przestrzenną, kasetonem, o formacie nie większym niż mały;
- 35) winder – tablica reklamowa wykonana z tkaniny lub innego miękkiego materiału, o układzie pionowym, rozpięta na maszcie o maksymalnej wysokości do 3,5 m, niezwiązanym trwale z gruntem; sytuowanie nie więcej niż po trzy w jednym rzędzie w granicach jednej nieruchomości;
- 36) witacz wejściowy – przenośne urządzenie reklamowe w formie gabloty lub tablica reklamowa umieszczona na pulpicie, stojaku, sztaludze lub na płocie, sytuowana wyłącznie przy wejściu do lokalu lub do ogródka gastronomicznego, przeznaczona do ekspozycji menu lub innych informacji, dotyczących świadczonych usług, o powierzchni ekspozycyjnej w formacie nie większym niż mały;
- 37) witacz miejski – przydrożna tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informujące o wjeździe do miasta w formie pylonów, o maksymalnej wysokości do 5,0 m, służące promocji miasta;
- 38) wyklejka – rodzaj reklamy na przeszkloną witrynę lokalu, o formacie stanowiącym pokrycie 30% szyby, z wyjątkiem 100% powierzchni przeszklenia, dopuszczonej dla reklamy sprzedaży lub najmu nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące; za przeszklenie witryny lub okna lokalu uważa się również przeszklenia nieprzezierne, dla których zastosowano np. szkło mrożone, matowe, przydymione redukujące promieniowanie słoneczne.

3. Gabaryty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych - wielkości powierzchni ekspozycyjnej reklamy, występują w następujących formatach:

- 1) drobny – do 0,1 m<sup>2</sup> włącznie;
- 2) mały – powyżej 0,1 m<sup>2</sup> do 1,25 m<sup>2</sup> włącznie;
- 3) średni – powyżej 1,25 m<sup>2</sup> do 4,0 m<sup>2</sup> włącznie;
- 4) duży – powyżej 4,0 m<sup>2</sup> do 9,0 m<sup>2</sup> włącznie;
- 5) wielki – powyżej 9,0 m<sup>2</sup> do 18,0 m<sup>2</sup> włącznie.

4. Widoczność elementów konstrukcyjnych nowych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych należy ograniczyć w szczególności poprzez ukrycie ich w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w tablice reklamową lub urządzenie reklamowe.

5. Zasady dokonywania pomiarów są następujące:

- 1) wysokość znaku:
  - a) dla liternictwa jest to wysokość litery wielkiej,
  - b) dla pozostałych znaków jest to wysokość największego znaku;
- 2) odległości pomiędzy reklamami wolnostojącymi, sytuowanymi przy drodze, nie dotyczą odległości względem reklam znajdujących się po przeciwnych stronach drogi;
- 3) urządzenia reklamowe i tablice reklamowe powinny mieścić się wraz ze wszystkimi ich elementami, w wyznaczonych odległościach;
- 4) odległość lub wysokość mierzona względem elementów lub względem określonych punktów w przestrzeni, stanowi najkrótszy odcinek między nimi;
- 5) stopień ażurowości (przezierności) ogrodzenia (A) ( $A = P_p / P_c \cdot 100\%$ ) jest stosunkiem procentowym powierzchni przeziernej ( $P_p$ ) do powierzchni całkowitej ( $P_c$ ) mierzonej po obrysie ogrodzenia. Do przezierności wlicza się elementy konstrukcyjne ogrodzenia takie jak części wystającej fundamentów i słupów.

6. Na całym obszarze miasta mogą być sytuowane urządzenia reklamowe i tablice reklamowe będące realizacją obowiązku nałożonego przepisami prawa, niezależnie od zasad i warunków sytuowania małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustalonych w uchwale.

**§ 4.1.** Zasady sytuowania małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej, w zakresie wszelkich działań inwestycyjnych dotyczących obiektów wpisanych do rejestru zabytków województwa pomorskiego, ujętych w gminnej ewidencji zabytków i objętych ochroną w planach miejscowych, podlegają przepisom odrębnym z zakresu ochrony i opieki nad zabytkami. Miasto Reda położone jest w obszarze mikroregionu historyczno – kulturowego ziemi pucko – wejherowskiej, charakteryzującego się wybitnymi walorami dziedzictwa kulturowego. Dla ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej struktury przestrzennej układu osadniczego, ustala się następujące zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- 1) zakaz sytuowania urządzeń reklamowych i tablic reklamowych nie będących szyldami:
  - a) na obiektach wpisanych do rejestru zabytków woj. pomorskiego, ujętych w gminnej ewidencji zabytków i objętych ochroną w planach miejscowych,
  - b) na pomnikach, dziełach plastycznych z wyjątkiem reklam przyległych sygnujących,
  - c) na terenach cmentarzy, miejsc kultu religijnego i ogrodów jordanowskich, na pomnikach przyrody,
  - d) na terenach parków oraz terenach, wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny zieleni urządzonej, oprócz reklam okolicznościowych,
  - e) wolnostojących urządzeń reklamowych i tablic reklamowych wzdłuż osi i ciągów widokowych po obu stronach ul. Gdańskiej, od strony wjazdu do z m. Rumi w kierunku ul. Wejherowskiej, wyznaczonych w załączniku nr 2 do uchwały, stanowiących strefę ochrony ekspozycji zabytku wpisanego do rejestru zabytków – kościoła pw. Wniebowzięcia NMP przy ul. Gdańskiej 3 oraz w strefach ochrony ekspozycji innych cennych zespołów zabudowy i otwarcie widokowych wskazanych w audycie krajobrazowym;
- 2) zasady sytuowania szyldów na obiektach wpisanych do rejestru zabytków woj. pomorskiego, ujętych w gminnej ewidencji zabytków i objętych ochroną w planach miejscowych - wszelkie działanie inwestycyjne, podlegają przepisom odrębnym z zakresu ochrony i opieki nad zabytkami oraz ustaleniom zawartym w Rozdziale 2, pod następującymi warunkami:
  - a) dopasowania kompozycyjnego kształtu, wielkości, kolorystyki, sposobu oświetlenia do detali architektonicznych budynków, z zakazem:

- przesłaniania detalu, w tym: gzymsów, fryzów, balustrad w szczególności: schodów, balkonów, loggii, tarasów, boniowania, sztukaterii, ozdobnego zróżnicowania faktury tynków, okładzin kamiennych, ceramicznych i innych elementów historycznego wystroju budynku,
- zaburzania porządku i układu kompozycyjnego obiektu; dopasowanie sytuowania szyldu do: światel otworów okiennych i drzwiowych, pionowych i poziomych podziałów elewacji, wyznaczonych: detalem architektonicznym lub widocznymi elementami konstrukcyjnymi,
- stosowania materiałów odbijających światło dzienne w sposób mogący powodować efekt olśnienia,

b) wyznaczenia w projekcie budowlanym lokalizacji i formy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obiekcie, zgodnie z uchwałą;

- 3) zakaz sytuowania wolnostojących urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, wzdłuż osi i ciągów widokowych po obu stronach ul. Gdańskiej, od strony wjazdu do i wyjazdu z miasta Rumi w kierunku ul. Wejherowskiej, wyznaczonych w załączniku nr 2 do uchwały, stanowiących strefę ochrony ekspozycji zabytku wpisanego do rejestru zabytków – kościoła pw. Wniebowzięcia NMP przy ul. Gdańskiej 3 oraz w strefach ochrony ekspozycji innych cennych zespołów zabudowy i otwarć widokowych wskazanych w audycie krajobrazowym;
- 4) w zespole zabytkowym i na nieruchomości, na której znajduje się zabytek, obowiązuje zachowanie istniejących ogrodzeń i możliwość sytuowania odtworzonych ogrodzeń zabytkowych, na podstawie zachowanych przekazów historycznych, według indywidualnych zasad, wynikających z rekonstrukcji ogrodzenia, dla których nie obowiązują ustalenia zawarte w § 12 niniejszej uchwały;
- 5) dopuszcza się sytuowanie małej architektury w zespole zabytkowym i na nieruchomości, na której znajduje się zabytek - wszelkie działania inwestycyjne dotyczące obiektów wpisanych do rejestru zabytków woj. pomorskiego, ujętych w gminnej ewidencji zabytków i objętych ochroną w planach miejscowych, podlegają przepisom odrębnym z zakresu ochrony i opieki nad zabytkami.

**§ 5. Zasady sytuowania małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń w kontekście ochrony krajobrazu:**

- 1) zapewnienie przedpola ekspozycji następującym obiektom:
- a) zabytkom w strefie ekspozycji osi i ciągów widokowych, wskazanych w załączniku nr 2 do uchwały i zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 4 pkt 3,
  - b) panoramie miasta od strony wjazdu ul. Pucką w kierunku ul. Gdańskiej, poprzez ograniczenie reklam wolnostojących do formatu nie większego niż średni oraz zgodnie z pozostałymi ustaleniami, dla poszczególnych obszarów,
  - c) zabytkom zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 4;
- 2) redukcja barier przestrzennych poprzez sytuowanie:
- a) obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń w sposób niekolidujący z ciągami komunikacyjnymi,
  - b) obiektów małej architektury w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni;
- 3) zachowanie odległości:
- a) nie mniejszej niż 10,0 m pomiędzy urządzeniem reklamowym wolnostojącym a urządzeniami reklamowymi takimi jak: potykacz, reklama semaforowa, witacz wejściowy, gabłota gastronomiczna, oraz rząd flag, proporców, winderów,
  - b) nie mniejszej niż 35,0 m pomiędzy tablicą systemową średniego formatu, a tablicą systemową średniego formatu, dużego formatu i billboardem, pylonem zbiorczym lub totemem,
  - c) nie mniejszej niż 70,0 m pomiędzy słupem reklamowym, a tablicami systemowymi dużego formatu lub słupem reklamowym oraz pomiędzy tablicą systemową dużego formatu, a billboardem, pylonem zbiorczym lub totemem,
  - d) nie mniejszej niż 100,0 m pomiędzy urządzeniami reklamowymi typu billboard,

- e) dla tablic reklamowych, nie będących szyldami, sytuowanych na elewacji budynku, takich jak: plakat, naklejka, tabliczka, zachowanie minimalnej odległości między tablicami nie mniejszej niż wysokość lub szerokość większej z analizowanych tablic reklamowych; ustalona odległość nie dotyczy sytuowania na nośnikach takich jak: słup reklamowy i wiata przystankowa.

§ 6. Standardy jakościowe w zakresie warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ustala się zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami standardów jakościowych, dotyczących w szczególności:

- 1) standardów technicznych i bezpieczeństwa w zakresie trwałego zamocowania;
- 2) kompletności i trwałości wyposażenia;
- 3) walorów estetycznych w zakresie jakości użytych materiałów i utrzymania ich w czystości.

## **Rozdział 2.**

### **Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami w obszarze całego miasta**

§ 7. 1. Ogólne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami, dalej nazywanych „szyldami”:

- 1) zakazuje się:
  - a) przesłaniania szyldami, usytuowanymi na elewacji lub ogrodzeniu, detali architektonicznych, z wyłączeniem szyldów neonowych i znaków bez tła oraz przesłaniania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych,
  - b) sytuowania szyldów na budynkach w odległości mniejszej niż 0,5 m od tablic z numerami porządkowymi nieruchomości oraz nazw ulic;
- 2) nakazuje się:
  - a) sytuowanie szyldów z przestrzeganiem zasad ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków, według ustaleń zawartych w § 4 ust. 1 pkt 2,
  - b) sytuowanie szyldów zgodnie z podziałami architektonicznymi obiektu budowlanego, w szczególności wyśrodkowane względem otworów okiennych lub drzwiowych lub krawędzi elewacji lub detalu architektonicznego,
  - c) ukrycie elementów konstrukcyjnych z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych,
  - d) stosowanie przy doświetleniu lub podświetleniu szyldów oświetlenia o stałej intensywności i barwie białej;
- 3) dopuszcza się bez ograniczeń szyldy wymagane zgodnie z przepisami odrębnymi.

2. Maksymalna, łączna liczba szyldów, sytuowanych na terenie nieruchomości przez jeden podmiot prowadzący działalność, nie może przekraczać ilości 10 sztuk, według ustaleń dotyczących zasad sytuowania poszczególnych rodzajów szyldów, wymienionych w niniejszej uchwale, w następującym zakresie:

- 1) na budynek – jeden szyld główny na każdą elewację budynku z ogólnodostępnym wejściem do budynku, na każdą elewację narożnej witryny lub od strony witryny lub od strony ulicy, dodatkowo jeden szyld semaforowy;
- 2) na lokal:
  - a) jeden dowolny szyld przyległy lub na szybie, usytuowany na każdej elewacji z ogólnodostępnym wejściem do budynku lub na każdą elewację narożnej witryny, jeden szyld semaforowy na każdą elewację z ogólnodostępnym wejściem do budynku lub na każdą elewację narożnej witryny,
  - c) jeden szyld wizytówkowy pojedynczy lub zbiorczy przy każdym funkcjonującym wejściu do budynku prowadzącym do podmiotu reklamy lub na pylonie zbiorczym przed wejściem,
  - d) dodatkowo szyld przyległy:
    - w indywidualnej ilości na budynku, z usytuowaniem ustalonym w § 8 ust. 1 pkt 2 lit. a) tiret czwarte,

- na falbanach,
- na witaczu wejściowym,
- na elementach ogródka gastronomicznego,
- na elementach wygrodzeniowych;

- 3) dodatkowo na wiatę nad budynkiem: dopuszcza się po jednym dowolnym szyldzie przyległym przy każdym wyjeździe i wjeździe pod wiatę; dodatkowo dopuszcza się po jednym szyldzie przyległym na każdym urządzeniu, służącym wykonaniu usługi, znajdującym się pod wiatą lub na terenie poza wiatą, w formie nie większym niż drobny;
- 4) na kiosk uliczny: dopuszcza się po jednym szyldzie głównym na każdej elewacji kiosku, widocznej z przestrzeni publicznej, jeden dowolny szyld przyległy lub na szybie, sytuowany od strony miejsca obsługi klienta.

## **§ 8. Zasady i warunki sytuowania szyldów na budynkach w obszarze całego miasta.**

### **1. Szyld główny:**

#### **1) sytuowanie szyldu głównego:**

- a) na elewacji frontowej budynku lub w dowolnym miejscu, na elewacji budynku, widocznym z przestrzeni publicznej, wyznaczonym w projekcie budowlanym,
- b) na elewacji frontowej budynku w parterze, na wspólnej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych,
- c) na budynku posiadającym jedną kondygnację lub jako dodatkowy szyld na budynku, posiadającym więcej niż jedną kondygnację naziemną, nad górną krawędzią elewacji, w odległości od tej krawędzi nie większej niż połowa wysokości znaków szyldu, a dla szyldów w formie neonu także na tej krawędzi, w attyce;

#### **2) forma szyldu głównego:**

- a) logotyp, litery przestrzenne lub malowane, neon, jako szyldów przyległych, o wysokości stanowiącej nie więcej niż  $1/6$  odległości dolnej krawędzi logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nimi, a dla budynków parterowych szyldu przyległego o  $1/3$  wysokości elewacji budynku mierzonej od terenu przyległego do okapu,
- b) logotyp, litery przestrzenne lub malowane, neon, jako szyld sytuowanego nad okapem stropodachu o wysokości stanowiącej:
  - do 0,8 m wysokości dla elewacji o wysokości do 6,0 m,
  - do  $1/8$  wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,2 m dla elewacji o wysokości od 6,0 m do 12,0 m,
  - do  $1/10$  wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6,0 m dla elewacji wyższych niż 12,0 m,
- c) kaseton jedynie w parterze budynku o wysokości stanowiącej nie więcej niż  $1/6$  odległości dolnej krawędzi od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nim,
- d) szyld semaforowy pionowy, którego najniższy punkt znajduje się nie niżej niż 2,4 m nad istniejącym poziomem terenu bezpośrednio pod nim, na odległość nie większą niż 1,0 m przed elewacją budynku, jako kasetonu, logotypu, liter przestrzennych lub malowanych,
- e) pylon główny, zwieńczenie pylonu cenowego lub zbiorczego.

