

Projekt

z dnia 13 lutego 2018 r.

Zatwierdzony przez

**UCHWAŁA NR
RADY MIASTA GDAŃSKA**

z dnia 22 lutego 2018 r.

w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2017 r. poz. 1073, 1566) **uchwala się, co następuje:**

**DZIAŁ I.
PRZEPISY OGÓLNE
Rozdział 1.
Ustalenia wstępne**

§ 1.1. Uchwala się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, obowiązujące na całym obszarze Gminy Miasta Gdańska (zwanej dalej: „Miastem”), z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu.

2. W dniu wejścia w życie Uchwały terenami zamkniętymi, o których mowa w ust. 1 są następujące tereny zamknięte ustanowione decyzjami ministra obrony narodowej:

- 1) kompleks wojskowy nr 399 - obręb geodezyjny 055 Gdańsk, dz. nr 362, 363, 367;
- 2) kompleks wojskowy nr 1331 - obręb geodezyjny 056 Gdańsk, dz. nr 21;
- 3) kompleks wojskowy nr 1390 - obręb geodezyjny 031 Gdańsk, dz. nr 820/19, 820/48;
- 4) kompleks wojskowy nr 1393 - obręb geodezyjny 039 Gdańsk, dz. nr 53/18, 144/4;
- 5) kompleks wojskowy nr 1396 - obręb geodezyjny 055 Gdańsk, dz. nr 218, 221;
- 6) kompleks wojskowy nr 4057 - obręb geodezyjny 012 Gdańsk, dz. nr 426/1, 426/5, 426/7, 426/11, 426/13, 426/14;
- 7) kompleks wojskowy nr 8589 - obręb geodezyjny 062 Gdańsk, dz. nr 5;
- 8) kompleks wojskowy nr 8626 - obręb geodezyjny 109 Gdańsk, dz. nr 97/13;
- 9) kompleks wojskowy nr 8645 - obręb geodezyjny 062 Gdańsk, dz. nr 1/3, 1/4, 2/1, 3/1, 6/1, 6/2, 7, 8/1, 8/3.

§ 2.1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż określone w niniejszej Uchwale. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie takich rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, o których mowa w przepisach Uchwały, na zasadach i warunkach określonych w przepisach Uchwały, z zastrzeżeniem ust. 2.

2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy w niniejszej Uchwale określa się zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być sytuowane na danej nieruchomości. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie takich rodzajów szyldów, o których mowa w § 8 ust. 5, na zasadach i warunkach określonych w przepisach Uchwały.

3. Dla obiektów małej architektury i ogrodzeń w niniejszej Uchwale określa się gabaryty, standardy jakościowe i rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane na zasadach i warunkach ustalonych w § 5 i § 6.

§ 3. 1. Ustala się podział Miasta na obszary o zróżnicowanych zasadach i warunkach sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, oznaczone symbolami: SZ, S0, SR, S1, S2, SI, S3 i SP, na podstawie występujących w nich charakterystycznych cech krajobrazu przyrodniczo-kulturowego. Opis granic obszarów zawiera Załącznik nr 1 do niniejszej Uchwały, a załącznik graficzny dotyczący obszarów – Załącznik nr 2 do niniejszej Uchwały, z zastrzeżeniem ust. 2.

2. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla obszarów, o których mowa w ust. 1 nie dotyczą obiektów lub obszarów objętych ochroną konserwatorską lub ujętych w gminnej ewidencji zabytków, jeżeli ustalenia § 10 stanowią inaczej.

3. Rozstrzygnięcie przez Radę Miasta Gdańska o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Gdańska uwag wniesionych do projektu Uchwały wyłożonego do publicznego wglądu zawiera Załącznik nr 3 do niniejszej uchwały.

§ 4. 1. Określenia użyte w Uchwale oznaczają:

- 1) baner reklamowy – tablica reklamowa, wykonana z tkanin, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych;
- 2) detal architektoniczny – element dekoracyjny obiektu budowlanego, w szczególności gzyms, fryz, belkowanie, ryzalit, parapet, poręcz, balustrada, okiennica, element rzeźbiarski lub malarski, ozdobna stolarka lub ciesielka, sgraffito, boniowanie, blenda, płycina, opaska wokół otworu okiennego lub drzwiowego, lizeny, a także wykonanie elementu budowlanego, połączenia materiałów budowlanych (np. przeszkleń okiennych lub ścian osłonowych) lub detalicznego wykonania izolacji;
- 3) doświetlenie – zewnętrzne oświetlenie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego lub zewnętrzne oświetlenie tła lub płaszczyzny sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 4) ekran świetlny – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe przeznaczone do ekspozycji informacji o zmiennej treści, w szczególności TFT, LCD lub przy użyciu technik bezpośredniej emisji światła (np. ekran LED);
- 5) elewacja – przedstawione w jednym z czterech widoków architektonicznych z danej strony świata rozwinięcie zewnętrznych przegród budynku ze wszystkimi ich elementami, w szczególności z: ryzalitami, wykuszami, wnękami, loggiami, werandami, dachami, wystawkami i detalem architektonicznym;
- 6) flaga – tablica reklamowa, inna niż flaga plażowa, wykonana z tkaniny, tekstyliów lub folii z tworzywa sztucznego, sytuowana w szczególności na masztach flagowych, wysięgnikach na budynkach, słupach oświetleniowych i trakcyjnych;
- 7) flaga plażowa – reklama przenośna wykonana z tkaniny lub tekstyliów rozpiętych na tyczce, sytuowana w szczególności na plażach;
- 8) format drobny – powierzchnia służąca ekspozycji reklamy o wymiarach do 0,1 m² włącznie;
- 9) format mały – powierzchnia służąca ekspozycji reklamy o wymiarach powyżej 0,1 m² do 1 m² włącznie;
- 10) kaseton – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe: jednobryłowe, przestrzenne, niepełne w środku, zazwyczaj podświetlane;
- 11) kiosk uliczny – wolnostojący handlowy tymczasowy obiekt budowlany o powierzchni użytkowej nie większej niż 15 m², przeznaczony do sprzedaży drobnych przedmiotów codziennego użytku, w szczególności prasy, biletów transportu zbiorowego, losów loteryjnych;
- 12) materiały szlachetne – tradycyjne materiały budowlane przeznaczone do zewnętrznego wykończenia obiektu budowlanego, w szczególności: cegła ceramiczna, kamień naturalny, drewno, metal, tynki strukturalne, klinkier, szkło przeszkleń;
- 13) monochromat – jednokolorowa grafika w odcieniach tej samej barwy wraz z bielą i czernią, które różnić może wyłącznie nasycenie lub jaskrawość (nie odcień);
- 14) mural reklamowy – tablica reklamowa wykonana technikami plastycznymi bezpośrednio na ścianie obiektu budowlanego;

- 15) nadświetle – otwór okienny nad otworem drzwiowym znajdującym się na tej samej kondygnacji lub okno znajdujące się nad drzwiami w tym samym otworze okiennym lub drzwiowym;
- 16) ogrodzenie zabytkowe - ogrodzenie wpisane do ewidencji zabytków lub do rejestru zabytków lub starsze niż 40 lat, licząc od dnia wejścia w życie Uchwały;
- 17) podświetlenie – wewnętrzne oświetlenie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 18) podziały architektoniczne - pionowe lub poziome architektoniczne osie kompozycyjne (np. osie elewacji) wyznaczone jako kontynuacja w linii prostej dominujących krawędzi na obiekcie (np. osie wyznaczone przez szerokość otworu okiennego) albo wyznaczone jako oś symetrii pomiędzy dominującymi krawędziami na obiekcie (np. oś symetrii pomiędzy otworami okiennymi lub pomiędzy krawędzią ściany a najbliższą krawędzią otworu okiennego), w szczególności dla krawędzi: otworów okiennych, witryn, przeszkleń w ścianach osłonowych, ścian i detalu architektonicznego;
- 19) pole ochronne – puste prostokątne pole wokół obrysu tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego (w szczególności wokół ciągów znaków bez tła, wokół tła, wokół obudowy tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego) proporcjonalne do wielkości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego lub do płaszczyzny ich sytuowania, w którym nie znajdują się krawędzie elewacji i otworów okiennych lub drzwiowych, elementy detalu architektonicznego, nazwy ulic lub inne tablice reklamowe i urządzenia reklamowe oraz ich pola ochronne, o ile w przepisach Uchwały nie określono inaczej;
- 20) przeszklenie – jednoczęściowa lub składająca się z kwater zewnętrzna przezierna przegroda obiektu budowlanego, w szczególności szyba zespolona w oknie, witrynie lub ścianie osłonowej;
- 21) pylon – wolnostojące i pionowe urządzenie, na którym dopuszcza się sytuowanie więcej niż jednej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, z rozróżnieniem na:
- a) pylon cenowy – informujący o cenach obowiązujących na stacji paliw, przy której się znajduje oraz zwieńczony w jego najwyższej części nie więcej niż jednym dwustronnym szyldem o szerokości i grubości tego pylonu,
 - b) pylon wizytówkowy – eksponujący modułowo rozmieszczone tabliczki formatu drobnego, z dopuszczeniem zwieńczenia pylonu wizytówkowego w jego najwyższej części tablicą reklamową o szerokości nie większej niż szerokość tego pylonu,
 - c) pylon zbiorczy – eksponujący modułowo rozmieszczone tablice reklamowe;
- 22) reklama na obiekcie – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe usytuowane bezpośrednio na obiekcie lub niemocowane do obiektu, ale usytuowane w całości w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego obiektu;
- 23) reklama przenośna – wolnostojąca tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe inne niż trwale związane z gruntem, w szczególności: witacz wejściowy, flaga plażowa, powłoki pneumatyczne;
- 24) reklama typu A – jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa trwale związana z gruntem lub sytuowana na obiekcie, w formie przeszklonej gabloty lub ekranu świetlnego, o wymiarach powierzchni służącej ekspozycji reklamy 1,2 m na 1,8 m a dla reklamy typu A na obiekcie także 0,9 m na 2,26 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów oraz o powierzchni danego boku nieprzekraczającej 3 m²;
- 25) reklama typu B – jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, wolnostojące trwale związane z gruntem, w formie przeszklonej gabloty posadowionej na jednym słupie, z powierzchnią służącą ekspozycji reklamy o wymiarach 3,55 m na 2,47 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów;
- 26) reklama typu C – jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, wolnostojące, trwale związane z gruntem, w formie posadowionej na jednym słupie, z powierzchnią służącą ekspozycji reklamy o wymiarach 5,04 m na 2,38 m lub 6 m na 3 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów;
- 27) reklama wyborcza – materiał wyborczy, referendalny lub reklama kandydatów do Rad Jednostek Pomocniczych sytuowane na potrzeby kampanii wyborczych (parlamentarnych, prezydenckich, do jednostek samorządu terytorialnego lub do Rad Jednostek Pomocniczych);

- 28) siatka budowlana – elastyczna i ażurowa tablica reklamowa wykonana z tkanin, tekstyliów lub z folii z tworzyw sztucznych, w postaci siatki ochronnej na rusztowaniu roboczym, na której eksponowana jest reklama;
- 29) słup reklamowy – urządzenie reklamowe w formie pionowego walca o średnicy do 1,75 m i wysokości powierzchni służącej ekspozycji reklamy do 3,6 m, i o wysokości słupa nie większej niż 5 m;
- 30) system informacji lokalnej (SIL) – ujednolicony graficznie modułowy system tablic reklamowych przeznaczonych do informowania użytkowników dróg o miejscu prowadzonej działalności na obszarze Miasta;
- 31) szyld główny – pionowy lub poziomy szyld wybranej działalności głównej na danej nieruchomości dla obiektów usługowych, inny niż szyld równoległy i szyld wizytówkowy, w szczególności wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, obiektów użyteczności publicznej, obiektów instytucji kultury itp., sytuowany równoległe do płaszczyzny sytuowania na jednym z obiektów (np. na budynku, pylonie, totemie);
- 32) szyld równoległy – szyld usytuowany równoległe do płaszczyzny sytuowania lub stycznie do słupa totemu, inny niż szyld główny i szyld wizytówkowy;
- 33) szyld semaforowy – szyld usytuowany pod kątem prostym do płaszczyzny sytuowania lub w połowie kąta rozwartego między płaszczyznami, pomiędzy którymi jest sytuowany;
- 34) szyld wizytówkowy – szyld usytuowany równoległe do płaszczyzny sytuowania, inny niż szyld główny i szyld równoległy, formatu drobnego najczęściej zgrupowany z innymi szyldami wizytówkowymi usytuowanymi w obrębie danej płaszczyzny sytuowania (np. na tablicy wizytówkowej) w sposób modułowy z uwzględnieniem jednolitych zasad, w szczególności zastosowanych barw, wymiarów, odstępów między nimi, tła, pól ochronnych, wyrównania lub justowania treści, w szczególności zawierający dane identyfikacyjne działalności lub informacje o godzinach otwarcia, przyjęć, rejestracji itp.;
- 35) szyld zabytkowy – szyld wpisany do ewidencji zabytków lub do rejestru zabytków lub starszy niż 40 lat, licząc od dnia wejścia w życie Uchwały;
- 36) tablica wizytówkowa – tablica reklamowa przeznaczona do ekspozycji modułowo rozmieszczonych szyldów wizytówkowych;
- 37) technika plastyczna – ręczne wytwarzanie informacji wizualnej, w szczególności: malunku, rysunku, mozaiki, sgraffita, witrażu, metaloplastyki;
- 38) totem – urządzenie reklamowe wolnostojące w formie słupa, na którym sytuowane są rozmieszczone modułowo szyldy równoległe lub zwieńczonego jednym szyldem głównym;
- 39) urządzenie wyborcze – wolnostojąca konstrukcja przeznaczona do mocowania do niej reklamy wyborczej;
- 40) witacz wejściowy – tablica reklamowa z reklamą bieżącej oferty działalności (w szczególności o wydarzeniu, wystawie, jadłospisie) sytuowana w miejscu jej prowadzenia (w szczególności na obiekcie budowlanym lub jako reklama przenośna);
- 41) wydarzenia okolicznościowe – wydarzenia: kulturalne, sportowe, społeczne, religijne, szkolne lub targowe, odbywające się na obszarze Miasta;
- 42) wysięgnik zabytkowy - wysięgnik wpisany do ewidencji zabytków lub do rejestru zabytków lub starszy niż 40 lat, licząc od dnia wejścia w życie Uchwały;
- 43) znak – każdy podstawowy znak graficzny, pisarski lub typograficzny, w szczególności: litera, cyfra, symbol, piktogram, sygnet lub logotyp lub ciąg liter, w przypadku gdy są pisane łącznie (pismo odręczne).

2. Ustala się na potrzeby pomiarów parametrów, o których mowa w Uchwale, że:

- 1) odległość lub wysokość mierzona względem elementów (np. tablic reklamowych, obiektów budowlanych) lub względem określonych punktów w przestrzeni (np. poziomem terenu bezpośrednio pod elementem lub poziomem jezdni, przy której element się znajduje), stanowią najkrótszy odcinek mierzony względem zewnętrznej płaszczyzny określonych elementów lub względem określonych punktów;
- 2) reklama wolnostojąca powinna mieścić się w pasie o wyznaczonej szerokości wraz ze wszystkimi jej elementami;

- 3) wysokość znaku:
- a) dla liternictwa, jest to wysokość majuskuły (litery wielkiej),
 - b) dla pozostałych znaków jest to wysokość największego znaku;
- 4) odległości pomiędzy reklamami wolnostojącymi sytuowanymi przy drodze nie dotyczą odległości względem reklam znajdujących się po przeciwnych stronach drogi;
- 5) odległości od skrzyżowań liczone są jako najkrótszy odcinek od przecięcia krawędzi jezdni, przy czym pojęcie skrzyżowania jest równoznaczne z definicją skrzyżowania zawartą w Ustawie z dnia 20 czerwca 1997 r. prawo o ruchu drogowym;
- 6) stopień ażurowości ogrodzenia (A) jest stosunkiem procentowym powierzchni przeziernej przęsła (P_p) do powierzchni całkowitej po obrysie przęsła (P_c) mierząc je w widoku równoległym do przęsła w osiach ($A=P_p/P_c*100\%$).

Rozdział 2.

Obiekty małej architektury

§ 5. 1. Nakazuje się:

- 1) sytuowanie obiektów małej architektury w sposób nieutrudniający ruchu pieszego i rowerowego,
 - 2) dla obiektów stanowiących urządzenia, takie jak automaty sprzedażowe i parkomaty stosowanie powierzchni matowych: naturalnych materiałów budowlanych lub koloru szarego wyłącznie w zakresie od bieli do czerni,
 - 3) stosowanie powszechnie przyjętych materiałów budowlanych, w szczególności szkła, kamienia, betonu, tworzyw sztucznych, drewna, metali, i ich kompozytów,
 - 4) zabezpieczenie przed utlenianiem się powierzchni metalowych powłokami ochronnymi, w szczególności malowaniem proszkowym, z wyłączeniem metali pierwotnie utlenionych oraz stali nierdzewnej,
 - 5) stosowanie następujących standardów jakościowych obiektów małej architektury:
 - a) sytuowanie i utrzymanie zamocowanych w sposób trwały i docelowy (w szczególności bez braków w elementach mocujących takich jak śruby, wkręty, gwoździe, kleje oraz bez zniekształceń),
 - b) sytuowanie i utrzymanie w kompletności (w szczególności bez ubytków w deskowaniu, w ceramice, bez odprysków farby, tynków),
 - c) sytuowanie i utrzymanie zakonserwowanych zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami dla danych materiałów budowlanych (w szczególności sezonowej impregnacji drewna lub zabezpieczeniem przed niepożądaną korozją);
2. Dopuszcza się obiekty małej architektury nie wyższe niż 6 m – pozostałe wymiary dowolne.

Rozdział 3.