### **2. Szyld przyległy:**

#### **1) sytuowanie szyldu przyległego:**

- a) w parterze budynku lub w pasie między parterem a pierwszym piętrzem, bezpośrednio nad stropem parteru, w miejscu przeznaczonym dla szyldu:
  - na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych i semaforowych na elewacji lub pierzei, o ile jest to możliwe,
  - wyśrodkowany względem podziałów pionowych osi kompozycyjnych budynku, albo światła otworów okiennych i drzwiowych,

- w budynku za lub przed szybą w otworze okiennym lub drzwiowym tylko w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych,
- wyrównany względem podziałów poziomych elewacji, a w przypadku szyldu zamontowanego za lub przed otworem okiennym wyrównany względem górnej krawędzi tego otworu,

b) na ogrodzeniu przy wejściu głównym, w formacie nie większym mały,

c) na falbanach, na markizie, lub na witaczu wejściowym, na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygrodzeniowych, tablicach zawierających instrukcję lub regulamin, na wiacie stacji benzynowej, na kiosku ulicznym lub innych nośnikach reklamy,

d) dodatkowo w dowolnym miejscu na budynku, z uwzględnieniem ustaleń zawartych w § 4 pkt 1 uchwały, w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, dla usługi zlokalizowanej w całym budynku;

## 2) forma szyldu przyległego:

a) kaseton sytuowany jedynie na budynku, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości dolnej krawędzi kasetonu od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nim,

b) gabłota, gabłota gastronomiczna lub tablica kredowa sytuowana na elewacji w strefie parteru, po jednej stronie wejścia do lokalu,

c) logotyp, litery przestrzenne lub malowane, neon:

- sytuowane na budynku, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
- przymocowane bezpośrednio do elewacji albo na dystansach, na bezbarwnej tablicy eksponującej elewację, na kasetonie, na szybie w witrynie, za lub przed szybą, w świetle otworu okiennego lub drzwiowego.

## 3. Szyld semaforowy:

### 1) sytuowanie szyldu semaforowego:

a) nie niżej niż 2,4 m nad poziomem terenu bezpośrednio pod nim,

b) dla lokalu znajdującego się w parterze:

- na elewacji na wysokości parteru, przy funkcjonującym wejściu do budynku, z którego znajduje się wejście lub dojście do lokalu lub przy witrynie,
- na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyściennych i semaforowych na elewacji,
- przy pionowej osi kompozycyjnej elewacji budynku,
- na odległość nie większą niż 1,0 m przed elewacją,

c) dla lokalu znajdującego się bezpośrednio pod lub nad parterem, sytuowany:

- na wysokości parteru,
- na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych i semaforowych na elewacji,
- na odległość nie większą niż 1,0 m przed elewacją;

2) forma szyldu semaforowego: kaseton, logotyp, litery przestrzenne lub malowane, neon o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nimi; dopuszcza się model przestrzenny, jako część szyldu semaforowego.

## 4. Szyld wizytówkowy:

### 1) sytuowanie szyldu wizytówkowego:

a) przy wejściach do budynku albo na drzwiach zewnętrznych prowadzących do podmiotu reklamy,

b) na bramach w przejściach bramnych albo na bramach wejściowych, na ogrodzeniach prowadzących do podmiotu reklamy,

- c) na pylonach zbiorczych znajdujących się na dojściu do wejścia do budynku prowadzącego do podmiotu reklamy,
  - d) na falbanach, na fladze, na markizie, na proporcu,
  - e) na elementach wygrodeniowych,
  - f) na witaczu wejściowym;
- 2) forma szyldu wizytówkowego: logotyp, litery przestrzenne lub malowane, w formacie nie większym niż drobny; ogranicza się łączną wielkość powierzchni zgrupowanych szyldów wizytówkowych umieszczonych na elewacjach budynków wpisanych do rejestru zabytków, ujętych w ewidencji zabytków lub objętych ochroną w planach miejscowych, do 1,0 m<sup>2</sup>.

5. Szyld na szybie:

- 1) sytuowanie szyldu na szybie: w witrynach, w otworach okiennych i drzwiowych;
- 3) forma szyldu wizytówkowego: malowana lub wyklejka, o powierzchni ekspozycyjnej nie większej niż 30% powierzchni otworu, w którym się znajduje.

### Rozdział 3.

#### **Ustalenia w zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy dla całego obszaru miasta.**

**§ 9.** Określa się ogólne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami:

- 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na:
  - a) elewacjach budynków, które zostały wpisane do rejestru zabytków, ujętych w gminnej ewidencji zabytków lub objętych ochroną w miejscowych planach, zgodnie z ustaleniami zawartymi w § 4 ust.1 pkt 1,
  - b) elewacjach budynków, które posiadają otwory okienne lub detal architektoniczny, istotny w wizerunku budynku, z wyjątkiem reklamy na siatce ochronnej elewacyjnej,
  - c) nieruchomościach, na których sytuowane są budynki o funkcji: oświatowej, szkolnictwa wyższego, sakralnej, urzędów organów administracji publicznej lub placówek dyplomatycznych, oprócz reklam okolicznościowych i terenów, określonych jako obszar indywidualnej promocji,
  - d) terenach parków, cmentarzy i ogrodów jordanowskich oraz terenach, wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny zieleni urządzonej, oprócz reklam okolicznościowych,
  - e) na pojazdach, zaparkowanych na terenie miasta, widocznych w przestrzeni publicznej; zakaz dotyczy pojazdów służących wyłącznie funkcji reklamowej, takich jak przyczepa lub inne pojazdy bez silnika, dostosowanych jedynie do sytuowania urządzeń reklamowych i tablic reklamowych;
- 2) dopuszcza się bez dodatkowych ograniczeń takie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, które:
  - a) informują o inwestycjach, prowadzonych ze środków publicznych, o ile nie przykrywają one otworów w elewacji ani dekoracji architektonicznej i nie przekraczają powierzchni ekspozycyjnej formatu średniego,
  - b) sytuowanych na podstawie przepisów odrębnych.

**§ 10. Ustalenia szczegółowe w zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, innych niż szyldy, dla poszczególnych obszarów strukturalnych od A do F, obszaru wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego ulic i obszaru indywidualnej promocji w częściach od 1 do 4.**

**1. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze strukturalnym A** - promocji reklam w strefie Śródmieścia zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, niż poniżej wymienione, których znaczenie objaśniono w § 3, z zastrzeżeniem ustaleń zawartych w § 6:

- 1) na budynkach:

- a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości,
  - b) ekran formatu nie większego niż średni,
  - c) gablota,
  - d) gablota gastronomiczna,
  - e) naklejka, tabliczka w witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do lokali usługowych,
  - f) reklama na rusztowaniu, na siatce ochronnej elewacyjnej,
  - g) reklama przyległa sygnująca,
  - h) wyklejka w witrynie usługowej tylko w poziomie parteru budynku;
- 2) na budowlach:
- a) plakat, citylight w wiacie przystankowej,
  - b) reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,
  - c) reklama drobna: na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych,
  - d) reklama na ogrodzeniu tymczasowym;
- 3) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:
- a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości,
  - b) billboard, sytuowany jedynie po południowej stronie ul. Wejherowskiej, na odcinku od skrzyżowania z ul. Pucką i ul. Gdańską do granicy z obszarem C, nie dalej niż 20,0 m od zewnętrznej krawędzi jezdni tej ulicy, w odległości nie mniejszej niż 20,0 m od najbliższego położonego punktu na elewacji budynku, widocznej od strony miejsca sytuowania billboard'u,
  - c) citylight,
  - d) gablota,
  - e) gablota gastronomiczna,
  - f) pylon cenowy,
  - g) pylon główny,
  - h) pylon zbiorczy,
  - i) reklama drobna: na falbanie, na markizie,
  - j) reklama okolicznościowa: baner, flaga lub proporzec na maszcie, reklama na namiocie, na pawilonie, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, winder, tablica systemowa w formacie nie większym niż duży, z dopuszczeniem zastosowania formy ekranu,
  - k) słup reklamowy,
  - l) tablica systemowa, w formacie nie większym niż średni,
  - m) tablica systemowa, w formacie nie większym niż duży, jedynie po południowej stronie ul. Wejherowskiej, na odcinku od skrzyżowania z ul. Pucką i ul. Gdańską do granicy z obszarem C oraz po południowej stronie ul. Gdańskiej, na odcinku od granicy z miastem Rumia do skrzyżowania z ul. Obwodową, sytuowana zgodnie z przepisami odrębnymi oraz nie dalej niż 20,0 m od zewnętrznej krawędzi jezdni tych ulic,
  - n) witacz wejściowy.

**2. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze strukturalnym B** - dopuszczenia reklam w strefie Śródmieścia, zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, niż poniżej wymienione, z zastrzeżeniem ustaleń zawartych w § 6.

- 1) na budynkach:

- a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości,
  - b) ekran formatu nie większego niż średni,
  - c) gablota,
  - d) gablota gastronomiczna,
  - e) naklejka, tabliczka w witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do lokali usługowych,
  - f) reklama na rusztowaniu, na siatce ochronnej elewacyjnej,
  - g) reklama przyległa sygnująca,
  - h) wyklejka w witrynie usługowej tylko w poziomie parteru budynku;
- 2) na budowlach:
- a) plakat, citylight w wiacie przystankowej,
  - b) reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,
  - c) reklama drobna: na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych,
  - d) reklama na ogrodzeniu tymczasowym;
- 3) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:
- a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości,
  - b) citylight przed budynkiem użyteczności publicznej, poza obiektami wpisanymi do rejestru lub ewidencji zabytków, formatu średniego,
  - c) gablota gastronomiczna,
  - d) gablota przed budynkiem użyteczności publicznej,
  - e) pylon cenowy
  - f) pylon główny,
  - g) pylon zbiorczy,
  - h) reklama drobna: na falbanie, na markizie,
  - i) reklama okolicznościowa: baner, flaga lub proporzec na maszcie, reklama na namiocie, na stoisku promocyjnym, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, tablica systemowa z dopuszczeniem zastosowania formy ekranu w formacie nie większa niż duży, winder,
  - j) słup reklamowy,
  - k) tablica systemowa w formacie nie większym niż średni,
  - l) witacz wejściowy.

**3. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze strukturalnym C** - tonowania reklam w strefie zurbanizowanej, zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, niż poniżej wymienione, z zastrzeżeniem ustaleń zawartych w § 6.

- 1) na budynkach:
- a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości,
  - b) ekran formatu nie większego niż średni,
  - c) gablota,
  - d) gablota gastronomiczna,
  - e) naklejka, tabliczka w witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do lokali usługowych,
  - f) reklama na rusztowaniu, na siatce ochronnej elewacyjnej,

- g) reklama przyległa sygnująca,
- h) wyklejka w witrynie usługowej tylko w poziomie parteru budynku;
- 2) na budowlach:
  - a) plakat, citylight w wiacie przystankowej,
  - b) reklama drobna: na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych,
  - c) reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,
  - d) reklama na ogrodzeniu tymczasowym;
- 3) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:
  - a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości
  - b) citylight,
  - c) gablota przed budynkiem użyteczności publicznej,
  - d) gablota gastronomiczna,
  - e) pylon cenowy,
  - f) pylon główny,
  - g) pylon zbiorczy,
  - h) reklama drobna: na falbanie, na markizie,
  - i) reklama okolicznościowa: baner, flaga lub proporzec na maszcie, reklama na namiocie /pawilonie, na stoisku promocyjnym, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, tablica systemowa z dopuszczeniem zastosowania formy ekranu w formacie nie większym niż duży, winder,
  - j) słup reklamowy,
  - k) tablica systemowa w formacie nie większym niż średni,
  - l) witacz wejściowy.

**4. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze strukturalnym D** - ochrony ekspozycji walorów krajobrazowych pradoliny rzeki Redy, zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, niż poniżej wymienione, z zastrzeżeniem ustaleń zawartych w § 6.

- 1) na budynkach:
  - a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości,
  - b) naklejka, tabliczka w witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do lokali usługowych,
  - c) reklama na rusztowaniu, na siatce ochronnej elewacyjnej,
  - d) reklama przyległa sygnująca,
  - e) wyklejka w witrynie usługowej tylko w poziomie parteru budynku;
- 2) na budowlach:
  - a) plakat, citylight w wiacie przystankowej,
  - b) reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,
  - c) reklama drobna: na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych,
  - d) reklama na ogrodzeniu tymczasowym;
- 3) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:
  - a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości,
  - b) reklama drobna: na falbanie, na markizie,

c) reklama okolicznościowa: baner, flaga lub proporzec na maszcie, reklama na urządzeniu sportowym, rehabilitacyjnym, rekreacyjnym, na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym, urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, tablica systemowa w formacie nie większym niż duży, winder,

d) słup reklamowy.

**5. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze strukturalnym E** – ochrony ekspozycji walorów krajobrazowych korytarza ekologicznego rzeki Redy, zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, niż poniżej wymienione, z zastrzeżeniem ustaleń zawartych w § 6.

1) na budynkach:

- a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości
- b) naklejka, tabliczka w witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do lokali usługowych,
- c) na siatce ochronnej elewacyjnej lub na rusztowaniu,
- d) reklama przyległa sygnująca,
- e) wyklejka w witrynie usługowej tylko w poziomie parteru budynku;

2) na budowlach:

- a) plakat, citylight w wiacie przystankowej,
- b) reklama drobna: na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych,
- c) reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat,
- d) reklama na ogrodzeniu tymczasowym,

3) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:

- a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości
- b) reklama na falbanie, na markizie,
- c) reklama okolicznościowa: baner, flaga lub proporzec na maszcie, reklama na namiocie, na urządzeniu sportowym, rehabilitacyjnym, rekreacyjnym, na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, winder,
- d) słup reklamowy.

**6. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze strukturalnym F** – ciszy reklamowej, zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, niż poniżej wymienione, z zastrzeżeniem ustaleń zawartych w § 6.

1) na budynkach:

- a) baner sprzedaży lub najmu nieruchomości,
- b) naklejka, tabliczka w witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do lokali usługowych,
- c) reklama na rusztowaniu, na siatce ochronnej elewacyjnej,
- d) reklama przyległa sygnująca;

2) na budowlach: plakat, citylight w wiacie przystankowej;

3) wolnostojące: zakazuje się sytuowania tablic i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.