Ogrodzenia

§ 6. 1. Zakazuje się ogrodzeń:

- 1) wykonanych z:
 - a) prefabrykowanych paneli betonowych i żelbetowych, z wyłączeniem ogrodzeń cmentarzy,
 - b) blach, płyt z tworzyw sztucznych, tkanin, tekstyliów i folii, zawierających elementy ostre lub niestanowiących integralnego elementu przęsła ogrodzenia,
- 2) wokół otwartych terenów zieleni, w szczególności lasów, pól, nieużytków zielonych, dolin rzecznych oraz obszarów cennych przyrodniczo i krajobrazowo, z wyłączeniem parków,
- 3) o wysokości większej niż 2,2 m dla terenów zabudowy jednorodzinnej,
- 4) na terenach zabudowy wielorodzinnej, z wyłączeniem ogrodzeń:
 - a) o wysokości nie większej niż 1,5 m wokół przedogródków wydzielonych dla lokali w parterze,
 - b) bezpośrednio otaczających place zabaw lub wybiegi dla psów,

- c) na nieruchomościach znajdujących się bezpośrednio pomiędzy nieruchomościami z ogrodzeniami zabytkowymi, pod warunkiem sytuowania ogrodzenia w kontynuacji linii ogrodzeń historycznych z zastosowaniem rodzajów materiałów budowlanych stosowanych w tych ogrodzeniach historycznych oraz nie przekraczając gabarytów tych ogrodzeń historycznych,
 - d) w linii historycznej zabudowy lub w linii historycznej ogrodzeń (z dopuszczeniem zmiany przebiegu ogrodzenia koniecznej w celu ominięcia istniejących przeszkód, w szczególności urządzeń technicznych, drzew),
- 5) o stopniu ażurowości przęsła mniejszym niż 35% w widoku równoległym,
- z wyłączeniem ogrodzeń zabytkowych, ich wiernych rekonstrukcji, ogrodzeń terenów przeznaczonych do hodowli zwierząt oraz ogrodzeń tymczasowych;

2. Nakazuje się ogrodzenia:

- 1) trwale związane z gruntem, z wyłączeniem ogrodzeń tymczasowych,
- 2) z zastosowaniem powszechnie przyjętych materiałów budowlanych, w szczególności: szkła, kamienia, betonu, tworzyw sztucznych, drewna, metali, i ich kompozytów, z zastrzeżeniem pkt 1 lit. a,

3. Nakazuje się stosowanie następujących standardów jakościowych ogrodzeń:

- 1) sytuowanie i utrzymanie zamocowanych w sposób trwały i docelowy (w szczególności bez braków w elementach mocujących takich jak śruby, wkręty, gwoździe, kleje oraz bez zniekształceń),
- 2) sytuowanie i utrzymanie w kompletności (w szczególności bez ubytków w deskowaniu, w ceramice, bez odprysków farby, tynków),
- 3) sytuowanie i utrzymanie w czystości (w szczególności bez śladów po błocie, smarach, zaciekach rdzy),
- 4) sytuowanie i utrzymanie w funkcjonalności technicznej (w szczególności z prawidłowo funkcjonującymi furtami w ogrodzeniu),
- 5) sytuowanie i utrzymanie zakonserwowanych zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami dla danych materiałów budowlanych (w szczególności sezonowej impregnacji drewna lub zabezpieczeniem przed niepożądaną korozją).

Rozdział 4.

Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe

§ 7. W odniesieniu do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem przepisów § 8 i § 9, o ile inne przepisy Uchwały nie stanowią inaczej:

1) zakazuje się:

- a) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w odległości mniejszej niż 0,5 m od tablic z numerami porządkowymi nieruchomości oraz nazwami ulic,
- b) sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w sposób zawężający chodniki i ciągi piesze do szerokości mniejszej niż 2 m,
- c) przesłaniania otworów okiennych lub drzwiowych, przeszkleń oraz detali architektonicznych, z wyłączeniem reklam wykonanych z giętych lamp neonowych oraz znaków bez tła;

2) nakazuje się:

- a) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zgodnie z podziałami architektonicznymi obiektu budowlanego, w szczególności wyśrodkowanie albo wyjustowanie względem: otworów okiennych lub drzwiowych albo krawędzi elewacji albo detalu architektonicznego albo osi kompozycyjnych elewacji,
- b) ukrycie elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności takich jak teowniki, ceowniki, płaskowniki, listwy mocujące, poprzez ich schowanie w obudowie lub wkomponowanie w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych oraz nawiązujących do historycznego charakteru otoczenia, w szczególności elementów giętych, kutych, żeliwnych lub nitowanych, takich jak wysięgniki szyldów semaforowych wykonane technikami metaloplastycznymi,

- c) stosowanie przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia o stałej intensywności i barwie białej;

3) dopuszcza się:

- a) podświetlenie i doświetlenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych,
- b) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wykonane z giętych lamp neonowych oraz liniowo rozstawionych w kształt znaków bez tła lamp żarowych lub lamp wiernie je imitujących,
- pod warunkiem ukrycia instalacji zasilającej w energię elektryczną oraz zamaskowania kabli oraz elementów mocujących.

§ 8. 1. W odniesieniu do szyldów, o ile inne przepisy Uchwały nie stanowią inaczej:

1) nakazuje się:

- a) zachowanie pola ochronnego o wielkości nie mniejszej niż 15% wysokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, z wyłączeniem szyldów:
- wykonanych z giętych lamp neonowych,
 - usytuowanych w nadświetlu wejścia do lokalu,
 - usytuowanych modułowo, w zakresie odległości pomiędzy krawędziami tych szyldów,
- a dla szyldów o orientacji pionowej – nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości nie mniejszej niż 15% szerokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,
- b) sytuowanie szyldów o jednolitych gabarytach, wysokościach ich sytuowania i długościach wysięgników, na których są umieszczane, dla szyldów sytuowanych na galerii lub w obrębie podcienia lub za wspólnymi arkadami;

2) dopuszcza się:

- a) sytuowanie szyldów w poziomym pasie elewacji, znajdującym się ponad oknami w parterze i pod oknami kondygnacji następnej, przy czym dla szyldów:
- równoległych – także w nadświetlu funkcjonującego wejścia do budynku prowadzącego do lokalu oraz na totemie,
 - wykonanych bezpośrednio na elewacji technikami plastycznymi oraz szyldów wykonanych z giętych lamp neonowych – także na kolejnych kondygnacjach,
 - o orientacji pionowej wykonanych wyłącznie w formie znaków bez tła (o orientacji poziomej poszczególnych znaków) w pionowych pasach elewacji w sąsiedztwie otworów okiennych lub drzwiowych – także na następnej kondygnacji,
 - w formie flag na wysięgnikach zabytkowych lub ich wiernych rekonstrukcjach – w miejscu sytuowania zabytkowego wysięgnika,
- b) dla elewacji wykonanych z materiałów szlachetnych – sytuowanie szyldów równoległych wyłącznie w formie znaków bez tła, w tym w formie giętych lamp neonowych, mocowanych w sposób nienaruszający materiałów szlachetnych (w szczególności na kołkach dystansowych lub podkonstrukcjach mocowanych w fugach pomiędzy ceglami),
- c) sytuowanie szyldów nad otworami okiennymi lub drzwiowymi zwieńczonymi łukami lub detalem architektonicznym – wyłącznie w formie znaków bez tła, w tym w formie giętych lamp neonowych,
- d) dla szyldów równoległych w formie tablic na budynkach, możliwość pochylenia powierzchni służącej ekspozycji reklamy do 30 stopni w dół, tak aby dolna krawędź szyldu znajdowała się bezpośrednio przy powierzchni sytuowania,
- e) sytuowanie szyldów na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych, w szczególności na lambrekinach parasoli lub markiz, z wyłączeniem przegrodzeń (w tym donic), przy czym:
- dopuszcza się wyłącznie szyldy równoległe,
 - dopuszcza się szyldy wyłącznie w formie znaków bez tła,

- dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
- dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 20% powierzchni płaszczyzny, na której jest sytuowana,

– z wyłączeniem szyldów zabytkowych lub ich wiernych rekonstrukcji.

2. Dopuszcza się sytuowanie szyldów zabytkowych lub ich wiernych rekonstrukcji w dotychczasowych miejscach sytuowania szyldów zabytkowych.

3. W przypadku, gdy wejście do lokalu z zewnątrz znajduje się na następnej kondygnacji ponad parterem lub w suterenie, przepisy dotyczące tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych w parterze obowiązują także dla tych kondygnacji i lokali.

4. Ustala się następującą liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości, przez każdy podmiot prowadzący na niej działalność:

- 1) jeden szyld równoległy lub semaforowy dla każdego lokalu posiadającego bezpośrednie wejście z zewnątrz lub witrynę;
- 2) jeden dodatkowy szyld równoległy albo semaforowy sytuowany na innej elewacji dla każdego lokalu posiadającego witryny na co najmniej dwóch elewacjach lub co najmniej dwa czynne i udostępnione publicznie wejścia z zewnątrz;
- 3) jeden szyld wizytówkowy przy wejściu do budynku dla każdego podmiotu zajmującego lub współdzielącego lokal, który nie posiada bezpośredniego wejścia z zewnątrz;
- 4) jeden szyld wizytówkowy przy przejściu prowadzącym do lokalu dla każdego lokalu, do którego wejście nie znajduje się od strony ulicy, w szczególności szyld flankujący przejście bramne prowadzące do podwórka;
- 5) jeden dodatkowy szyld wizytówkowy albo równoległy na niezastrakowanych fragmentach ogrodzenia lub na pylonie (odpowiednio wizytówkowym lub zbiorczym) lub na totemie, dla każdego podmiotu;
- 6) jeden poziomy lub jeden pionowy szyld główny w formie znaków bez tła, spełniający jeden z poniższych warunków:
 - a) zamiast szyldu równoległego – dla budynku usługowego posiadającego jedną kondygnację o wysokości mniejszej niż 5 m,
 - b) jako dodatkowy szyld – dla budynku usługowego, posiadającego więcej niż jedną kondygnację naziemną;
- 7) nie więcej niż trzy dodatkowe szyldy w formie flag na maszcie flagowym, po jednej fladze na każdy maszt;
- 8) nie więcej niż dwa dodatkowe szyldy w formie flag na wysięgnikach zabytkowych lub ich wiernych rekonstrukcjach, po jednej fladze na każdy wysięgnik;
- 9) nie więcej niż trzy szyldy zabytkowe lub ich wierne rekonstrukcje.

5. W odniesieniu do następujących rodzajów szyldów:

1) równoległych – dopuszcza się sytuowanie:

- a) nad otworem drzwiowym lub okiennym lub nad kilkoma otworami,
- b) w nadświetlu lub na fryzie,
- c) na przeszkleniu w otworze okiennym lub drzwiowym, innym niż nadświetle,
- d) na niezastrakowanych fragmentach ogrodzenia, na zwieńczeniu bramy w ogrodzeniu, na pylonie zbiorczym, na totemie,
- e) równoległe do obrysu poziomego okapu lub markizy nad wejściem głównym, w szczególności zadaszonego podjazdu pod główne wejście do hotelu;

2) semaforowych – dopuszcza się sytuowanie:

- a) w odległości nie mniejszej niż 2,2 m od poziomu terenu,

- b) wyłącznie na obiektach o powierzchni użytkowej większej niż 15 m²,
 - c) w odległości od płaszczyzny sytuowania do najdalej wysuniętego punktu szyldu nie większej niż 1,2 m, z uwzględnieniem wysięgnika,
 - d) w odległości nie mniejszej niż 3 m pomiędzy szyldami semaforowymi, z wyłączeniem flag na wysięgnikach zabytkowych,
 - e) w bezpośrednim sąsiedztwie otworu okiennego lub drzwiowego lokalu,
 - f) na rogu budynku jeżeli lokal posiada witryny z obu stron tego narożnika;
- 3) głównych – dopuszcza się sytuowanie:
- a) ponad górną krawędzią elewacji, w odległości od tej krawędzi nie większej niż połowa wysokości znaków szyldu, a dla szyldów wykonanych z giętych lamp neonowych także na tej krawędzi,
 - b) w obrębie elewacji, z wyłączeniem otworów okiennych lub drzwiowych,
 - c) w miejscu wskazanym pod sytuowanie szyldów w projekcie budowlanym budynku,
 - d) na pylonie lub totemie;
- 4) wizytówkowych – dopuszcza się sytuowanie:
- a) przy wejściu do budynku w obrębie parteru lub innej kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz,
 - b) na pylonie wizytówkowym,
 - c) na niezastrakowanych fragmentach ogrodzenia.

§ 9. W odniesieniu do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, o ile przepisy Uchwały nie stanowią inaczej:

- 1) zakazuje się:
- a) montowania na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych elementów konstrukcyjnych w postaci podestów,
 - b) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
 - na terenach wód powierzchniowych i urządzeniach melioracji wodnych,
 - na urządzeniach bezpieczeństwa ruchu drogowego,
 - na dachach obiektów budowlanych, kominach, attykach i okapach dachów,
 - w formie banerów reklamowych i siatek reklamowych;
- 2) nakazuje się:
- a) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obiektach równoległe do powierzchni sytuowania na tych obiektach, np. do ściany budynku lub zewnętrznej płaszczyzny obiektu małej architektury, bez pozostawiania dystansu pomiędzy powierzchnią ekspozycyjną tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego a powierzchnią sytuowania, z wyłączeniem szyldów semaforowych,
 - b) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na obiektach tak, aby ich elementy nie wystawały poza krawędzie płaszczyzny ściany, z wyłączeniem szyldów semaforowych,
 - c) umieszczanie danych identyfikacyjnych właściciela tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w widocznym miejscu na ich elementach konstrukcyjnych (np. w obrębie ich obudowy), z wyłączeniem formatu drobnego i małego,
 - d) sytuowanie całości fundamentu reklamy wolnostojącej trwale związanej z gruntem pod poziomem terenu, z zastrzeżeniem § 9 pkt 2 lit. e,
 - e) ukrycie w bryle urządzenia reklamowego jego fundamentu powierzchniowego sytuowanego bezpośrednio na gruncie (dotyczy słupów reklamowych, urządzeń wyborczych i reklamy typu A),
 - f) zachowanie dla reklam wolnostojących odległości:

- nie mniejszej niż 5 m pomiędzy urządzeniami wyborczymi,
 - nie mniejszej niż 35 m pomiędzy słupem reklamowym lub reklamą typu A lub masztem flagowym lub pylonem wizytówkowym lub pylonem zbiorczym, a reklamą typu A, typu B typu C, słupem reklamowym, masztem flagowym, pylonem wizytówkowym, pylonem zbiorczym lub totemem, z zastrzeżeniem odległości pomiędzy masztami flagowymi nie mniejszej niż 2 m,
 - nie mniejszej niż 70 m pomiędzy reklamą typu B a: reklamą typu B, typu C, pylonami zbiorczymi lub totemami,
 - nie mniejszej niż 100 m pomiędzy reklamami typu C lub pomiędzy totemami,
- g) stosowanie powszechnie przyjętych materiałów budowlanych, w szczególności: szkła, kamienia, betonu, tworzyw sztucznych, tkanin, drewna, metali, i ich kompozytów,
- h) stosowanie następujących standardów jakościowych:
- sytuowanie i utrzymanie zamocowanych w sposób trwały i docelowy (w szczególności bez braków w elementach mocujących takich jak śruby, wkręty, gwoździe, kleje oraz bez zniekształceń),
 - sytuowanie i utrzymanie w kompletności i czytelności (w szczególności bez ubytków lub odprysków, niewypływających, nierozmytych),
 - utrzymanie w czystości,
 - utrzymanie w funkcjonalności technicznej (w szczególności z prawidłowo funkcjonującym oświetleniem, jeżeli dotyczy),
 - utrzymanie zakonserwowanych zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami dla danych materiałów budowlanych (w szczególności zabezpieczeniem przed niepożądaną korozją),
 - źródło światła nie powinno być widoczne (widoczność wyłącznie rozproszonego światła odbitego lub przepuszczonego przez materiały światłoprzepuszczalne), z wyłączeniem lamp neonowych oraz liniowo rozstawionych w kształt znaków bez tła lamp żarowych lub lamp wiernie je imitujących,
 - zakazuje się efektów świetlnych, w szczególności migotania, pulsowania, animowania, zmiany barw lub kierunku świecenia całości lub fragmentów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, z wyłączeniem ekranów świetlnych dopuszczonych niniejszą Uchwałą,
- i) stosowanie gabarytów, o których mowa w objaśnieniach określonych użytych w uchwale w § 4 ust. 1 oraz w przepisach szczegółowych.

DZIAŁ II.

USTALENIA SZCZEGÓŁOWE

Rozdział 1.

Ustalenia szczegółowe dla zabytków nieruchomych

§ 10. W odniesieniu do obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń dla zabytkowych nieruchomości wpisanych do rejestru zabytków i ich otoczenia oraz innych zabytków nieruchomych znajdujących się w gminnej ewidencji zabytków stosuje się:

- 1) dla obiektów wpisanych do rejestru zabytków i ich otoczenia - ustalenia jak dla obszaru S0, zawarte w § 12 niniejszej Uchwały;
- 2) dla obszarów wpisanych do rejestru zabytków, z zastrzeżeniem pkt 1 - ustalenia jak dla obszaru SR, zawarte w §13 niniejszej Uchwały;
- 3) dla obiektów znajdujących się w gminnej ewidencji zabytków, z zastrzeżeniem pkt 1 i 2 - ustalenia jak dla obszaru S1, zawarte w § 14 niniejszej Uchwały.

Rozdział 2.

Ustalenia szczegółowe dla obszaru SZ

§ 11. 1. Dopuszczalną liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości w granicach obszaru SZ, określa § 8 ust. 4 niniejszej Uchwały.

2. Ustala się gabaryty dla następujących rodzajów szyldów sytuowanych w granicach obszaru SZ:

1) szyld równoległy – w formie:

a) tablicy pełnej lub z wyciętymi znakami w kontrze:

- o dopuszczalnej szerokości szyldu odpowiadającej szerokości otworu okiennego lub drzwiowego lub rozpiętości kilku otworów okiennych lub drzwiowych, z dopuszczeniem uwzględnienia szerokości opasek wokół tych otworów,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

b) znaków bez tła:

- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

c) płaskich znaków bez tła sytuowanych od strony wnętrza lokalu na przeszkleń w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleń,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na nieaźurowych fragmentach ogrodzenia lub nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m², z nakazem zachowania jednakowej wielkości i proporcji dla wszystkich szyldów w obrębie powierzchni ich sytuowania;

2) szyld semaforowy – w formie:

a) tablicy:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kutyh znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m²,
- o dopuszczalnej wysokości szyldu nie większej niż 1 m,

c) znaków bez tła – giętych lamp neonowych o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,

d) flag na wysięgnikach o dopuszczalnej szerokości flagi nie większej niż 1 m;

3) szyld wizytówkowy o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż formatu drobnego oraz z nakazem zachowania jednakowej wielkości dla wszystkich szyldów w obrębie obszaru ich sytuowania, przy czym obszary sytuowania o różnych kompozycjach szyldów wizytówkowych powinny znajdować się w odległości od siebie nie mniejszej niż 6 m;

4) szyld główny:

a) w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła,

b) o dopuszczalnej wysokości znaków:

- nie większej niż 0,7 m przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
- nie większej niż 1/15 wysokości sytuowania oraz nie większej niż 5 m wysokości, przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m.