**7. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego ulic:** Gdańskiej, Wejherowskiej, Puckiej, Łakowa, Morskiej, Młyńskiej, Gniewowskiej, części ul. Obwodowej, zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, niż poniżej wymienione, z zastrzeżeniem ustaleń zawartych w § 6;

1) ulice: Gdańska, Wejherowska, Pucka zgodnie z przepisami ustawy o drogach publicznych oraz:

a) na budowlach:

- plakat, citylight w wiacie przystankowej,
- reklama drobna: na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygrodzeniowych,
- reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,

b) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:

- billboard, sytuowany w ul. Gdańskiej, na odcinku od skrzyżowania z ul. Pucką i ul. Wejherowską do granicy z obszarem C oraz w rejonie skrzyżowania z ul. Gdańskiej z ul. Obwodową i przy ul. Gdańskiej przy granicy z Miastem Rumia, w odległości nie mniejszej niż 20,0 m od najbliższej położonego punktu na elewacji budynku, widocznej od strony miejsca sytuowania billboard'u,
- gabłota przed budynkiem użyteczności publicznej,
- pylon cenowy,
- pylon główny,
- pylon zbiorczy,
- reklama drobna: na falbanie, na markizie,
- słup reklamowy,
- tablica systemowa, w formacie nie większym niż średnim,
- witacz miejski, sytuowany przy ul. Gdańskiej przy wjeździe do miasta od strony Rumi i Wejherowa, przy ul. Puckiej przy wjeździe do miasta od strony Pucka,
- totem;

2) ulice: Łąkowa, Morska zgodnie z przepisami ustawy o drogach publicznych oraz:

a) na budowlach:

- plakat, citylight w wiacie przystankowej,
- reklama drobna: na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygrodzeniowych,
- reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,

b) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:

- flaga lub proporzec, umieszczona na słupie oświetleniowym,
- pylon cenowy,
- pylon główny,
- pylon zbiorczy,
- reklama okolicznościowa: baner, kubik, flaga lub proporzec na maszcie, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, reklama na urządzeniu sportowym, rehabilitacyjnym, rekreacyjnym, na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym, na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, tablica systemowa z dopuszczeniem zastosowania formy ekranu, w formacie nie większym niż średni,
- słup reklamowy,
- tablica systemowa, w formacie nie większym niż średni;

3) ulice: Młyńska, Gniewowska zgodnie z przepisami ustawy o drogach publicznych oraz:

a) na budowlach:

- plakat, citylight w wiacie przystankowej,
- reklama drobna: na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygrodzeniowych,

- reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,

b) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:

- flaga lub proporzec umieszczona na słupie oświetleniowym,
- pylon cenowy,
- pylon główny,
- pylon zbiorczy,
- reklama okolicznościowa: baner, kubik, flaga lub proporzec na maszcie, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, reklama na urządzeniu sportowym, rehabilitacyjnym, rekreacyjnym, reklama na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej,
- słup reklamowy,
- tablica systemowa, w formacie nie większym niż średni;

4) część ulicy Obwodowej zgodnie z przepisami ustawy o drogach publicznych oraz:

a) na budowlach:

- plakat, citylight w wiatach przystankowych,
- reklama na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygrodzeniowych,
- reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,

b) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:

- billboard, sytuowany w rejonie skrzyżowania z ul. Gdańską, w odległości nie mniejszej niż 20,0 m od najbliższego położonego punktu na elewacji budynku, widocznej od strony miejsca sytuowania billboard'u,
- flaga lub proporzec, umieszczona na słupie oświetleniowym,
- pylon cenowy,
- pylon główny,
- pylon zbiorczy,
- reklama okolicznościowa: baner, flaga lub proporzec na maszcie, kubik, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, reklama na urządzeniu sportowym, rehabilitacyjnym, rekreacyjnym, na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym, na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej,
- słup reklamowy,
- tablica systemowa, w formacie nie większym niż duży,
- totem,
- witacz miejski przy skrzyżowaniu z ul. Gdańską.

8. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami w obszarze indywidualnej promocji, zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, niż poniżej wymienione, z zastrzeżeniem ustaleń zawartych w § 6, dla następujących terenów:

1) **tereny sportu i rekreacji – MOSIR, Fabryka Kultury** oznaczone na rysunkach cyfrą 1:

a) na budynkach:

- baner,
- ekran w formacie nie większym niż średni,
- flaga lub proporzec na wysięgniku,

- naklejka, tabliczka,
- reklama przyległa sygnująca,
- reklama na rusztowaniu, na siatce ochronnej elewacyjnej,

b) na budowlach:

- reklama drobna: reklama na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych,
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym,

c) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:

- citylight,
- flaga lub proporzec na słupie oświetleniowym lub na maszcie,
- gablota,
- gablota gastronomiczna,
- pylon główny,
- pylon zbiorczy,
- reklama na falbanie, na markizie,
- reklama drobna: reklama na urządzeniu sportowym, rehabilitacyjnym, rekreacyjnym, reklama na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym,
- reklama okolicznościowa: kubik, model przestrzenny, nośnik pneumatyczny, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej, tablica systemowa z dopuszczeniem formy ekranu, w formacie nie większym niż duży, winder,
- słup reklamowy,
- tablica systemowa, w formacie nie większym niż duży,
- totem;

**2) rejon ulicy Drogowców i Targowisko Miejskie oznaczone na rysunkach cyframi 2 i 3:**

a) na budynkach:

- baner,
- baner sprzedaży lub najmu nieruchomości,
- ekran formatu nie większego niż średni,
- gablota,
- naklejka, tabliczka w witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do usług,
- reklama przyległa sygnująca,
- reklama na rusztowaniu, na siatce ochronnej elewacyjnej,
- wyklejka w witrynie usługowej tylko w poziomie parteru budynku,

b) na budowlach:

- reklama na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych,
- reklama na ogrodzeniu tymczasowym,

c) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:

- citylight,
- flaga lub proporzec na słupie oświetleniowym lub na maszcie,
- gablota,

- gablota gastronomiczna,
- pylon główny,
- pylon zbiorczy,
- reklama na falbanie, na markizie,
- reklama na urządzeniu sportowym, rehabilitacyjnym, rekreacyjnym,
- reklama na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym,
- reklama okolicznościowa: kubik, model przestrzenny, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej,
- słup reklamowy,
- tablica systemowa, w formacie nie większym niż średni,
- totem,
- witacz wejściowy;

3) „Dworzec PKP” oznaczony na rysunkach cyfrą 4:

a) na budynkach:

- flaga lub proporzec na wysięgniku,
- naklejka, tabliczka w witrynach przy wejściu lub na drzwiach wejściowych do usług,
- reklama na rusztowaniu, na siatce ochronnej elewacyjnej,
- reklama przyległa sygnująca,
- wyklejka w witrynie usługowej tylko w poziomie parteru budynku;

b) na budowlach:

- reklama na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygradzeniowych,
- reklama na kiosku ulicznym: naklejka, tabliczka, plakat, wyklejka,

c) wolnostojące, zgodnie z zachowaniem odległości ustalonych w § 5 pkt 3:

- citylight,
- flaga lub proporzec na słupie oświetleniowym lub na maszcie,
- gablota,
- gablota gastronomiczna,
- reklama okolicznościowa: baner, kubik, model przestrzenny, reklama na urządzeniu towarzyszącym imprezie okolicznościowej,
- pylon główny,
- pylon zbiorczy,
- reklama na falbanie, na markizie,
- reklama na urządzeniu sportowym, rehabilitacyjnym, rekreacyjnym,
- reklama na namiocie/pawilonie, na stoisku promocyjnym,
- słup reklamowy,
- tablica systemowa, w formacie nie większym niż duży,
- totem,
- witacz wejściowy;

- 4) dla obszaru indywidualnej promocji obowiązują również ustalenia zawarte w §9 oraz ustalenia obowiązujące dla poszczególnych obszarów strukturalnych graniczących z terenami obszaru indywidualnej promocji, w zakresie rodzaju i zasad sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, nie wymienionych dla terenów obszaru indywidualnej promocji.

#### **Rozdział 4.**

##### **Zasady sytuowania obiektów małej architektury**

**§ 11. 1.** Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury w obszarze całego miasta:

- 1) w obrębie jednej przestrzeni dostępnej publicznie, takiej jak plac, ulica lub jej czytelnie wyodrębniona część, nakazuje się stosowanie spójnych stylowo obiektów małej architektury, w tym: dla obiektów służących rekreacji codziennej oraz dla obiektów służących utrzymaniu porządku, ustala się kolory stonowane i niejaskrawe, w odcieniach z palety brązów, beży, zieleni i szarości; ograniczenie w zakresie kolorystyki nie dotyczy obiektów sytuowanych w parkach, na skwerach, na placach zabaw i siłowni zewnętrznych;
- 2) dla obiektów małej architektury, sytuowanych w przestrzeni dostępnej publicznej, ustala się standardy jakościowe i materiałowe, z zastosowaniem następujących materiałów budowlanych:
  - a) materiałów o długotrwałej odporności na procesy starzenia,
  - b) stali nierdzewnej, malowanej lub kortenowskiej dla widocznych części metalowych,
  - c) aluminium anodowanego lub malowanego, żeliwa malowanego,
  - d) kamienia,
  - e) kompozytów,
  - f) betonu z kruszywem kamiennym płukanym o frakcji 2-5 mm lub betonu polimerowego gładkiego,
  - g) drewna o twardości nie mniejszej niż 40 MPa o zwartym usłojeniu,
  - h) szkła klejonego lub hartowanego,
  - i) farby organicznej proszkowej drobnostrukturalnej o nawierzchni matowej perlistej, w przypadku malowania powierzchni metalowych.

#### **Rozdział 5.**

##### **Zasady sytuowania ogrodzeń**

**§ 12. 1.** Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

- 1) rodzaje ogrodzeń:
  - a) trwale związane z gruntem, ażurowe, zgodnie z definicją ustaloną w § 3 ust. 2 pkt 1 o wysokości dostosowanej do ogrodzeń zlokalizowanych w sąsiedztwie, lecz nie wyższej niż 1,50 m nad poziomem terenu dla ogrodzeń, sytuowanych od strony ponadlokalnego układu drogowego ulic Gdańska, Pucka, Wejherowska i nie wyższej niż 1,70 m nad poziomem terenu dla pozostałych ogrodzeń; ograniczenie wysokości nie dotyczy:
    - odtwarzanych płotów historycznych, w tym furtek i bram,
    - ogrodzeń wokół terenów produkcyjnych, przemysłowych, składowych,
    - ogrodzeń, sytuowanych na granicy między sąsiadami, nie sąsiadujących z terenami przestrzeni publicznych ulic, ciągów pieszych i pieszo jezdnych, placów, parków i skwerów, pod warunkiem pozostawienia otwartych przejść umożliwiających dotychczasowy kontakt między sąsiadami i ogólnodostępnych otwartych przejść pieszych w ciągach komunikacyjnych, wyznaczonych w miejscowych planach,
    - ogrodzeń wokół placów budowy, terenów składowo - magazynowych, terenów na których odbywa się produkcja lub usługi o charakterze produkcyjnym, wokół terenów punktów selektywnej zbiórki odpadów komunalnych,
  - b) tymczasowe związane z robotami budowlanymi:
    - maksymalna wysokość 2,20 m,

- nieograniczające szerokości ciągów pieszych i rowerowych,

c) w formie żywopłotów;

2) zakazuje się sytuowania ogrodzeń:

a) wewnątrz osiedli mieszkaniowych wielorodzinnych i zespołów zabudowy jednorodzinnej, które tworzyłyby ograniczania dostępności mieszkańców do wspólnych elementów zagospodarowania terenu takich jak:

- miejsca postojowe,

- zieleń osiedlowa, z wyłączeniem ogrodzeń placów zabaw dla dzieci, boisk i wybiegów psów, zapewniających zachowanie bezpieczeństwa i warunków sanitarnych,

b) wokół otwartych terenów zieleni, w szczególności: wokół lasów i pól, jeżeli nie służą prowadzeniu gospodarki leśnej i rolnej, nieużytków zielonych, dolin rzecznych oraz obszarów cennych przyrodniczo i krajobrazowo, z wyłączeniem parków miejskich;

3) nie uważa się za ogrodzenia elementów małej architektury takich jak murki o wysokości do 0,5 m, pacholki, słupki, barierki, donice z zielenią, żywopłoty do wysokości 1,2 m.

## **Rozdział 6.**

### **Przepisy przejściowe**

**§ 13. 1.** W dniu wejścia w życie uchwały, dla istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ustala się następujące terminy dostosowawcze:

- 1) termin dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, do zasad i warunków określonych w uchwale, ustala się na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały;
- 2) termin dostosowania dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych będących szyldami, do zasad i warunków, określonych w uchwale, ustala się na 24 miesiące od dnia wejścia w życie uchwały;
- 3) dopuszcza się maksymalnie 5% przekroczenia określonych w treści uchwały wielkości, odnoszących się do powierzchni ekspozycji reklamy istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

2. Określa się następujące warunki dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do zasad i warunków określonych w uchwale:

- 1) dostosowanie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego może nastąpić poprzez zmianę rodzaju i formatu, w szczególności poprzez dostosowanie do zasad sytuowania ustalonych w uchwale lub usunięcie;
- 2) jeżeli usytuowane są co najmniej dwie tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe w tym samym miejscu, to pierwszeństwo w pozostawieniu mają:
  - a) szyldy,
  - b) tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe najbardziej odpowiadające rodzajowi i formatowi lub pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy, ustalonych w niniejszej uchwale;
- 3) w przypadku niespełnienia warunku odległości pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, dostosowania wymagają:
  - a) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe niestanowiące elementu wiaty przystankowej,
  - b) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy, a w przypadku kiedy powierzchnie ekspozycji są równe to w kolejności tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe umieszczone później w danej lokalizacji;
- 4) w przypadku, gdy tablice reklamowe i urządzenia reklamowe występujące na elewacji budynków, nie spełniają wymogów określonych w niniejszej uchwale, dotyczących ich ilości oraz łącznej powierzchni ekspozycji, to o pozostawieniu tablicy reklamowej bądź urządzenia reklamowego rozstrzygają następujące warunki w niżej podanej kolejności:
  - a) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie liter,

- b) pozostawia się szyldy przed pozostałymi tablicami i urządzeniami reklamowymi,
  - c) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy,
  - d) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o większych pozostałych gabarytach, zgodnie z kolejnością: wysokość, długość, szerokość;
- 5) dopuszcza się maksymalnie 5% przekroczenia wielkości odnoszących się do wysokości istniejących ogrodzeń, określonej w treści uchwały;
- 6) w przypadku konieczności usunięcia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, po zakończeniu prac demontażowych, należy uporządkować teren i przywrócić go do poprzedniego stanu.

2. Obiekty małej architektury i ogrodzenia, istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale.

## **Rozdział 7.**

### **Przepisy końcowe**

**§ 14.** 1. Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta Reda.

2. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Pomorskiego.

Przewodniczący Rady

**Łukasz Kamiński**

Załącznik Nr 1 do uchwały Nr XII/108/2025

Rady Miejskiej w Redzie

z dnia 30 stycznia 2025 r.