3. Dla szyldów na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych nakazuje się stosowanie monochromatu, w szczególności sepji lub barw zaczerpniętych z obiektu, na którym są sytuowane.

4. W granicach obszaru SZ dopuszcza się sytuowanie na obiektach niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, z zachowaniem następujących zasad:

1) witacz wejściowy (inny niż w formie reklamy przenośnej):

- a) dopuszcza się witacz bezpośrednio przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku lub przy okienku sprzedażowym,
 - b) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,25 m²,
 - c) dopuszcza się wykonanie reklamy wyłącznie technikami plastycznymi,
 - d) dopuszcza się zastosowanie nie więcej niż dwóch barw;
- 2) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych:
- a) dopuszcza się wyłącznie dla wydarzeń okolicznościowych odbywających się w granicach obszaru SZ,
 - b) dopuszcza się sytuowanie na:
 - słupach oświetleniowych nie niższych niż 7 m,
 - na słupach trakcyjnych,
 - c) dopuszcza się w formie pionowych flag o szerokości nie większej niż 0,7 m sytuowanych na wysięgnikach zamontowanych na słupach oświetleniowych;
- 3) reklama na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinach markiz i parasoli oraz na innych elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, z wyłączeniem przegrodzeń (w tym donic),
 - b) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła,
 - c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
 - d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni, na której jest sytuowana,
 - e) nakazuje się stosowanie monochromatu, sepii lub barw zaczerpniętych z elewacji, na której są sytuowane określonych w projekcie budowlanym;
- 4) reklama na obiektach małej architektury innych niż wyposażenie ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła,
 - b) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
 - c) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 10% powierzchni, na której jest sytuowana,
 - d) nakazuje się stosowanie monochromatu, sepii lub barw zaczerpniętych z obiektu, na którym są sytuowane,
 - e) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem w kolorze czarnym, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt;
- 5) reklama typu A:
- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali lub o kolorze obiektu, na którym jest umieszczona,
 - b) dopuszcza się sytuowanie reklamy na:
 - ścianach przejść podziemnych,
 - kioskach ulicznych,
 - wiatach przystankowych,
 - toaletach publicznych oraz obiektach małej architektury,
 - pod warunkiem wkomponowania w podziały architektoniczne obiektu,

- c) dopuszcza się sytuowanie całości tablicy reklamowej w odległości nie większej niż 0,15 m od powierzchni sytuowania,
- d) nakazuje się zachowanie odległości od poziomu terenu do dolnej krawędzi powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie mniejszej niż 0,20 m,
- e) zakazuje się doświetlenia.

5. W granicach obszaru SZ dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących trwale związanych z gruntem dopuszcza się sytuowanie słupów reklamowych wyłącznie na powierzchni utwardzonej lub bezpośrednio przy krawędzi takiej powierzchni.

6. W granicach obszaru SZ dopuszcza się sytuowanie niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących przenośnych z zachowaniem następujących zasad:

1) witacz wejściowy:

- a) dopuszcza się witacz wejściowy w formie pulpitu o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,13 m² albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m² albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m²,
- b) dopuszcza się wyłącznie elementy konstrukcyjne drewniane, szklane i z prętów giętych (metaloplastyki),
- c) dopuszcza się wykonanie reklamy wyłącznie technikami plastycznymi, z wyłączeniem witacza w formie pulpitu,
- d) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w obrębie ogródków gastronomicznych,
- e) dopuszcza się eksponowanie jedynie w godzinach otwarcia lokalu;

2) flaga plażowa:

- a) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na terenie plaży,
- b) dopuszcza się o wysokości nie większej niż 3 m i szerokości nie większej niż 0,8 m,
- c) nakazuje się zastosowanie jednolitego koloru znaków w monochromacie,
- d) nakazuje się zastosowanie jednolitego tła w kolorze białym;

3) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe:

- a) dopuszcza się wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta,
- b) dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.

7. W granicach obszaru SZ w odniesieniu do elementów Systemu Informacji Lokalnej (SIL):

- 1) sytuowanie wyłącznie na słupach oświetleniowych o wysokości nie mniejszej niż 7 m i na słupach trakcyjnych, wyłącznie w formie pionowych tablic reklamowych o wymiarach 1,0 m na 0,7 m sytuowanych w ramie metalowej o kolorze słupa, na którym jest umieszczona (wraz z elementami mocowania), zamontowanej prostopadle do słupa.
- 2) wyłącznie w formie pionowych tablic reklamowych o wymiarach 1,0 m na 0,7 m sytuowanych w ramie metalowej o kolorze słupa, na którym jest umieszczona (wraz z elementami mocowania), zamontowanej prostopadle do słupa.

Rozdział 3.

Ustalenia szczegółowe dla obszaru S0

§ 12. 1. Dopuszczalną liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości w granicach obszaru S0, określa § 8 ust. 4 niniejszej Uchwały.

2. Ustala się gabaryty dla następujących rodzajów szyldów sytuowanych w granicach obszaru S0:

1) szyld równoległy – w formie:

- a) tablicy pełnej lub z wyciętymi znakami w kontrze:

- o dopuszczalnej szerokości szyldu odpowiadającej szerokości otworu okiennego lub drzwiowego lub rozpiętości kilku otworów okiennych lub drzwiowych, z dopuszczeniem uwzględnienia szerokości opasek wokół tych otworów,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

b) znaków bez tła:

- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

c) płaskich znaków bez tła sytuowanych od strony wnętrza lokalu na przeszkleń w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleń,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na nieaźurowych fragmentach ogrodzenia lub nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m², z nakazem zachowania jednakowej wielkości i proporcji dla wszystkich szyldów w obrębie powierzchni ich sytuowania;

2) szyld semaforowy – w formie:

a) tablicy:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kutyh znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m²,
- o dopuszczalnej wysokości szyldu nie większej niż 1 m,

c) znaków bez tła – giętyh lamp neonowych o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,

d) flag na wysięgnikach o dopuszczalnej szerokości flagi nie większej niż 1 m;

3) szyld wizytówkowy o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż formatu drobnego oraz z nakazem zachowania jednakowej wielkości dla wszystkich szyldów w obrębie obszaru ich sytuowania, przy czym obszary sytuowania o różnych kompozycjach szyldów wizytówkowych powinny znajdować się w odległości od siebie nie mniejszej niż 6 m;

4) szyld główny:

a) w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła,

b) o dopuszczalnej wysokości znaków:

- nie większej niż 0,7 m przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
- nie większej niż 1/15 wysokości sytuowania oraz nie większej niż 5 m wysokości, przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m.

3. W odniesieniu do szyldów na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych nakazuje się stosowanie monochromatu, w szczególności sepii lub barw zaczerpniętych z obiektu, na którym są sytuowane.

4. W granicach obszaru S0 dopuszcza się sytuowanie na obiektach niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, z zachowaniem następujących zasad:

1) reklama na siatce budowlanej:

a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na rusztowaniu przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie,

b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi:

- do 30% całkowitej powierzchni siatki, na obiektach budowlanych znajdujących się w rejestrze zabytków,
- do 60% całkowitej powierzchni siatki na pozostałych obiektach budowlanych znajdujących się w granicach obszaru,
- pod warunkiem graficznego odtworzenia całkowitej powierzchni pozostałych zakrytych fragmentów elewacji,

c) dopuszcza się sytuowanie reklamy na siatce budowlanej wyłącznie w trakcie prowadzenia robót budowlanych i na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy, z okresem karencji 5 lat od zakończenia poprzedniej ekspozycji reklamy na rusztowaniu przed tą samą elewacją;

2) reklama na przeszkleńiu:

a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleńiach na kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz i od strony tego wejścia lub od strony okienka sprzedażowego,

b) dopuszcza się sytuowanie reklamy, bezpośrednio na przeszkleńiu, od jego wewnętrznej strony, w formie:

- płaskich znaków bez tła,
- nieprzezierniej tablicy reklamowej o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,
- usytuowanych pojedynczo lub zgrupowanych ze sobą w sposób modułowy, w szczególności z uwzględnieniem jednolitych wymiarów, odstępów między nimi, wyrównania lub justowania, naklejek formatu drobnego, w szczególności zawierających informację o akceptowanych kartach płatniczych lub innych formach płatności, o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,

c) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 20% powierzchni przeszkleńia;