### **Opis granic podziału miasta Reda na obszary**

Ustala się podział miasta Reda na sześć obszarów strukturalnych, obszar wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego ulic i obszar indywidualnej promocji, których zasięg przestrzenny oznaczono na rysunku pt. „Strukturalizacja miasta Reda” w skali 1:7500 stanowiącym załącznik nr 2 do uchwały oraz rysunkach szczegółowych pt. „Obszar indywidualnej promocji” stanowiących załączniki od nr 2.1 do nr 2.4 do uchwały. Ustala się podział miasta Reda na obszary według następującego opisu granic:

#### **1. Sześć obszarów strukturalnych oznaczonych symbolami od A do F:**

##### **1) Obszar A - promocji reklam w strefie Śródmieścia, obejmujący tereny centrum miasta, położone po obu stronach ul. Gdańskiej i na południe od ul. Wejherowskiej którego granice przebiegają:**

###### **a) w części południowo zachodniej Obszaru A, położonej po południowej stronie ul. Wejherowskiej i ul. Gdańskiej, z wyłączeniem obszaru indywidualnej promocji oznaczonych cyframi 2,3,4 granice przebiegają:**

- od północnego zachodu po południowo zachodniej granicy działek ewidencyjnych nr: 256/6, 279/2, 279/1 – obręb mapy 1,
- od północy po południowej granicy działek pasa drogowego ulicy Wejherowskiej do skrzyżowania tej ulicy z ulicą Pucką i Gdańską, a następnie wzdłuż południowej i południowo zachodniej granicy działek pasa drogowego ulicy Gdańskiej aż do granicy miasta Redy,
- od południa wzdłuż południowej i południowo zachodniej granicy działek nr: 256/6, 435/18, 719/24, 720/1 oraz 720/2 – obręb mapy 1 do granicy miasta Redy,

###### **b) w części wschodniej Obszaru A, położonej po północno wschodniej stronie ul. Gdańskiej, między ul. Gdańską a ul. Obwodową do skrzyżowania z ul. Młyńską i po północno wschodniej stronie ul. Młyńskiej, między ul. Młyńską, a granicą administracyjną miasta Reda, z wyłączeniem części obszaru indywidualnej promocji oznaczonego cyfrą 1, którego granice przebiegają: od północy od ul. Gdańskiej granica biegnie północnymi granicami działek nr: 19/7, 19/28, 19/27, 34, 42, 1271, 1307, 1273, 43/13, 43/23, 43/7, 43/116, wschodnimi granicami działek nr: 43/124, 51/4, 58/3, południowymi granicami działek nr: 59/11, 60/6, 60/5, zachodnią i północną granicą działek ewidencyjnych nr 749/6, 755/4, 749/8, 749/10, do ul. Obwodowej i na południe po zachodniej granicy działek ewidencyjnych pasa drogowego ul. Obwodowej, do skrzyżowania z ul. Młyńską i na północny wschód po południowej granicy działek pasa drogowego ul. Młyńskiej i dalej południowo wschodnią granicą działki nr 838/8, następnie na południe wschodnimi granicami działek nr: 838/10, 842/7, 848/5, 849/12, 853/5, 852/3, następnie północną granicą działki nr 881/3, dalej na południe wschodnią granicą działki nr 874/4, dalej po granicy administracyjnej miasta Reda, na południowy zachód do ul. Gdańskiej, w obrębie geodezyjnym nr 1, z wyłączeniem obszaru wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego;**

##### **2) Obszar B - dopuszczenia reklam w strefie Śródmieścia, obejmujący obszar położony po wschodniej stronie ul. Obwodowej, w obrębie geodezyjnym nr 1, którego granice przebiegają:**

###### **a) od północy od północnego wierzchołka działki nr 753/10, po wschodniej granicy działek nr: 753/10, 753/12, po północnych granicach działek nr: 754/6, 754/14, 755/3, po północnej i wschodniej granicy działki nr 756, dalej po wschodniej granicy działek nr: 755/3, 757, 790, 792, 818/8, 824, 826/4, 827/6, 834, 835, 1356, 843, 861, 862, 875/3, następnie na południowy zachód po granicy administracyjnej miasta Reda do granicy z Obszarem A,**

###### **b) od południa i od wschodu po granicy z obszarem A, wg opisu w ust.1 pkt 2) lit. b);**

**3) Obszar C - tonowania reklam w strefie zurbanizowanej,** obejmujący obszar składający się z trzech części, położonych: w zachodniej części miasta po obu stronach ul. Wejherowskiej, w północnej części miasta po obu stronach ul. Puckiej i w południowej części miasta, którego granice przebiegają:

**a) w części zachodniej obszaru C, wzdłuż ul. Wejherowskiej:**

od północy od granicy administracyjnej miasta Reda wzdłuż południowej granicy obszaru E, w poprzek działki nr 1/54 na przedłużeniu północnej granicy działki nr 1/20, dalej północnymi granicami działek nr: 1/20, 1/21, 1/7, 10, 15/7, 15/17, 121/2, 23/52, 23/56, 23/57, 23/55, 23/25, 23/12, 23/29, 23/30, 23/31, 23/46, 23/36, 23/41, 23/37, 23/40, 23/27, 23/26, następnie po wschodniej granicy działki nr 34/1, następnie w poprzek działek nr 51/34, 51/9, następnie po północnej granicy działek nr: 51/6, 52/4, następnie przez działki nr: 53/1, 54/1, 55/6, 55/3, 55/7, 56/7, 56/4, 57/1, 58/8, 58/10, 58/15, 58/37, 58/19, 58/32, 58/35, 58/27, 58/29, 76/1, 60/5, 61/3, 61/4, po południowej granicy działek nr: 62/6, 62/7, przez działkę nr 62/2 i po jej wschodniej granicy, przez ul. Wejherowską, po wschodniej granicy działek nr: 64/4, 74, następnie po południowej i zachodniej granicy administracyjnej miasta Reda, w obrębie geodezyjnym nr 3,

**b) w części północnej obszaru C - po zachodniej i wschodniej stronie ul. Puckiej:**

od zachodu po granicy OCHK Puszcza Darżłubska, to jest po wschodniej granicy działek nr: 231/15, 231/14, 231/16, dalej po południowej granicy działek nr 222, 221, w obrębie geodezyjnym nr 4, następnie przez działki nr: 221, 1369/1, 18, 221, 220/10, w obrębie geodezyjnym nr 4, dalej przez działki nr: 41/2, 41/1, 192/48, 192/34, 192/35, 191, 193/9, 220/26, 188, 220/10, dalej na północ po wschodniej granicy działek nr: 185/4, 185/10, w obrębie geodezyjnym nr 2, następnie po granicy działek nr: 220/10, 216 w obrębie geodezyjnym nr 4, do ul. Puckiej i po jej północno wschodniej granicy pasa drogowego, do działki nr 526/7, i dalej na północny wschód po wschodniej granicy działek nr: 219, 218, 213/1, 213/2, przez działkę nr 93 ul. Rekowską, dalej po południowo wschodniej granicy działek nr: 397, 396, dalej na południowy wschód po granicy administracyjnej miasta Reda, następnie na południowy zachód po granicy z obszarem D, to jest po południowo wschodniej granicy działek nr: 352, 45, 46, 47, przez ul. Tęczową, dalej po południowo wschodniej granicy działek nr: 66, 65, 64, 63, przez ul. Świętego Jakuba, wzdłuż Kanału Mrzezino po południowo wschodniej granicy działki nr: 144, w obrębie geodezyjnym nr 5, po południowo wschodniej granicy działek nr: 651, 556, w obrębie geodezyjnym nr 2, dalej na wschód przez działkę nr 1388/18 i po północno wschodniej granicy działek nr: 557/14, 557/15, przez ul. Wierzbową, następnie na południe po jej wschodniej granicy działki drogowej, do zachodniego wierzchołka działki nr 567/8 i po południowej i wschodniej granicy tej działki, dalej na wschód po północnej granicy działek nr: 561/1, 563/4, 564/1, 565/1, przez rzekę Redę po północno wschodnich granicach działek nr: 920/2, 921/2, 922/2, 923/2, 926/1, 926/2, dalej na południe po zachodniej granicy działki drogowej ul. Kazimierskiej, dalej przez działki nr: 999/3, 1200/1, 1002/2, 1200/2, 1201/2, 1201/3, 1202/4, na południowy zachód po południowej granicy działek nr: 1202/4, 1202/3, 1202/2, dalej na północ po północno wschodniej granicy rzeki Redy, i dalej na zachód po granicy z Obszarem E, po południowej stronie działki drogowej ul. Nowej, następnie po wschodniej granicy działki drogowej ul. Wrzosowej, do ul. Kazimierskiej, następnie na zachód po granicy działek nr 438/3, 440/16, 440/19, 440/18, 440/29, 440/28, 440/27, 440/26, 440/25, 440/24, 440/23, 440/22, 440/21, 443/7, 443/3, 444/6, 444/3, 446/35, 446/34, 446/33, 446/32, 446/31, 446/30, 446/29, 446/28, 446/27, 446/37, 446/36, 465/2, 446/51, 446/50, 446/53, 446/45, 467, dalej na południowy wschód po północno wschodniej granicy działki nr 477/3, następnie na zachód po południowej granicy działek nr: 1285/9, 1285/7, 1273/5, 1286, 1273/6, 1272/3, 1272/1, następnie przez ul. Pucką dalej na zachód po południowej granicy działek nr: 243/39, 243/36, 243/37, przez działki nr: 243/48, 243/58, 243/50, po południowej granicy działki nr 1360/3, przez działkę nr 1360/7, po południowej granicy działki nr 1360/9, przez teren kolei na działce nr 183, po północnej granicy działek nr: 1361/36, 176/62, 176/60, 176/59, 176/58, 176/55, przez działkę nr 176/46, po północnej granicy działek nr: 176/56, 176/63, 1390/6, dalej na zachód po południowej granicy działek nr: 169/35, 169/20, 166/3, 165/4, po zachodniej granicy działki nr 165/3, dalej po południowej granicy działki nr 165/1, dalej na północ po granicy działek nr: 165/1, 164/4, dalej na zachód po granicy działek nr: 162/10, wokół działek 161/7, 161/8, dalej po zachodniej granicy działki nr 161/9, następnie na północ po wschodniej granicy działek nr: 159/1, 159/4, dalej po granicy z OCHK Puszcza Darżłubska, to jest po granicy działek nr: 231/15, 231/14, 231/16, położonych w obrębie geodezyjnym nr 4,

**c) w części południowej obszaru C – po południowej stronie terenów kolejowych:**

- od północnego wschodu po południowej granicy działek ewidencyjnych nr: 256/6, 435/18, 719/24 w obrębie geodezyjnym nr 1,
- od południowego zachodu po granicy administracyjnej miasta Reda i po granicy Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego, tj. po północno zachodniej granicy działek nr: 1358, 1259/4, przez ul. Gniewowską, po północno wschodniej granicy działki nr 1256, dalej po granicy administracyjnej miasta Reda, w obrębie geodezyjnym nr 1;

**4) Obszar D - ochrony ekspozycji walorów krajobrazowych pradoliny rzeki Redy –obejmujący obszar północno wschodniej części miasta Redy, którego granice przebiegają:****a) w części obszaru D, po zachodniej stronie rzeki Redy:**

od północnego-wschodu od przecięcia Kanału Mrzezino z Aleją Lipową po granicy administracyjnej miasta Reda, następnie na południe po zachodnim brzegu rzeki Redy (działki nr 176), po wschodniej granicy działek nr: 177, 153, 154, 148, następnie na wschód północną granicą działki nr 673/2, dalej na południowy zachód wzdłuż ul. Wiejskiej po wschodniej granicy działek nr: 675, 561/2, dalej na zachód po południowej granicy działki nr 567/8, do ul. Wierzbowej, następnie na północ po ul. Wierzbowej - po wschodniej granicy działki nr 558/1, następnie na zachód po południowej granicy działki nr 1388/18, następnie na północ po wschodniej granicy działek nr: 556, 651, 144, następnie na północny zachód po północno wschodniej granicy działki nr 146 - ul. Świętego Jakuba, następnie po wschodniej granicy działek nr: 63, 64, 65, 66, przez działkę nr 54 - ul. Tęczową, dalej po południowo wschodniej granicy działek nr: 47, 46, 45, 352 - Kanału Mrzezino, do granicy administracyjnej miasta Reda, w obrębie geodezyjnym nr 5,

**b) w części obszaru D, po wschodniej stronie rzeki Redy:**

od północy i od wschodu po granicy administracyjnej miasta Reda, tj. od północnego wierzchołka działki nr 1460/1 do południowo wschodniego wierzchołka działki 862, następnie po granicy z Obszarem B wg opisu w ust. 1 pkt 2) lit. a), dalej po granicy z Obszarem C wg opisu w ust. 1 pkt 3) lit. b), w obrębie geodezyjnym nr 2, na północ po wschodnim brzegu rzeki Redy, tj. po wschodniej granicy działek nr: 566, 683, w obrębie geodezyjnym nr 2, dalej po wschodniej granicy działek nr: 175, 174, w obrębie geodezyjnym nr 5;

**5) Obszar E - ochrony ekspozycji walorów krajobrazowych korytarza ekologicznego rzeki Redy, obejmujący pas terenu od zachodniej do wschodniej granicy administracyjnej miasta Reda, położony wzdłuż rzeki Redy, którego granice przebiegają:**

**a) w zachodniej części Obszaru E wzdłuż rzeki Redy na północ od ul. Wejherowskiej** – od granicy administracyjnej miasta Reda na wschód po północnym brzegu rzeki Redy, tj. północnymi granicami działek nr: 35, 75/2, 75/1 w obrębie geodezyjnym nr 3, dalej na północ po zachodniej granicy działek nr: 159/1, 159/4 w obrębie geodezyjnym nr 2, następnie na wschód po granicy z Obszarem C według opisu w pkt 3) lit. b), następnie na południe zachodnią granicą działek ewidencyjnych pasa drogowego ul. Puckiej do ul. Wejherowskiej, dalej na zachód granicą działek ewidencyjnych pasa drogowego ul. Wejherowskiej do granicy z Obszarem C i po jego północnej granicy według opisu w pkt 3) lit. a), następnie na północ po granicy administracyjnej miasta Reda,

**b) w środkowej części Obszaru E, położonej na wschód od ulicy Puckiej:** od ul. Puckiej na wschód po granicy z Obszarem C według opisu w pkt 3) lit. b), wzdłuż rzeki Redy do ul. Obwodowej, następnie na południe po zachodniej granicy działek drogowych ul. Obwodowej do granicy z Obszarem A, dalej na zachód po północnej granicy Obszaru A według opisu w pkt 1) lit. b), do północnej granicy działek drogowych ul. Wejherowskiej, następnie na północ po wschodniej granicy działek drogowych ul. Puckiej do granicy z Obszarem C,

**c) w północno wschodniej części Obszaru E:** od najdalej wysuniętego miejsca na północny wschód, na granicy administracyjnej miasta Reda, położonego na rzece Reda, na południe po granicy administracyjnej miasta Reda i po wschodniej granicy rzeki Redy do granicy z Obszarem C i na zachód po granicy Obszarem C według opisu w pkt 3) lit. b), do granicy z Obszarem D i na północ po granicy Obszaru D według opisu w pkt 4) lit. a), do granicy administracyjnej miasta Reda i dalej na wschód po granicy do rzeki Redy;

6) **Obszar F - ciszy reklamowej (OCHK Puszcza Darżłubska i TPK)**, obejmujący kompleksy leśne w zachodniej i w mniejszym fragmencie w południowej części miasta Reda, w granicach OCHK Puszczy Darżłubskiej i TPK oraz w częściach przyległych do OCHK Puszcza Darżłubska, położonych poza ich granicami, granice obszaru przebiegają:

- a) w północno zachodniej części Obszaru F: od zachodu granica obszaru obejmuje kompleks leśny ,a granica obszaru pokrywa się z granicą administracyjną miasta Reda, do granicy z obszarem C, następnie na południe po granicy tego obszaru według opisu w pkt 3) lit. b), do granicy z obszarem E i po jego granicy według opisu w pkt 5) lit. a),
- b) w południowej części Obszaru F: od północy po granicy Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego i po granicy Obszaru C według opisu w pkt 3) lit. c), a od południa po granicy administracyjnej miasta Reda.

2. **Obszar wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego ulic:** Gdańskiej, Wejherowskiej, Puckiej, Łukowej, Morskiej, Młyńskiej, Gniewowskiej, oraz fragmentu ul. Obwodowej - których tereny wyznacza się w obrębie ewidencyjnych działek drogowych tych ulic.

3. **Obszar indywidualnej promocji**, w którym dopuszcza się reklamy sponsorów imprez sportowo-kulturalnych oraz reklamy związane z promocją miasta:

- 1) tereny sportu i rekreacji – MOSIR, Fabryka Kultury - oznaczone na załączniku nr 2 cyfrą 1, to teren obejmujący: fragment działki nr 43/21, działki ewidencyjne nr: 43/20, 59/12, 59/14, 59/13, 59/2, 60/1, 767/1, 767/2, 755/6, 766, 767/3, 765/1, 769/2, 769/4, 769/5, 769/6, 762/24 – obręb geodezyjny nr 1, według załącznika szczegółowego nr 2.1,
- 2) rejon ulicy Drogowców - teren oznaczony na załączniku nr 2, to teren obejmujący działki nr: 252/3, 253/3, 255/36, 255/40, 255/41, 255/43, fragment 255/34, obręb geodezyjny nr 1, według załącznika szczegółowego nr 2.2,
- 3) Targowisko Miejskie - oznaczone na załączniku cyfrą 3, to teren obejmujący działki ewidencyjne nr: 417/14, 417/13 – obręb geodezyjny nr 1, według załącznika szczegółowego nr 2.3,
- 4) Dworzec PKP – teren oznaczony na załączniku nr 2 cyfrą 4, to teren obejmujący działki ewidencyjne nr: 435/16, 719/23, 435/3, część 435/18, część 719/24, 435/17 – obręb geodezyjny nr 1, według załącznika szczegółowego nr 2.4.

Przewodniczący Rady

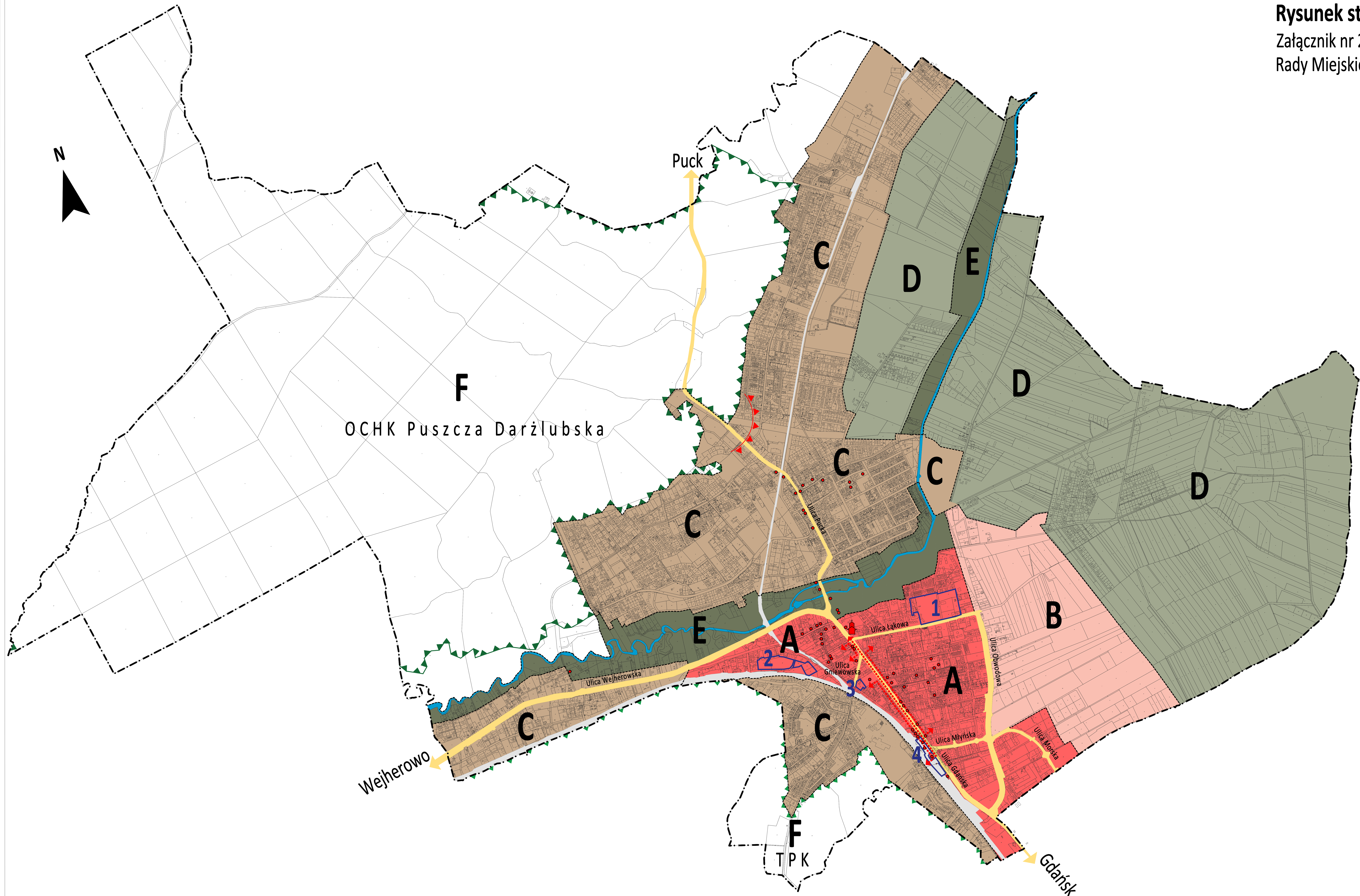
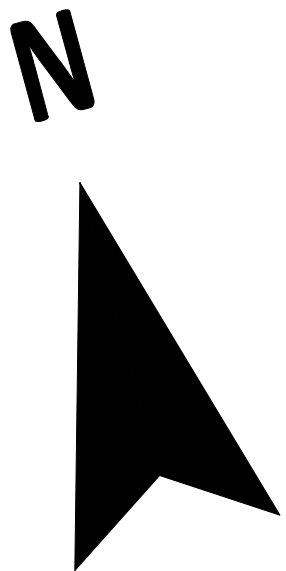
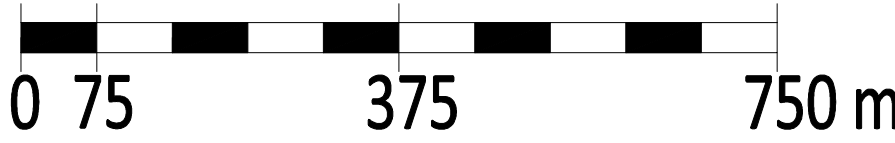
**Łukasz Kamiński**

ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA NA TERENIE MIASTA REDY OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ, ICH GABARYTÓW, STANDARDÓW JAKOŚCIOWYCH ORAZ RODZAJÓW MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH, Z JAKICH MOGĄ BYĆ WYKONANE

Rysunek strukturalizacji miasta Redy

Załącznik nr 2 do uchwały nr XII/108/2025  
Rady Miejskiej w Redzie z dnia 30.01.2025 r.

Skala 1:7 500



OZNACZENIA:

- Granica miasta Redy
- Granica OCHK Puszcza Darżłubska
- Granica TPK
- Rzeka Reda
- Kolej
- Oś widokowa, ciąg widokowy z kierunkiem obserwacji
- Zakres i kierunek obserwacji panoramy miasta
- Budynki ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków
- Kościół pw. Wniebowzięcia NMP i św. Katarzyny - wpisany do rejestru zabytków woj. pomorskiego

STRUKTURALIZACJA OBSZARU MIASTA REDY

- Granice między obszarami strukturalnymi
- OBSZARY STRUKTURALNE:
  - A Promocji reklam w strefie Śródmieścia
  - B Dopuszczenia reklam w strefie Śródmieścia
  - C Tonowania reklam w strefie zurbanizowanej
  - D Ochrony ekspozycji walorów krajobrazowych pradoliny rzeki Redy
  - E Ochrony ekspozycji walorów krajobrazowych korytarza ekologicznego rzeki Redy
  - F Cisy reklamowej (OCHK Puszcza Darżłubska i TPK)

OBSZARY WYRÓŻNIONYCH PRZESTRZENI PUBLICZNYCH UKŁADU KOMUNIKACYJNEGO:

- Ulic: Gdańskiej, Wejherowskiej, Puckiej, Łąkowej, Morskiej, Młyńskiej, Gniewowskiej, Obwodowej

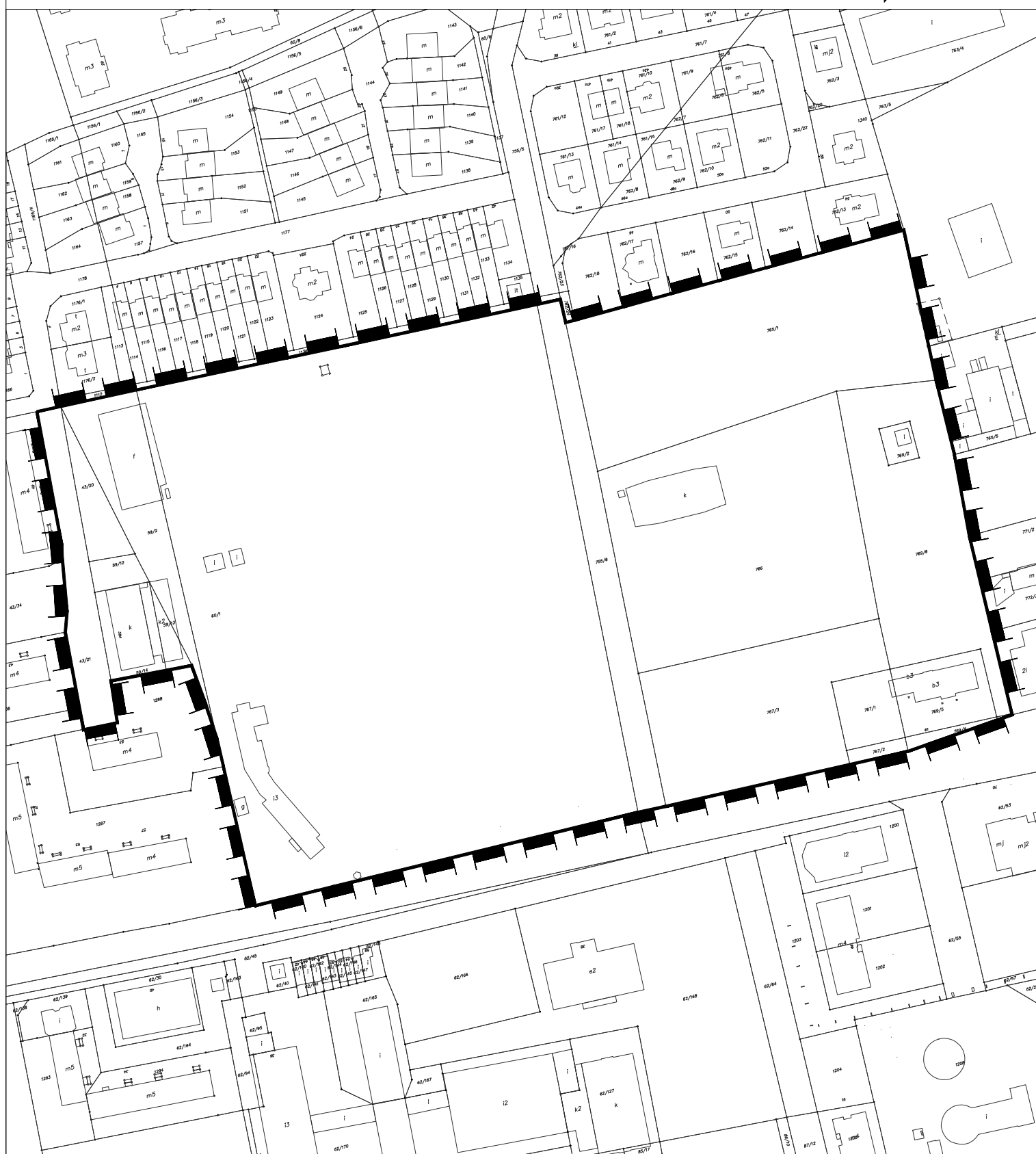
OBSZAR INDYWIDUALNEJ PROMOCJI:

- Szczegóły na rysunkach nr 2.1 do 2.4
- Granica obszaru indywidualnej promocji
- 1 Tereny sportu i rekreacji - MOSIR, Fabryka Kultury
- 2 Rejon ulicy Drogowców
- 3 Targowisko miejskie
- 4 Dworzec PKP

|                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                              |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Wykonawca:<br>Biuro Urbanistyczne<br>arch. Maria Czerniak | ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA NA TERENIE MIASTA REDY OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ, ICH GABARYTÓW, STANDARDÓW JAKOŚCIOWYCH ORAZ RODZAJÓW MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH, Z JAKICH MOGĄ BYĆ WYKONANE |                                              |
| Przedmiot rysunku:<br>RYSUNEK NR 2 - UCHWAŁA KRAJOBRAZOWA | Imię i nazwisko:<br>mgr inż. arch. Maria Czerniak                                                                                                                                                                                                | Skala:<br>1:7 500                            |
| Zespół projektowy                                         | mgr inż. arch. Monika Klobucka                                                                                                                                                                                                                   | Uprawnienia:<br>urbanistyczne nr ew. 1289/92 |
| Data:                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                  | styczeń 2025 r.                              |