3) mural reklamowy:

a) dopuszcza się sytuowanie muralu na elewacji nieposiadającej okien lub posiadającej wyłącznie okna klatek schodowych,

b) dopuszcza się wyłącznie w formie znaków bez tła,

c) nakazuje się wykonanie muralu wyłącznie technikami plastycznymi,

d) zakazuje się sytuowania muralu na ścianach licowanych ceramiką (np. cegłą) lub drewnem;

4) witacz wejściowy (inny niż w formie reklamy przenośnej):

a) dopuszcza się witacz bezpośrednio przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku lub przy okienku sprzedażowym,

b) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,25 m²,

c) dopuszcza się wykonanie reklamy wyłącznie technikami plastycznymi,

d) dopuszcza się zastosowanie nie więcej niż dwóch barw;

5) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych:

a) dopuszcza się wyłącznie dla wydarzeń okolicznościowych odbywających się w granicach obszaru,

b) dopuszcza się sytuowanie na słupach oświetleniowych nie niższych niż 7 m,

c) dopuszcza się w formie pionowych flag o szerokości nie większej niż 0,7 m;

6) reklama na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych:

a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinach markiz i parasoli oraz na innych elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, z wyłączeniem przegrodzeń (w tym donic),

b) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła, w szczególności nazwy lub logotypu działalności albo nazwy lub logotypu sponsora obiektu wyposażenia ogródka,

c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,

- d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni, na której jest sytuowana,
 - e) nakazuje się stosowanie monochromatu, w szczególności sepii, bieli i czerni lub dominujących barw zaczerpniętych z elewacji, na której są sytuowane, np. określonych w aktualnym projekcie budowlanym;
- 7) reklama na obiektach małej architektury innych niż wyposażenie ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła,
 - b) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
 - c) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 10% powierzchni, na której jest sytuowana,
 - d) nakazuje się stosowanie monochromatu, sepii lub barw zaczerpniętych z obiektu, na którym są sytuowane,
 - e) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem w kolorze czarnym, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt;
- 8) reklama typu A:
- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali lub o kolorze obiektu, na którym jest umieszczona,
 - b) dopuszcza się sytuowanie reklamy na:
 - ścianach przejść podziemnych,
 - wiatkach przystankowych, z wyłączeniem ekranów świetlnych,
 - toaletach publicznych oraz obiektach małej architektury, z wyłączeniem ekranów świetlnych,
 - pod warunkiem wkomponowania w podziały architektoniczne obiektu,
 - c) dopuszcza się sytuowanie całości tablicy reklamowej w odległości nie większej niż 0,15 m od powierzchni sytuowania,
 - d) nakazuje się zachowanie odległości od poziomu terenu do dolnej krawędzi powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie mniejszej niż 0,20 m,
 - e) zakazuje się doświetlenia.

5. W granicach obszaru S0 dopuszcza się sytuowanie słupów reklamowych z zachowaniem następujących zasad:

- 1) sytuowanie wyłącznie na powierzchni utwardzonej lub bezpośrednio przy krawędzi takiej powierzchni,
- 2) zakazuje się podświetlenia i doświetlenia.

6. W graniach obszaru S0 dopuszcza się sytuowanie wymienionych niżej rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących przenośnych, z zachowaniem następujących zasad:

- 1) witacz wejściowy:
 - a) dopuszcza się witacz wejściowy w formie pulpitu o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,13 m² albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m² albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m²,
 - b) dopuszcza się wyłącznie elementy konstrukcyjne drewniane, szklane i z prętów giętych (metaloplastyki),
 - c) dopuszcza się wykonanie reklamy wyłącznie technikami plastycznymi, z wyłączeniem witacza w formie pulpitu,
 - d) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w obrębie ogródków gastronomicznych,
 - e) dopuszcza się eksponowanie jedynie w godzinach otwarcia lokalu;

2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe:

- a) dopuszcza się wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta,
- b) dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.

7. W odniesieniu do obiektów małej architektury:

- 1) dla elementów metalowych obiektów małej architektury, z wyłączeniem wyposażenia ogródków gastronomicznych, nakazuje się stosowanie barw naturalnych materiałów budowlanych o fakturze matowej, w szczególności koloru czarnego i grafitowego,
- 2) dla powierzchni drewnianych obiektów małej architektury, z wyłączeniem wyposażenia ogródków gastronomicznych, nakazuje się stosowanie naturalnego koloru drewna.

8. W odniesieniu do ogrodzeń:

- 1) dopuszcza się ogrodzenia pełne murowane;
- 2) zakazuje się ogrodzeń z przeseł panelowych wykonanych z prętów metalowych o średnicy mniejszej niż 0,01 m oraz z siatki.

Rozdział 4.

Ustalenia szczegółowe dla obszaru SR

§ 13. 1. Dopuszczalną liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości w granicach obszaru SR, określa § 8 ust. 4 niniejszej Uchwały.

2. Ustala się gabaryty dla następujących rodzajów szyldów sytuowanych w granicach obszaru SR:

1) szyld równoległy – w formie:

a) tablicy pełnej lub z wyciętymi znakami w kontrze:

- o dopuszczalnej szerokości szyldu odpowiadającej szerokości otworu okiennego lub drzwiowego lub rozpiętości kilku otworów okiennych lub drzwiowych, z dopuszczeniem uwzględnienia szerokości opasek wokół tych otworów,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

b) znaków bez tła:

- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

c) płaskich znaków bez tła sytuowanych od strony wnętrza lokalu na przeszkleń w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleń,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na niezauirowych fragmentach ogrodzenia, nad bramą w ogrodzeniu lub na pylonie zbiorczym dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m², z nakazem zachowania jednakowej wielkości i proporcji dla wszystkich szyldów w obrębie powierzchni ich sytuowania;

2) szyld semaforowy – w formie:

a) tablicy:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kutyh znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m²,

- o dopuszczalnej wysokości szyldu nie większej niż 1 m,
 - c) znaków bez tła – w formie giętych lamp neonowych o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,
 - d) kasetonu:
 - o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,3 m²,
 - o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,
 - e) flag na wysięgnikach o dopuszczalnej szerokości flagi nie większej niż 1 m;
- 3) szyld wizytówkowy o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż formatu drobnego oraz z nakazem zachowania jednakowej wielkości dla wszystkich szyldów w obrębie obszaru ich sytuowania, przy czym obszary sytuowania o różnych kompozycjach szyldów wizytówkowych powinny znajdować się w odległości od siebie nie mniejszej niż 6 m;
- 4) tablica wizytówkowa:
- a) dopuszcza się sytuowanie tablic wizytówkowych na ścianie,
 - b) dopuszcza się jedną tablicę, na każde udostępnione publicznie wejście do budynku, bezpośrednio przy tym wejściu,
 - c) nakazuje się sytuowanie tablicy równoległe do ściany,
 - d) dopuszczalna szerokość tablicy wynosi nie więcej niż szerokość jednego szyldu wizytówkowego lub kilku zgrupowanych szyldów wizytówkowych, wraz z jego/ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości szyldu,
 - e) dopuszczalna wysokość tablicy wynosi nie więcej niż 2 m,
 - f) dopuszcza się sytuowanie tablicy w odległości nie większej niż 0,15 m od ściany, przy której jest sytuowana,
 - g) dopuszcza się sytuowanie na materiałach szlachetnych i detalu architektonicznym wyłącznie w formie przeziernej tablicy mocowanej na kołkach dystansowych w sposób nieuszkodzający materiałów szlachetnych i detalu architektonicznego, w szczególności mocowany w fugach pomiędzy ceglami;
- 5) szyld główny:
- a) w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła,
 - b) o dopuszczalnej wysokości znaków:
 - nie większej niż 0,7 m przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
 - nie większej niż 1/15 wysokości sytuowania oraz nie większej niż 5 m wysokości, przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m.
3. Dla szyldów na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych nakazuje się stosowanie monochromatu, w szczególności sepii lub barw zaczerpniętych z obiektu, na którym są sytuowane.
4. W granicach obszaru SR dopuszcza się sytuowanie na obiektach niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy z zachowaniem następujących zasad:
- 1) reklama na siatce budowlanej:
- a) dopuszcza się sytuowanie na rusztowaniu przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie,
 - b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy :
 - do 30% całkowitej powierzchni siatki, na obiektach budowlanych znajdujących się w rejestrze zabytków, pod warunkiem graficznego odtworzenia całkowitej powierzchni pozostałych zakrytych fragmentów elewacji,
 - do 100% całkowitej powierzchni siatki na pozostałych obiektach budowlanych znajdujących się w granicach obszaru,

- c) sytuowanie reklamy na siatce budowlanej wyłącznie w trakcie prowadzenia robót budowlanych i na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy, z okresem karencji 5 lat od zakończenia poprzedniej ekspozycji reklamy na rusztowaniu przed tą samą elewacją;

2) reklama na przeszkleeniu:

- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleciach na kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz i od strony tego wejścia lub bezpośrednio przy okienku sprzedażowym,
- b) dopuszcza się sytuowanie reklamy, bezpośrednio na przeszkleeniu, od jego wewnętrznej strony, w formie:
 - płaskich znaków bez tła,
 - nieprzeziernych tablic reklamowych o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,
 - usytuowanych pojedynczo lub zgrupowanych ze sobą w sposób modułowy, w szczególności z uwzględnieniem jednolitych wymiarów, odstępów między nimi, wyrównania lub justowania, naklejek formatu drobnego, w szczególności zawierających informację o akceptowanych kartach płatniczych lub innych formach płatności, o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,
- c) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy - do 20% powierzchni przeszklecia;