## Poz. 754

**skala 1 : 2000**



# Załącznik szczegółowy nr 2.2

– 29 –

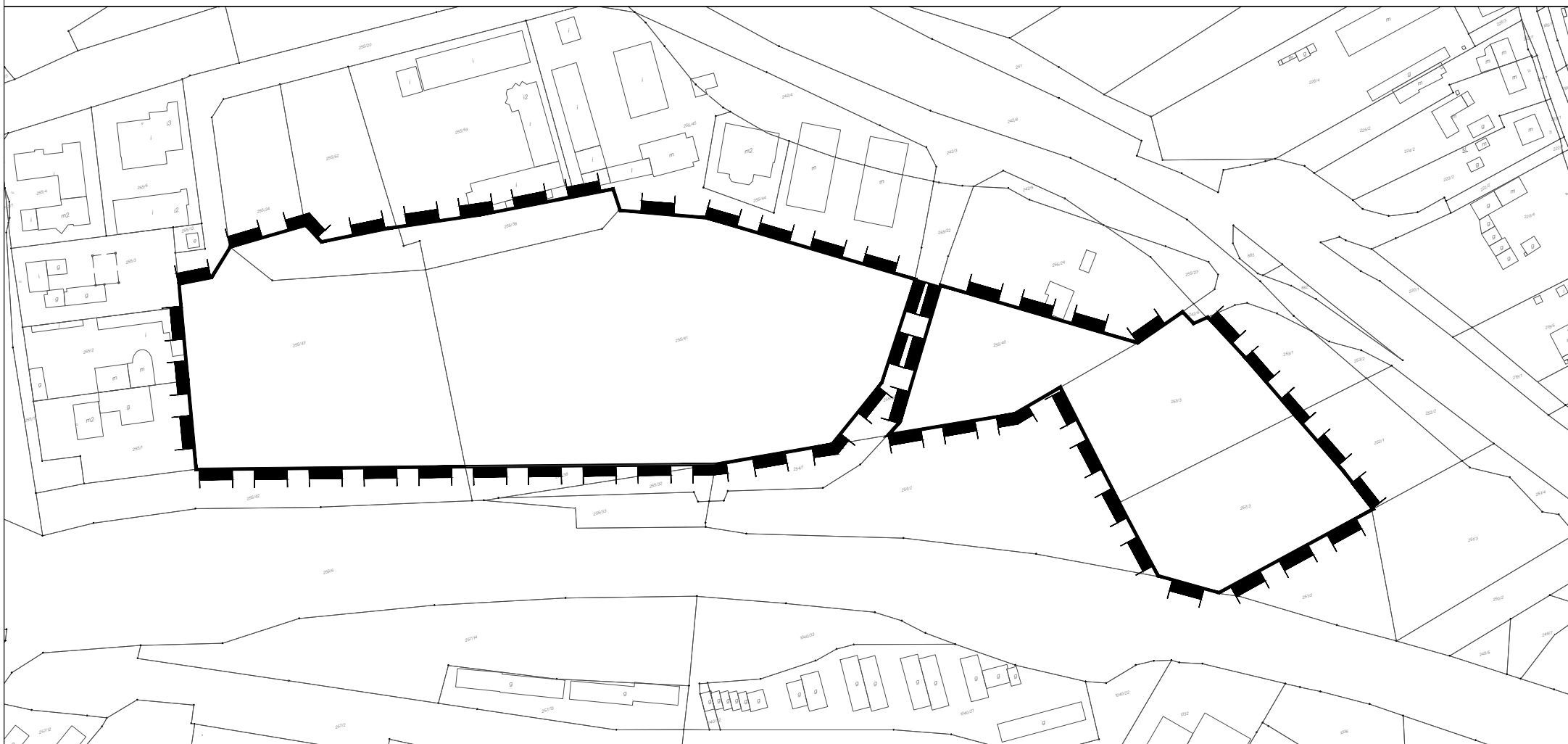
## Obszar indywidualnej promocji

### Rejon ulicy Drogowców

skala 1 : 2000

Oznaczenia :

 granica obszaru indywidualnej promocji



# Załącznik szczegółowy nr 2.3

Dziennik Urzędowy Województwa Pomorskiego

– 30 –

Poz. 754

## Obszar indywidualnej promocji

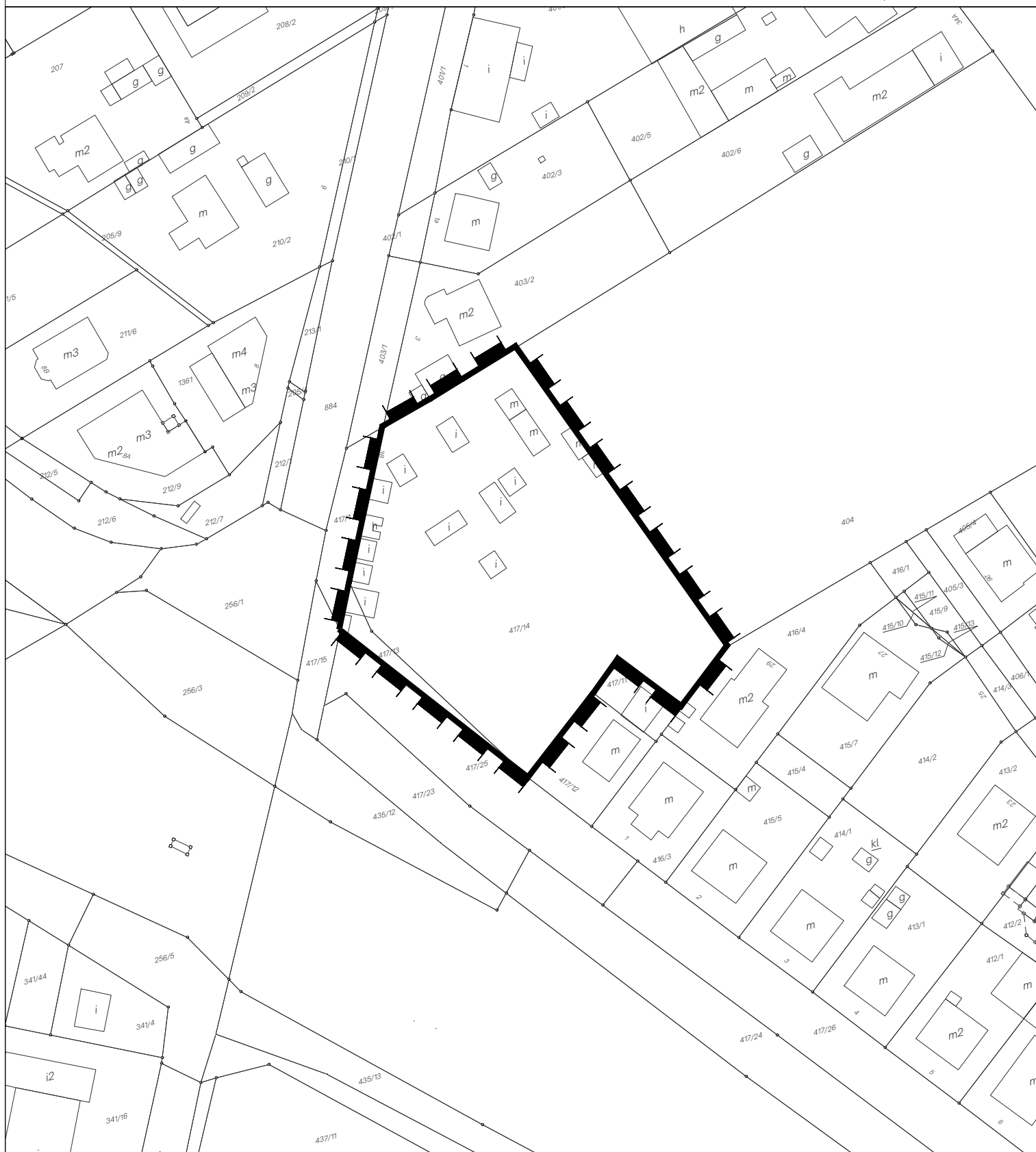
### Targowisko miejskie

skala 1 : 1000

Oznaczenia :



granica obszaru indywidualnej promocji



# Załącznik szczegółowy nr 2.4

Dziennik Urzędowy Województwa Pomorskiego

– 31 –

Poz. 754

## Obszar indywidualnej promocji

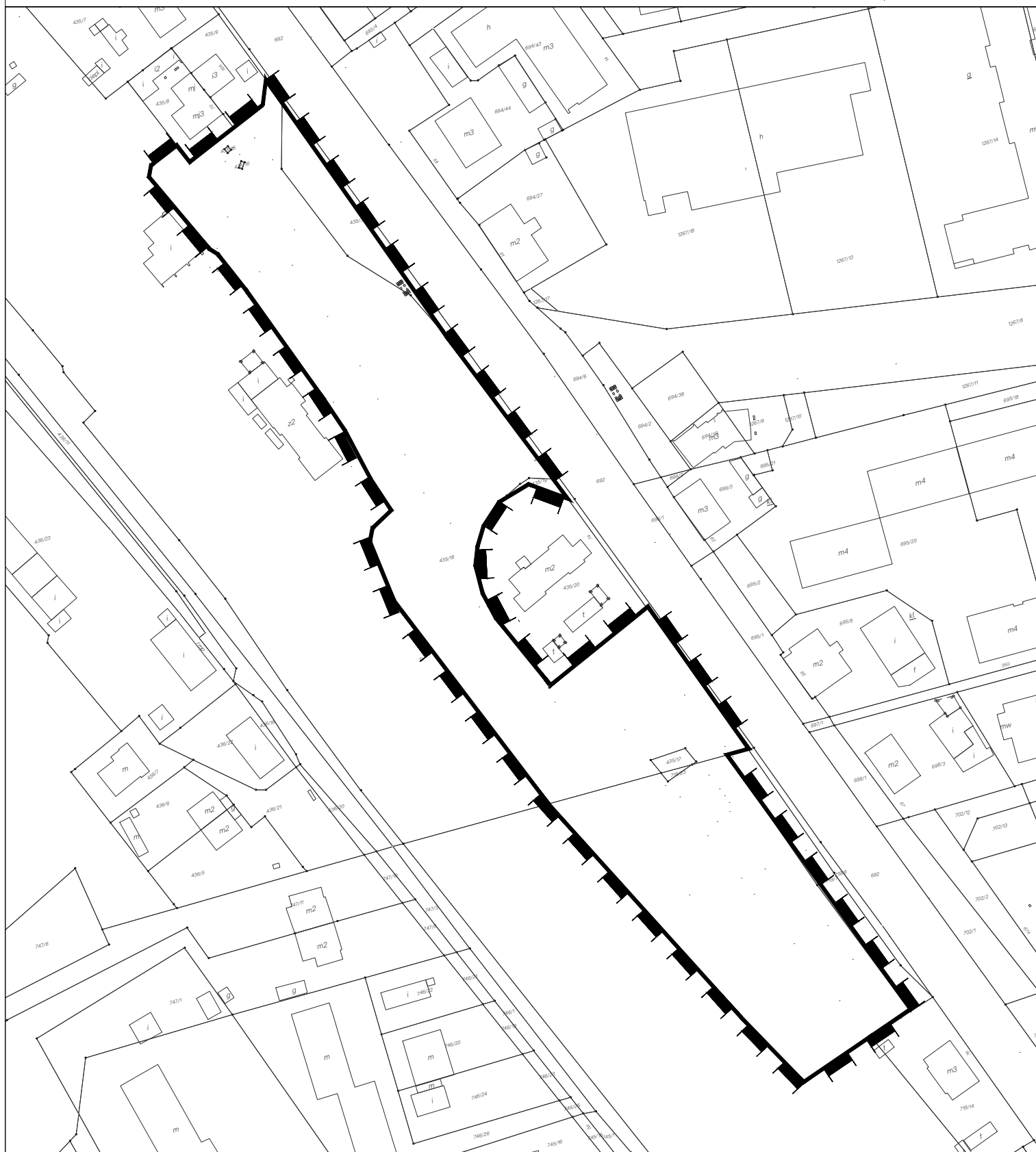
### Dworzec PKP

skala 1 : 1500

Oznaczenia :



granica obszaru indywidualnej promocji



Załącznik Nr 3 do uchwały Nr XII/108/2025

Rady Miejskiej w Redzie

z dnia 30 stycznia 2025 r.

### **Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag**

zgłoszonych na podstawie art. 37b ust. 2 pkt 8 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2024 r. poz. 1130 z późn. zm.) do projektu uchwały w sprawie uchwalenia 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 terenie miasta Reda, który był wyłożony do publicznego wglądu w dniach od **23 września 2023 r. do 20 października 2023 r.**, w siedzibie Urzędu Miasta w Redzie przy ul. Gdańskiej 33.

Uwagi można było składać w nieprzekraczalnym terminie do dnia **3 listopada 2023 r.**

W związku z wyłożeniem do publicznego wglądu do projektu uchwały wpłynęły 3 pisma z uwagami.

**1. Pismo nr 1 złożone 30 października 2023 r. przez firmę Cityboard Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie**

#### **Uwagi dotyczyły ustaleń zawartych w:**

1.1) § 3 ust. 1 pkt 4 projektu uchwały w zakresie zmiany definicji billboard'u polegającej na zmianie w zakresie maksymalnej jego wysokości z „...nie wyżej niż 8,0 m...” na „...nie wyższej niż 13,0 m;

1.2) § 3 ust. 1 pkt 3 projektu uchwały w zakresie zmiany gabarytu tablic i urządzeń reklamowych w formacie wielkim z „powyżej 9,0 m<sup>2</sup> do 18,0 m<sup>2</sup> włącznie” na powyżej 9,0 m<sup>2</sup> do 48 m<sup>2</sup> włącznie, ze względu na już istniejące w Redzie tablice tego formatu będące własnością Cityboard Media, usytuowane tuż przy Urzędzie Miasta;

1.3) § 3 ust. 1 punkt 22 projektu uchwały w zakresie wyjaśnienia o jakich przepisach odrębnych jest mowa w zakresie wyliczenia powierzchni reklamy w przypadku braku możliwości jej wyliczenia;

1.4) § 3 ust. 1 pkt 4 projektu uchwały w zakresie doprecyzowania zapisu i wyjaśnienia czy nośniki reklamowe ustawione na terenie miasta Redy, posiadające ważne dokumenty legislacyjne, będą musiały być dostosowane do ustaleń uchwały również w zakresie widoczności elementów konstrukcyjnych;

1.5) § 5 ust. 1 pkt 3a)-d) projektu uchwały w zakresie doprecyzowania sposobu mierzenia odległości oraz postępowania w przypadku, gdy któraś z nich nie zostanie spełniona - właściciel którego nośnika reklamowego będzie musiał dostosować się do proponowanych odległości, jeżeli każdy z nich posiada prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno – budowlany;

1.6) § 9 ust. 1 pkt 1 e) projektu uchwały w zakresie usunięcia zapisu z projektu uchwały z powodu zagrożenia, że uchwała będzie nieważna. Uzasadnieniem jest zarzut Wojewody Łódzkiego w zakresie uregulowania „mobilnych” nośników reklamy, ponadto ustalenia nie są ostre, a zatem sprzeczne z zasadami techniki legislacyjnej;

1.7) § 10 ust. 1 pkt 3 b) projektu uchwały w zakresie zmiany zapisu o odległościach względem krawędzi jezdni oraz odległości od budynku – brak podstaw do wprowadzania takich ograniczeń;

1.8) § 10 ust. 7 pkt 1 b) projektu uchwały w zakresie usunięcia z projektu uchwały zapisu o odległości od elewacji budynku, ze względu że dostosowanie się do odległości 20 m doprowadzi do całkowitej likwidacji reklam już istniejących. Rozwiązanie to godzi w ochronę praw nabytych przez podmioty, które dokonały zgodnie z prawem zgłoszeń robót budowlanych na te tablice i urządzenia reklamowe, które zostały przyjęte przez właściwe organy lub uzyskały stosowne ostateczne pozwolenia na ich budowę;

1.9) § 10 ust. 7 pkt 4 b) projektu uchwały w zakresie usunięcia z projektu uchwały zapisu o odległości od elewacji budynku, ze względu że dostosowanie się do odległości 20 m doprowadzi do całkowitej likwidacji reklam już istniejących. Rozwiązanie to godzi w ochronę praw nabytych przez podmioty, które dokonały

zgodnie z prawem zgłoszeń robót budowlanych na te tablice i urządzenia reklamowe, które zostały przyjęte przez właściwe organy lub uzyskały stosowne ostateczne pozwolenia na ich budowę;

1.10) § 13 ust. 1 pkt 1 projektu uchwały w zakresie dodania do ustaleń \ projektu uchwały zapisu o następującym brzmieniu:

„4. Zwalnia się z obowiązku dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenia na budowę lub zgłoszenia robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno – budowlany”.