3) mural reklamowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie muralu na elewacji nieposiadającej okien lub posiadającej wyłącznie okna klatek schodowych,
- b) dopuszcza się wyłącznie w formie znaków bez tła,
- c) nakazuje się wykonanie muralu wyłącznie technikami plastycznymi,
- d) zakazuje się sytuowanie muralu na ścianach licowanych ceramiką (np. cegłą) lub drewnem;

4) znaki bez tła (inne niż szyld):

- a) dopuszcza się znaki wyłącznie w formie nazwy, sygnetu lub logotypu działalności albo nazwy, sygnetu lub logotypu obiektu,
- b) dopuszcza się sytuowanie w sposób modułowy z ujednoliceniem materiałów budowlanych z jakich są wykonane, wyrównania lub wyjustowania, oraz interlinii:
 - w miejscu wskazanym pod sytuowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w projekcie budowlanym obiektu, zajmującym powierzchnię ekspozycji reklamy nie większą niż 30% powierzchni elewacji,
 - w odległości nie większej niż połowa wysokości znaku ponad górną krawędź elewacji lub ponad dach,
 - w obrębie najwyższej kondygnacji obiektu,
- c) nakazuje się stosowanie monochromatu, sepii lub barw zaczerpniętych z elewacji dla znaków sytuowanych powyżej parteru oraz ponad górną krawędzią elewacji,
- d) dopuszczalna wysokość znaków wynosi:
 - nie więcej niż 0,7 m – przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
 - 1/15 wysokości sytuowania, jednak nie więcej niż 5 m wysokości – przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m,
- e) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości nie mniejszej niż 10% wysokości znaku, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych;

5) witacz wejściowy (inny niż w formie reklamy przenośnej):

- a) dopuszcza się witacz bezpośrednio przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku lub przy okienku sprzedażowym,
- b) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,25 m²,
- c) dopuszcza się wykonanie reklamy wyłącznie technikami plastycznymi,

- d) dopuszcza się zastosowanie nie więcej niż dwóch barw;
- 6) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie dla wszystkich wydarzeń okolicznościowych,
- b) dopuszcza się sytuowanie na:
- słupach oświetleniowych nie niższych niż 7 m,
 - na słupach trakcyjnych,
- c) dopuszcza się w formie pionowych:
- flag o szerokości nie większej niż 0,7 m,
 - tablic reklamowych o wymiarach nie większych niż 0,7 m na 1 m sytuowanych w ramie metalowej zamontowanej prostopadle do słupa (oświetleniowego lub trakcyjnego);
- 7) reklama typu A
- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali lub o kolorze obiektu, na którym jest umieszczona,
- b) dopuszcza się sytuowanie reklamy na:
- ścianach przejść podziemnych,
 - kioskach ulicznych,
 - wiatach przystankowych,
 - toaletach publicznych oraz obiektach małej architektury,
 - pod warunkiem wkomponowania w podziały architektoniczne obiektu,
- c) dopuszcza się sytuowanie całości tablicy reklamowej w odległości nie większej niż 0,15 m od powierzchni sytuowania,
- d) nakazuje się zachowanie odległości od poziomu terenu do dolnej krawędzi powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie mniejszej niż 0,20 m,
- e) zakazuje się doświetlenia.
- 8) reklama na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinach markiz i parasoli oraz na innych elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, z wyłączeniem przegródzeń (w tym donic),
- b) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła, w szczególności nazwy lub logotypu działalności albo nazwy lub logotypu sponsora obiektu wyposażenia ogródka,
- c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
- d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni, na której jest sytuowana,
- e) nakazuje się stosowanie monochromatu, w szczególności sepii, bieli i czerni lub dominujących barw zaczerpniętych z elewacji, na której są sytuowane, np. określonych w aktualnym projekcie budowlanym;
- 9) reklama na obiektach małej architektury innych niż wyposażenie ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła,
- b) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
- c) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 10% powierzchni, na której jest sytuowana,

- d) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem w kolorze czarnym, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt,
- e) nakazuje się stosowanie monochromatu, sepii lub barw zaczerpniętych z obiektu, na którym są sytuowane;

10) baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt od 1 do 9:

- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy), do której nie przylega żaden obiekt lub płaszczyzna ściany innego budynku oraz o wysokości nie mniejszej niż 9 m, liczonej od poziomu terenu do wysokości dolnej krawędzi okapu dachu przy elewacji, na której sytuowana jest reklama,
- b) dopuszcza się wyłącznie w formie prostokąta,
- c) dopuszcza się sytuowanie dolnej krawędzi reklamy nie niżej niż 3 m nad poziomem terenu,
- d) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni elewacji oraz nie więcej niż 18 m²,
- e) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości odpowiadającej co najmniej 10% wysokości i szerokości elewacji, na której jest sytuowana, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych,
- f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli.

5. W granicach obszaru SR dopuszcza się sytuowanie niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących trwale związanych z gruntem, z zachowaniem następujących zasad:

1) słup reklamowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na powierzchni utwardzonej lub bezpośrednio przy krawędzi takiej powierzchni,
- b) zakazuje się doświetlenia;

2) reklama typu A:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,
- b) powierzchnia służąca ekspozycji reklam powinna się znajdować nie niżej niż 0,2 m nad poziomem terenu,
- c) zakazuje się doświetlenia;

3) pylon wizytówkowy:

- a) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż szerokość dwóch tabliczek formatu drobnego wraz z ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości tabliczki (od krawędzi tabliczki do zewnętrznej krawędzi pylonu),
- b) dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 2 m;

4) pylon zbiorczy:

- a) dopuszcza się sytuowanie pylonu w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność w odległości nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku z pasem drogowym nieruchomości albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- b) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi do 2 m,
- c) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż 2/5 wysokości pylonu;

5) pylon cenowy:

- a) dopuszcza się pylon w formie jedno- lub dwustronnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,

- b) dopuszcza się sytuowanie pylonu na nieruchomościach stacji paliw lub w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- c) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi nie więcej niż 6 m.

6. W graniach obszaru SR dopuszcza się sytuowanie niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących przenośnych z zachowaniem następujących zasad:

1) witacz wejściowy:

- a) dopuszcza się witacz wejściowy w formie pulpitu o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,13 m² albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m² albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m²,
- b) dopuszcza się wyłącznie elementy konstrukcyjne drewniane, szklane i z prętów giętych (metaloplastyki),
- c) dopuszcza się wykonanie reklamy wyłącznie technikami plastycznymi, z wyłączeniem witacza w formie pulpitu,
- d) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w obrębie ogródków gastronomicznych,
- e) dopuszcza się eksponowanie jedynie w godzinach otwarcia lokalu;

2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe:

- a) dopuszcza się wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta,
- b) dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.

7. W granicach obszaru SR w odniesieniu do reklamy wyborczej:

1) dopuszcza się sytuowanie:

a) na urządzeniach wyborczych – w formie:

- plakatów na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm,
- banerów, o wymiarach i usytuowaniu wyrównanych do modułów konstrukcyjnych urządzeń wyborczych,

b) na ażurowych balustradach wygrodzeń lub barier w pasach drogowych – w formie:

- tablic na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm oraz o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7 m,
- banerów o wymiarach 1,5 m na 0,9 m usytuowanych w sposób wyrównany do modułów balustrady,

c) na przeszkleniach obiektów – w formie papierowych plakatów o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7 m;

2) zakazuje się sytuowania na słupach trakcyjnych i oświetleniowych.

8. W granicach obszaru SR w odniesieniu do elementów Systemu Informacji Lokalnej (SIL):

- 1) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na słupach oświetleniowych o wysokości nie mniejszej niż 7 m i na słupach trakcyjnych;
- 2) dopuszcza się wyłącznie w formie pionowych tablic reklamowych o wymiarach 1,0 m na 0,7 m sytuowanych w ramie metalowej o kolorze słupa, na którym jest umieszczona (wraz z elementami mocowania), zamontowanej prostopadle do słupa.

9. Ustala się szczegółowe zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

- 1) dopuszcza się ogrodzenia pełne murowane;
- 2) zakazuje się ogrodzeń z przęsł panelowych wykonanych z prętów metalowych o średnicy mniejszej niż 0,01 m oraz z siatki.

Rozdział 5.

Ustalenia szczegółowe dla obszaru S1

§ 14. 1. Dopuszczalną liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości w granicach obszaru S1, określa § 8 ust. 4 niniejszej Uchwały.