#### **Rozpatrzenie uwag zawartych w piśmie nr 1**

**Ad. 1.1), 1.2). Uwag nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Cityboard powołuje się na fakt, że posiada billboard'y na terenie miasta Redy i wprowadzenie oczekiwanych przez nich zapisów byłoby utrzymaniem stanu faktycznego, zgodnego z decyzjami administracyjnymi. Jednakże istotą uchwał krajobrazowych nie jest podtrzymanie stanu istniejącego, a wypracowanie takich zasad, które przywrócą porządek przestrzenny i pozwolą na dalsze, harmonijne kształtowanie ładu przestrzennego. Zadaniem stawianym przed tym dokumentem była w pierwszej kolejności identyfikacja zagrożeń, elementów negatywnie oddziałujących na krajobraz, zaburzających jego czytelny odbiór. W tym ujęciu tym bardziej należy oczekiwać, że usunięte bądź dostosowane do wypracowanych zasad zostaną te nośniki, które zidentyfikowano jako negatywnie oddziałujące na estetykę miasta.

Proponowane zmiany ustaleń zawartych:

- w § 3 ust. 1 pkt 4 projektu uchwały dotyczącej zmiany wysokości billboard'u z "...nie wyżej niż 8,0 m..." na „... nie wyższej niż 13,0 m,
- w § 3 ust. 1 pkt 3 projektu uchwały dotyczącej zmiany gabarytu tablic i urządzeń reklamowych w formacie wielkim z „powyżej 9,0 m<sup>2</sup> do 18,0 m<sup>2</sup> włącznie” na powyżej 9,0 m<sup>2</sup> do 48 m<sup>2</sup> włącznie,

w miejscach wyznaczonych w uchwale do ich sytuowania, stanowiłaby zagrożenie dla estetycznego wizerunku miasta i jego otoczenia w kontekście istniejących walorów krajobrazowych miasta, istniejącego zagospodarowania i istotnych, dla utrzymania tego wizerunku, cennych elementów krajobrazowych.

**Ad. 1.3). Uwaga bezzasadna.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 1 pkt 22 projektu uchwały, ustalenia w zakresie wyliczenia powierzchni reklamy w przypadku braku możliwości jej wyliczenia, odnoszą się do następujących przepisów odrębnych Art. 17b ust. 4 ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych (t.j. Dz. U. 2023 poz. Nr 70 ):

cyt.: „Jeśli kształt urządzenia reklamowego uniemożliwia wyznaczenie pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy, o którym mowa w ust. 3, wysokość opłaty zależy od pola powierzchni bocznej prostopadłościanu opisanego na urządzeniu reklamowym.”

**Ad. 1.4). Uwagę częściowo uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Zgodnie z proponowanymi ustaleniami uchwały krajobrazowej, tablice i urządzenia reklamowe na terenie miasta Redy będą musiały być dostosowane do ustaleń uchwały w wyznaczonym okresie dostosowawczym, ustalonym na 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Ustalenie to dotyczy również ustaleń zawartych w § 3 ust. 4 uchwały krajobrazowej, które nakazują ograniczenie widoczności elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, poprzez ukrycie ich w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w tablice reklamową. Intencją tego ustalenia było odniesienie się jedynie do nowych tablic i urządzeń reklamowych, a nie do tych, których miejsce sytuowania i wielkość powierzchni ekspozycyjnej, są zgodne ustaleniami w uchwale, a ukrycie elementów konstrukcyjnych jest niemożliwe bez demontażu urządzenia.

Częściowo uwagę uwzględnia się w zakresie dotyczącym ukrycia i wkomponowania konstrukcji urządzenia w tablicę reklamową, poprzez odniesienie ustaleń jedynie do nowych urządzeń. Korekta polega na ujednoliceniu ustaleń zawartych w § 3 ust. 4 uchwały krajobrazowej polegającym na wpisaniu słowa „nowych”.

**Ad. 1.5). Uwaga bezzasadna.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Odnosnie doprecyzowania sposobu mierzenia odległości oraz postępowania w przypadku, gdy któraś z nich nie zostanie spełniona, w uchwale ustala się następujące postępowanie:

- 1) dostosowanie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego może nastąpić poprzez zmianę rodzaju i formatu, w szczególności poprzez dostosowanie do zasad sytuowania ustalonych w uchwale lub usunięcie;
- 2) jeżeli usytuowane są co najmniej dwie tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe w tym samym miejscu, to pierwszeństwo w pozostawieniu mają:
  - a) szyldy,
  - b) tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe najbardziej odpowiadające rodzajowi i formatowi lub pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy, ustalonych w niniejszej uchwale;
- 3) w przypadku niespełnienia warunku odległości pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, dostosowania wymagają:
  - a) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe niestanowiące elementu wiaty przystankowej,
  - b) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy, a w przypadku kiedy powierzchnie ekspozycji są równe to w kolejności tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe umieszczone później w danej lokalizacji;
- 4) w przypadku, gdy tablice reklamowe i urządzenia reklamowe występujące na elewacji budynków, nie spełniają wymogów określonych w niniejszej uchwale, dotyczących ich ilości oraz łącznej powierzchni ekspozycji, to o pozostawieniu tablicy reklamowej bądź urządzenia reklamowego rozstrzygają następujące warunki w niżej podanej kolejności:
  - a) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie liter,
  - b) pozostawia się szyldy przed pozostałymi tablicami i urządzeniami reklamowymi,
  - c) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o większej powierzchni ekspozycji reklamy,
  - d) pozostawia się tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o większych pozostałych gabarytach, zgodnie z kolejnością: wysokość, długość, szerokość.

**Ad. 1.6). Uwaga bezzasadna.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Powołując się na uchwały krajobrazowe w woj. pomorskim, projekt uchwały krajobrazowej w Redzie również przewiduje zakaz sytuowania reklam na pojazdach, zaparkowanych na terenie miasta, widocznych w przestrzeni publicznej; zakaz dotyczy pojazdów służących wyłącznie funkcji reklamowej, takich jak przyczepa lub inne pojazdy bez silnika, dostosowanych jedynie do sytuowania urządzeń reklamowych i tablic reklamowych. Nie stosuje się nazwy „mobilnych” nośników reklamy.

**Ad. 1.7), 1.8), 1.9). Uwag nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Zakaz sytuowania urządzeń reklamowych wolnostojących w odległości bliższej niż 20 m od elewacji budynków obowiązuje dla billboard’ów i tablic systemowych, w konkretnych lokalizacjach. Ustalenie ma zapobiec przesłanianiu elewacji budynków lub przesłanianiu widoku z okien tych budynków, urządzeniami reklamowymi w formacie dużym i wielkim.

**Ad. 1.10). Uwagi nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Celem uchwały krajobrazowej jest uporządkowanie i ujednolicenie występujących rodzajów reklam w przestrzeni publicznej miasta Redy, degradujących swoją wielkością, nadmierną gęstością występowania, w różnych formach, często nieestetycznych, przesłaniających cenną architekturę. Zwolnienie z obowiązku dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych, powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenia na budowę lub zgłoszenia robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno – budowlany, byłoby zaprzeczeniem istoty uchwał krajobrazowych, której celem jest przywrócenie porządku przestrzennego i harmonijne kształtowanie ładu przestrzennego miasta.

**2. Pismo nr 2 złożone 2 listopada 2023 r. przez firmę SA Bibury sp. z o.o. w Warszawie****Uwagi dotyczyły:**

2.1) § 8 ust. 1 pkt 1 lit. b) projektu uchwały w zakresie dopuszczenia wysokości logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu przyległego, kasetonu w wymiarach określonych w metrach, tak aby możliwe było zmontowanie na elewacjach obiektów handlowych szyldu głównego o wymiarach co najmniej 5,1 m wysokości na 4,5 m szerokości;

2.2) § 8 ust. 1 pkt 2 lit. b) projektu uchwały w zakresie dopuszczenia wysokości logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu przyległego, kasetonu w wymiarach określonych w metrach, tak aby możliwe było zmontowanie na elewacjach obiektów handlowych szyldu przyległego o wymiarach co najmniej 1,4 m wysokości na 4,8 m szerokości.

**Rozpatrzenie uwag zawartych w piśmie nr 2 – nie uwzględnia się.**Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Ad. 2.1) i 2.2) Wskazany w uchwale sposób obliczania odpowiedniej wysokości szyldu, uzależniony jest od wysokości elewacji, na której będzie umieszczony. Ustalenie to pozwala na równe traktowanie podmiotów, ponieważ zawiera jednolite zasady dla wszystkich szyldów sytuowanych na terenie całego miasta. Ustalenia pozwalają na odpowiedni dobór szyldu o wielkości adekwatnej do gabarytów obiektu i na uniknięcie sytuacji, w której szyld mógłby być przeskalowany, niedostosowany do skali architektury przesłaniając lub zaburzając jej estetykę.

**3. Pismo nr 3 złożone 26 października 2023r. przez firmę McDonald's Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie****Uwagi dotyczyły następujących ustaleń :**

3.1) treść projektowanej uchwały pozostaje bardzo nieczytelna i w wielu miejscach niejasna;

3.2) projekt nie zawiera wskazania do których definicji pojęć „*obiekt małej architektury, reklama, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, szyld*” zawartych „w innych przepisach” się odnosi;

3.3) projekt uchwały w ogóle nie posługuje się pojęciami szeroko stosowanymi w uchwałach krajobrazowych, których znaczenie zostało już ugruntowane w praktyce prawodawczej;

3.4) projekt uchwały zawiera postanowienia wykraczające poza uprawnienia ustawowe np. podejmowana jest w nim próba regulowania kwestii dotyczących straganów, które nie stanowią obiektów małej architektury;

3.5) wniosek o wprowadzenie następujących zmian do projektu uchwały:

a) §3.1. pkt 9 nadając mu następujące brzmienie uwzględniające standardowe wymiary i proporcje flag:

*flaga – tablica reklamowa wykonana z tkaniny lub innego miękkiego materiału, o układzie poziomym lub pionowym, umieszczana na maszcie wolnostojącym o maksymalnej wysokości do **10 m**, na słupie oświetleniowym, na wysięgniku lub bezpośrednio na obiekcie budowlanym, na pionowych osiach kompozycyjnych elewacji, jedynie do stosowania przy lub na obiektach o funkcji w całości usługowej lub jako reklama okolicznościowa; sytuowanie masztów nie więcej niż po trzy w jednym rzędzie, w granicach jednej nieruchomości,*

b) §3.1. pkt 11 nadając mu następujące brzmienie:

*gablota gastronomiczna – urządzenie reklamowe umieszczone na stojaku, na płocie, **lub wolnostojące**, sytuowane wyłącznie przy wejściu do lokalu lub do ogródka gastronomicznego **lub bezpośrednio przy wejździe do miejsca sprzedaży w systemie „drive thru”**, na **lub przy** elewacji budynku przy wejściu do lokalu, przeznaczona do ekspozycji menu, o maksymalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej formatu małego, z dopuszczeniem gabloty gastronomicznej sytuowanej w systemie „drive thru menu” o maksymalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej formatu średniego **i z dopuszczeniem jej formy ekran**,*

- c) § 3.1. pkt 23 lit. b) nadając mu następujące brzmienie usuwające nieuzasadnione zróżnicowanie w wysokości pylonów zależnie od działalności, której dotyczą, powodujące nieuzasadnioną faworyzację stacji paliw:

*pylon – wolnostojące, pionowe urządzenie reklamowe, służące ekspozycji reklam, mocowane w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, służące ekspozycji reklam, do którego zalicza się:*

- b) pylon główny – urządzenie reklamowe, służące prezentacji szyldu głównego, reklamy, o maksymalnej wysokości do **7,0 m** i maksymalnej szerokości do 1/3 wysokości, za wyjątkiem wysokości regulowanej odrębnie dla poszczególnych obszarów,

- d) § 3.1. pkt 35 nadając mu następujące brzmienie:

*totem – urządzenie reklamowe wolnostojące w formie masztu o maksymalnej wysokości do **15 m**, zwieńczonego logotypem przestrzennym, tablicą reklamową, literą przestrzenną, kasetonem, **o szerokości do 1/3 wysokości i** formie nie większym niż **duży**;*

- e) § 4.1. pkt 3 nadając mu następujące brzmienie, oparte na brzmieniu art. 43 ust. 1 ustawy o drogach publicznych:

- 3) **zakaz sytuowania wolnostojących urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, wzdłuż osi drogi publicznej – ul. Gdańskiej, po obu stronach ul. Gdańskiej w odległości 6m, od strony wjazdu do z m. Rumi w kierunku ul. Wejherowskiej, wyznaczonych w załączniku nr 2 do uchwały, stanowiących strefę ochrony ekspozycji zabytku wpisanego do rejestru zabytków – kościoła pw. Wniebowzięcia NMP przy ul. Gdańskiej 3, oraz w strefach ochrony ekspozycji innych cennych zespołów zabudowy i otwarć widokowych wskazanych w załączniku nr 2 do uchwały;**

- f) § 5 pkt 1 lit. b) poprzez jego usunięcie, gdyż postanowienie jest nieprecyzyjne i nie jest możliwe ustalenie celu jego wprowadzenia (w szczególności brak jest definicji „panoramy miasta”),

- g) § 5 pkt 2 lit. a) poprzez jego usunięcie, gdyż postanowienie jest nieprecyzyjne i nie jest możliwe ustalenie celu jego wprowadzenia (w szczególności oczywistym jest, że ogrodzenia kształtują ciągi komunikacyjne, więc nie bardzo jasne jest pojęcie „niekolidowania” np. w przypadku tzw. ślepej uliczki, szlabanów, bram wjazdowych, fontann na placach),

- h) § 5 pkt 2 lit. b) poprzez jego usunięcie, gdyż postanowienie jest nieprecyzyjne i nie jest możliwe ustalenie celu jego wprowadzenia (w szczególności całkowicie niezrozumiałe jest jak w praktyce ma wyglądać „sytuowanie obiektów małej architektury w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni”),

- i) § 7.1. pkt 2 nadając mu następujące brzmienie, przywracające równowagę w warunkach prowadzenia działalności gospodarczej w lokalach w budynkach wielolokalowych i 1-lokalowych:

*na budynek – **poza szyldami wskazanymi w pkt. 2) poniżej, jeden dodatkowy** szyld na każdą elewację budynku, na każdą elewację narożnej witryny, lub od strony witryny, lub od strony ulicy, dodatkowo jeden szyld semaforowy; **z zastrzeżeniem, że w przypadku budynku w którym działalność prowadzona jest przez jeden podmiot dopuszczalne jest sytuowanie po dwa szyldy na każdej elewacji niezależnie od tego, czy znajduje się na niej ogólnodostępne wejście;***

- j) § 8.1. pkt 1 lit. b) tiret pierwsze i drugie nadając mu następujące brzmienie:

*W formie:*

- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu przyległego, o wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/5 odległości dolnej krawędzi logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi, a dla budynków parterowych szyldu przyległego o 1/3 wysokości elewacji budynku mierzonej od terenu przyległego do okapu,
- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, jako szyldu sytuowanego nad okapem stropodachu o wysokości stanowiącej:
  - do **0,9 m** wysokości dla elewacji o wysokości do 6,0 m,
  - do 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,2 m dla elewacji o wysokości od 6,0 m do 12,0 m,
  - do 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6,0 m dla elewacji wyższych niż 12,0 m,

k) § 8.1. pkt 2 lit. a) tiret trzecie nadając mu następujące brzmienie:

sytuowany:

- na **parasolu**, na markizie, lub na witaczu wejściowym, na elementach ogródka gastronomicznego, na elementach wygrodzeniowych, tablicach zawierających instrukcję lub regulamin, na wiacie stacji benzynowej, na kiosku ulicznym, lub innych nośnikach reklamy,

l) § 8.1. pkt 2 lit. b) tiret trzecie nadając mu następujące brzmienie uwzględniające konieczność ujednolicenia wysokości szyldów stosowanych na elewacjach:

W formie:

- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu:
- sytuowanych na budynku, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż 1/5 odległości od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
- przymocowanych bezpośrednio do elewacji albo na dystansach, na bezbarwnej tablicy eksponującej elewację, na kasetonie, na szybie w witrynie, za lub przed szybą, w świetle otworu okiennego lub drzwiowego,

m) § 11.1 pkt 1) nadając mu następujące brzmienie:

*Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury w obszarze całego miasta:*

- 1) w obrębie jednej przestrzeni dostępnej publicznie, takiej jak plac, ulica lub jej czytelnie wyodrębniona część, nakazuje się stosowanie spójnych stylowo obiektów małej architektury, w tym: dla obiektów służących rekreacji codziennej, oraz dla obiektów służących utrzymaniu porządku, ustala się kolory stonowane i niejaskrawe, w odcieniach z palety brązów, beży, zieleni i szarości; **ograniczenie w zakresie kolorystyki nie dotyczy obiektów sytuowanych w parkach, na skwerach, na placach zabaw i siłowni zewnętrznych.**

n) § 12.1. – poprzez dodanie w nim lit. d) o następującym brzmieniu:

**trwale związane z gruntem ogrodzenia ogródków gastronomicznych w formie ażurowej lub przeziernej o wysokości nie większej niż 2,0 m.**

**Rozpatrzenie uwag zawartych w piśmie nr 3**

**Ad. 1), 2), 3). Uwagi bezzasadne.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Składający uwagi wnosi, iż treść projektowanej uchwały pozostaje bardzo nieczytelna i w wielu miejscach niejasna. Są to uwagi nieuzasadnione, ponieważ uchwały o podobnej formie i treści już funkcjonują w Sopocie, Gdyni i Gdańsku. Z tego wynika, że jednak są czytelne i prawidłowo funkcjonują w realizacji.

**Ad. 4). Uwagę uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

Uwaga dotyczy ustaleń zawartych w § 3 ust. 1 pkt 31 uchwały krajobrazowej, w zakresie definicji „straganów”, które zdaniem składającego uwagę, nie stanowią obiektów małej architektury. Uznaje się uwagę za pomyłkę edytorską, polegającą na pozostawieniu definicji „straganu” w projekcie uchwały krajobrazowej bez dalszego przywołania w ustaleniach szczegółowych dla poszczególnych obszarów. W trakcie konsultacji, uzgodnień i wprowadzania kolejnych poprawek, zapadły decyzje usunięcia ustaleń dotyczących „straganów”. Korektę wykonano w zakresie ustaleń szczegółowych, odnoszących się do poszczególnych obszarów, natomiast omyłkowo pominięto usunięcie definicji. Obecnie definicja sama w sobie niczemu nie służy, bo nie została wykorzystana do formułowania regulacji, dotyczących zasad sytuowania tablic i urządzeń reklamowych. Usunięcie definicji nie zmieni treści uchwały.

W projekcie uchwały, w ramach reklamy okolicznościowej, funkcję nośnika reklamy pełni stoisko promocyjne, pawilon lub namiot, sytuowane w mieście dla drobnej sprzedaży świątecznej lub okolicznościowej, podczas imprez organizowanych przez miasto.

**Ad. 5 a). Uwagi nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 1 pkt 9 uchwały krajobrazowej zaproponowano maksymalną wysokość do 5,0 m masztu wolnostojącego, na którym umieszczone są flaga albo proporzec. Jest to wysokość adekwatna do średniej wysokości budynków w mieście i otaczającego krajobrazu. Tymczasem składający uwagę wnosi, aby ją podwoić do maksymalnej wysokości 10,0 m. Proponowana wysokość byłaby wysokością dominującą w krajobrazie miasta. W założeniach do uchwały jednym z postulatów, oprócz wielkości i ilości, było ograniczenie wysokości i dominacji reklam w krajobrazie miasta. Proponuje się uznać uwagę za sprzeczną z założeniami do uchwały krajobrazowej.

**Ad. 5 b). Uwagę częściowo uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 2 pkt 11 uchwały krajobrazowej zaproponowano czytelną i jednoznaczną definicję gabloty gastronomicznej, dla której przewidziano szczególną możliwość sytuowania w systemie „driver thru”. Ten rodzaj reklamy może być stosowany przez wszystkich przedsiębiorców, którzy korzystają z tego systemu. Jednakże w celu doprecyzowania definicji zgodnie z uwagą, proponuje się wnieść korektę polegającą na wprowadzeniu zaproponowanych zmian w zakresie określenia szczegółowego miejsca sytuowania. To znaczy umiejscowienia gabloty cyt.: „bezpośrednio przy wjeździe do miejsca sprzedaży w systemie „drive thru””, co nie zmienia pierwotnego znaczenia tej definicji. Pozostałe propozycje wniesienia zmian są niezrozumiałe, wobec tego bezzasadne.

**Ad 5 c). Uwagę częściowo uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 2 pkt 23 uchwały krajobrazowej zaproponowano maksymalną wysokość pylonu głównego 3,5 m, natomiast składający uwagę wnosi podwyższenie dopuszczalnej wysokości do 7,0 m. Wysokość do 7,0 m w projekcie uchwały, ustalono dla pylonów cenowych. Pylon cenowy może być sytuowany przed firmami, których ceny są bardzo ważnym elementem porównawczym dla klienta w kontekście dokonania wyboru dotyczącego kupna tego samego produktu od różnych przedsiębiorców. Oczywiście dotyczy to wszystkich przedsiębiorców, nie tylko w przywołanych w ustaleniach, przykładowych „stacji benzynowych”.

W założeniach do uchwały jednym z postulatów oprócz wielkości i ilości było ograniczenie wysokości reklam w krajobrazie miasta. Proponuje się uznać uwagę dotyczącą podniesienia wysokości pylonu głównego za sprzeczną z założeniami do uchwały krajobrazowej. Natomiast w celu uniknięcia nieporozumień w kwestii nierównego traktowania innych przedsiębiorców, proponuje się usunąć przywołane w projekcie uchwały przykładowe „stacje benzynowe”. Korekta ta nie zmienia znaczenia definicji pylonu cenowego, a urządzenie to będzie nadal służyć różnym przedsiębiorcom, według zasad ustalonych w projekcie uchwały.

**Ad 5 d). Uwagi nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 3 ust. 1 pkt 35 projektu uchwały ustalono definicję totemu, którego forma masztu zwieńczonego logotypem, nie może przekraczać 3,5 m wysokości. W uwadze zawarto propozycję podwyższenia masztu do 15,0 m i zwieńczenie logotypem o szerokości 1/3 wysokości, czyli do 5,0 m.

Proponowane w projekcie uchwały krajobrazowej regulacje, dotyczące wysokości masztu i szerokości zwieńczenia totemu, są adekwatne do kameralności miasta i do średniej wysokości budynków w mieście. Proponowana w uwadze wysokość byłaby wysokością dominującą w krajobrazie miasta.

W założeniach do uchwały jednym z postulatów oprócz wielkości i ilości było ograniczenie wysokości i dominacji reklam w krajobrazie miasta. Proponuje się uznać uwagę za sprzeczną z założeniami do uchwały krajobrazowej.

**Ad 5 e), 5 f). Uwag nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 4 ust. 1 pkt 3 projektu uchwały ustalono zasady sytuowania małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej, a w § 5 pkt 1 w kontekście ochrony krajobrazu. Ponadto ustalenia szczegółowe dotyczące dopuszczenia reklam wolnostojących w obszarze A strefy Śródmieścia – promocji reklam, zostały uregulowane w § 10 ust. 1 pkt 3. Zaproponowane przez składającego uwagi są sprzeczne z uzgodnieniami PWKZ i z przepisami odrębnymi, w tym ustawy o drogach publicznych i ochronie zabytków. Uwaga w zakresie potrzeby zdefiniowania pojęcia „panorama miasta” jest bezzasadna, ponieważ jest to pojęcie powszechnie używane, zrozumiałe, o którym piszą w każdym podręczniku dotyczącym kształtowania krajobrazu lub przewodniku turystycznym.

**Ad 5 g), 5 h). Uwag nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 5 pkt 2 lit. a) i b) projektu uchwały ustalono redukcję barier przestrzennych poprzez sytuowanie obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń, w sposób niekolidujący z ciągami komunikacyjnymi oraz w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni. Propozycja usunięcia tego ustalenia jest bezzasadna, bo nie są to nieprecyzyjne i niemożliwe do wprowadzenia ustalenia. Ustalenia należy czytać wprost, czyli słowo „niekolidowania” rozumieć jako nieprzeszkadzania prawidłowemu funkcjonowaniu ciągów komunikacyjnych, tak aby nie stwarzać zagrożenia dla pieszych i jadących pojazdami. Przykładem może być reklama usytuowana na środku chodnika lub ustawiona w poprzek chodnika mała architektura w formie nie pozwalająca na bezpieczne ominięcie przeszkody. Natomiast „sytuowanie obiektów małej architektury w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni” jest pojęciem dotyczącym nie tylko bezkolizyjności, ale również estetyki, czyli ustawiania w przestrzeni publicznej akcentów odpowiadających ich urbanistycznym założeniom, czyli na środku placu, w miejscu zmiany kierunku ciągu pieszego, na zakończeniu osi widokowej, itd.

**Ad 5 i). Uwagi nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W § 7 ust. 1 pkt 2 projektu uchwały, na który powołuje się składający uwagę, dla szyldów ustalono nakazy, dotyczące ogólnych zasad sytuowania szyldów, z przestrzeganiem zasad ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków, według ustaleń zawartych w § 4 ust. 1 pkt 2, zgodnie z architekturą budynku i nakazem ukrycia elementów konstrukcyjnych oraz stosowania przy doświetleniu lub podświetleniu szyldów oświetlenia o stałej intensywności i barwie białej. Natomiast uwaga obejmuje zapisy, których treść bardziej odnosi się do § 7 ust. 2 pkt 1 i 2, w którym ustala się ilość szyldów na jeden podmiot prowadzący działalność łącznie oraz zasady ich sytuowania na budynek i lokal. Uwaga nie ma oczywistego uzasadnienia, jest niezrozumiała w kwestii czyt.: „przywrócenia równowagi w warunkach prowadzenia działalności gospodarczej”.

**Ad 5 j). Uwagi nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 8 ust. 1 pkt 1 lit. b:

- w tiret pierwsze, ustalenia dotyczą wysokości stanowiącej nie więcej niż **1/6** odległości dolnej krawędzi logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, neonu, od poziomu terenu ,
- w tiret drugie dotyczą szyldu sytuowanego nad okapem stropodachu o wysokości stanowiącej do **0,8 m** wysokości dla elewacji o wysokości do 6,0 m,

obejmują kluczowe ustalenia dotyczące zasad sytuowania szyldów. Ustalenia te były konsultowane i uzgadniane z instytucjami w trybie sporządzania uchwały. Proponowane w uwadze zmiany wysokości: na nie więcej niż **1/5** odległości dolnej krawędzi szyldu od terenu położonego pod nim oraz na **0,9 m** wysokości szyldu dla elewacji o wysokości do 6,0 m, są próbą zburzenia procedowanego projektu uchwały. Nie przedstawiono żadnego uzasadnienia bądź analizy korzyści dla krajobrazu w wyniku wprowadzenia takiej zmiany.

**Ad 5 k). Uwagi nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 8 ust. 1 pkt 2 lit. a tiret trzecie ustalono zasady sytuowania szyldu przyległego między innymi na falbanach. Składający uwagę wnosi o usunięcie falbany i wpisanie w to miejsce parasola. W zamiarze tej regulacji było dopuszczenie szyldu jedynie na falbanie parasola, a nie na całym parasolu. Tak więc składający uwagę wnosi o rezygnację ujednoliconego koloru parasoli, które mogłyby być pokryte szyldem w całości. Trudno zaakceptować ogródki gastronomiczne z kilkoma lub kilkunastoma parasolami, które będą pokryte w całości szyldem. Nie przedstawiono uzasadnienia do wprowadzenia tej zmiany, wobec tego należy ją potraktować jako niezgodną z założeniami procedowanej uchwały.

**Ad 5 l). Uwagi nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 8 ust. 1 pkt 2 lit. b tiret trzecie ustalono między innymi następujące formy szyldów przyległych: logotyp, litera przestrzenna lub malowana, neon, o maksymalnej wysokości szyldu stanowiącej nie więcej niż **1/6** odległości od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nimi. Składający uwagę wnosi o zmianę maksymalnej wysokości szyldów stanowiącej na nie więcej niż **1/5** odległości od poziomu terenu, znajdującego się bezpośrednio pod nimi, czyli zwiększenia wysokości szyldu. Nie przedstawiono uzasadnienia do tej uwagi, ani korzyści dla krajobrazu, wynikających z podwyższenia wysokości szyldu, wobec tego należy ją potraktować jako niezgodną z założeniami procedowanej uchwały.

**Ad 5 m). Uwagę uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 11 ust. 1 pkt 1 ustalono zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury w obrębie jednej przestrzeni dostępnej publicznie, w obszarze całego miasta. Dla ucytelnienia tych ustaleń proponuje się uwzględnić uwagę, która polega na zmianie szyku zdania, czyli na korekcie edytorskiej, w celu lepszego zrozumienia regulacji, bez zmiany jej znaczenia, nadając mu następujące brzmienie:

*„1) w obrębie jednej przestrzeni dostępnej publicznie, takiej jak plac, ulica lub jej czytelnie wyodrębniona część, nakazuje się stosowanie spójnych stylowo obiektów małej architektury, w tym: dla obiektów służących rekreacji codziennej, oraz dla obiektów służących utrzymaniu porządku, ustala się kolory stonowane i niejaskrawe, w odcieniach z palety brązów, beży, zieleni i szarości; **ograniczenie w zakresie kolorystyki nie dotyczy obiektów sytuowanych w parkach, na skwerach, na placach zabaw i siłowni zewnętrznych**.”*

**Ad 5 n). Uwagi nie uwzględnia się.**

Rozstrzygnięcie uzasadnia się następująco:

W projekcie uchwały w § 12 ust. 1 ustala się rodzaje ogrodzeń, ich wysokość i formę oraz zasady sytuowania. Składający uwagę wnosi o wprowadzenie dodatkowego ogrodzenia ogródków gastronomicznych, trwale związanego z gruntem, w formie ażurowej lub przezierniej, o wysokości nie większej niż 2,0 m. Ta uwaga jest niezgodna z założeniami procedowanej uchwały. Dzielenie przestrzeni publicznej wysokimi ogrodzeniami trwale połączonymi z gruntem to propozycja degradująca przestrzeń publiczną. Nie przedstawiono uzasadnienia tej uwagi ani korzyści dla krajobrazu wynikających z takiego ustalenia.

Przewodniczący Rady

**Łukasz Kamiński**