2. Ustala się gabaryty dla następujących rodzajów szyldów sytuowanych w granicach obszaru S1:

1) szyld równoległy – w formie:

a) tablicy pełnej lub z wyciętymi znakami w kontrze:

- o dopuszczalnej szerokości szyldu odpowiadającej szerokości otworu okiennego lub drzwiowego lub rozpiętości kilku otworów okiennych lub drzwiowych, z dopuszczeniem uwzględnienia szerokości opasek wokół tych otworów,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

b) znaków bez tła:

- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

c) płaskich znaków bez tła sytuowanych od strony wnętrza lokalu na przeszkleń w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleń,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na niezaizolowanych fragmentach ogrodzenia lub nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m², z nakazem zachowania jednakowej wielkości i proporcji dla wszystkich szyldów w obrębie powierzchni ich sytuowania;

2) szyld semaforowy – w formie:

a) tablicy:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kątów znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m²,
- o dopuszczalnej wysokości szyldu nie większej niż 1 m,

c) znaków bez tła – giętych lamp neonowych o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,

d) kasetonu:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,3 m²,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,

e) flag na wysięgnikach o dopuszczalnej szerokości flagi nie większej niż 1 m;

3) szyld wizytówkowy o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż formatu drobnego oraz z nakazem zachowania jednakowej wielkości dla wszystkich szyldów w obrębie obszaru ich sytuowania, przy czym obszary sytuowania o różnych kompozycjach szyldów wizytówkowych powinny znajdować się w odległości od siebie nie mniejszej niż 6 m;

4) tablica wizytówkowa:

a) dopuszcza się sytuowanie tablic wizytówkowych na ścianie,

- b) dopuszcza się jedną tablicę, na każde udostępnione publicznie wejście do budynku, bezpośrednio przy tym wejściu,
- c) nakazuje się sytuowanie tablicy równoległe do ściany,
- d) dopuszczalna szerokość tablicy wynosi nie więcej niż szerokość jednego szyldu wizytówkowego lub kilku zgrupowanych szyldów wizytówkowych, wraz z jego/ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości szyldu,
- e) dopuszczalna wysokość tablicy wynosi nie więcej niż 2 m,
- f) dopuszcza się sytuowanie tablicy w odległości nie większej niż 0,15 m od ściany, przy której jest sytuowana,
- g) dopuszcza się sytuowanie na materiałach szlachetnych i detalu architektonicznym wyłącznie w formie przezierniej tablicy mocowanej na kołkach dystansowych w sposób nieuszkodzający materiałów szlachetnych i detalu architektonicznego, w szczególności mocowany w fugach pomiędzy ceglami;

5) szyld główny:

- a) w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła,
- b) o dopuszczalnej wysokości znaków:
 - nie większej niż 0,7 m przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
 - nie większej niż 1/15 wysokości sytuowania oraz nie większej niż 5 m wysokości, przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m.

3. W granicach obszaru S1 dopuszcza się sytuowanie na obiektach niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, z zachowaniem następujących zasad:

1) reklama na siatce budowlanej:

- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na rusztowaniu przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie,
- b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi:
 - do 30% całkowitej powierzchni siatki, na obiektach budowlanych znajdujących się w rejestrze zabytków, pod warunkiem graficznego odtworzenia całkowitej powierzchni pozostałych zakrytych fragmentów elewacji w skali dopasowanej do wielkości rusztowania z danej strony,
 - do 100% całkowitej powierzchni siatki na pozostałych obiektach budowlanych,
- c) dopuszcza się sytuowanie reklamy na siatce budowlanej wyłącznie w trakcie prowadzenia robót budowlanych i na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy, z okresem karencji 5 lat od zakończenia poprzedniej ekspozycji reklamy na rusztowaniu przed tą samą elewacją;

2) reklama na przeszkleniu:

- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleniach na kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz i od strony tego wejścia lub bezpośrednio przy okienku sprzedażowym,
- b) dopuszcza się sytuowanie reklamy, bezpośrednio na przeszkleniu, od jego wewnętrznej strony, w formie:
 - płaskich znaków bez tła,
 - nieprzezierniej tablicy reklamowej o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,
 - usytuowanych pojedynczo lub zgrupowanych ze sobą w sposób modułowy, w szczególności z uwzględnieniem jednolitych wymiarów, odstępów między nimi, wyrównania lub justowania, naklejek formatu drobnego, w szczególności zawierających informację o akceptowanych kartach płatniczych lub innych formach płatności, o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,
- c) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni przeszklenia;

3) mural reklamowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie muralu na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy),
 - b) zakazuje się sytuowania muralu w parterze,
 - c) nakazuje się wykonanie muralu wyłącznie technikami plastycznymi,
 - d) zakazuje się sytuowanie muralu na ścianach licowanych ceramiką (np. cegłą) lub drewnem,
 - e) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 60% powierzchni elewacji;
- 4) znaki bez tła (inne niż szyld):
- a) dopuszcza się znaki wyłącznie w formie nazwy, sygnetu lub logotypu działalności albo nazwy, sygnetu lub logotypu obiektu,
 - b) dopuszcza się sytuowanie w sposób modułowy z ujednoliceniem materiałów budowlanych z jakich są wykonane, wyrównania lub wyjustowania, oraz interlinii:
 - w miejscu wskazanym pod sytuowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w projekcie budowlanym obiektu, zajmującym powierzchnię ekspozycji reklamy nie większą niż 30% powierzchni elewacji,
 - w odległości nie większej niż połowa wysokości znaku ponad górną krawędź elewacji lub ponad dach,
 - w obrębie najwyższej kondygnacji obiektu,
 - c) nakazuje się stosowanie monochromatu, sepii lub barw zaczerpniętych z elewacji dla znaków sytuowanych powyżej parteru oraz ponad górną krawędzią elewacji,
 - d) dopuszczalna wysokość znaków wynosi:
 - nie więcej niż 0,7 m – przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
 - 1/15 wysokości sytuowania, jednak nie więcej niż 5 m wysokości – przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m,
 - e) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości nie mniejszej niż 10% wysokości znaku, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych;
- 5) witacz wejściowy (inny niż w formie reklamy przenośnej):
- a) dopuszcza się witacz bezpośrednio przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku lub przy okienku sprzedażowym,
 - b) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,25 m²;
- 6) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie dla wszystkich wydarzeń okolicznościowych,
 - b) dopuszcza się sytuowanie na:
 - słupach oświetleniowych nie niższych niż 7 m,
 - na słupach trakcyjnych,
 - na szafkach technicznych,
 - c) dopuszcza się w formie pionowych:
 - flag o szerokości nie większej niż 0,7 m sytuowanych na wysięgnikach zamontowanych na słupach oświetleniowych,
 - tablic reklamowych o wymiarach nie większych niż 0,7 m na 1 m sytuowanych w ramie metalowej zamontowanej prostopadle do słupa (oświetleniowego lub trakcyjnego) lub styknie do szafki technicznej;
- 7) reklama typu A:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali lub o kolorze obiektu, na którym jest umieszczona,
 - b) dopuszcza się sytuowanie reklamy na:
 - ścianach przejść podziemnych,
 - kioskach ulicznych,
 - wiatkach przystankowych,
 - toaletach publicznych oraz obiektach małej architektury,
 - pod warunkiem wkomponowania w podziały architektoniczne obiektu,
 - c) dopuszcza się sytuowanie powierzchni służącej ekspozycji reklamy w odległości nie większej niż 0,15 m od powierzchni sytuowania,
 - d) nakazuje się zachowanie odległości od poziomu terenu do dolnej krawędzi powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie mniejszej niż 0,20 m,
 - e) zakazuje się doświetlenia;
- 8) reklama na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinach markiz i parasoli oraz na innych elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, z wyłączeniem przegrodzeń (w tym donic),
 - b) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła, w szczególności nazwy lub logotypu działalności albo nazwy lub logotypu sponsora obiektu wyposażenia ogródka,
 - c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
 - d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni, na której jest sytuowana;
- 9) reklama na obiektach małej architektury innych niż wyposażenie ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła,
 - b) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
 - c) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 10% powierzchni, na której jest sytuowana,
 - d) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem w kolorze czarnym, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt;
- 10) baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt od 1 do 9:
- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy), do której nie przylega żaden obiekt lub płaszczyzna ściany innego budynku oraz o wysokości nie mniejszej niż 9 m, liczonej od poziomu terenu do wysokości dolnej krawędzi okapu dachu przy elewacji, na której sytuowana jest reklama,
 - b) dopuszcza się wyłącznie w formie prostokąta,
 - c) dopuszcza się sytuowanie dolnej krawędzi reklamy nie niżej niż 3 m nad poziomem terenu,
 - d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 60% powierzchni elewacji,
 - e) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości odpowiadającej co najmniej 10% wysokości i szerokości elewacji, na której jest sytuowana, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych,
 - f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli.

4. W granicach obszaru S1 dopuszcza się sytuowanie niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących trwale związanych z gruntem z zachowaniem następujących zasad:

1) słup reklamowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na powierzchni utwardzonej lub bezpośrednio przy krawędzi takiej powierzchni,
- b) dopuszcza się podświetlenie;

2) reklama typu A:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,
- b) powierzchnia służąca ekspozycji reklam powinna się znajdować nie niżej niż 0,2 m nad poziomem terenu,
- c) zakazuje się doświetlenia;

3) pylon wizytówkowy:

- a) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż szerokość dwóch tabliczek formatu drobnego wraz z ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości tabliczki (od krawędzi tabliczki do zewnętrznej krawędzi pylonu),
- b) dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 3 m;

4) pylon zbiorczy:

- a) dopuszcza się sytuowanie pylonu w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność w odległości nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku z pasem drogowym nieruchomości albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- b) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi do 4,5 m,
- c) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż 2/5 wysokości pylonu;

5) pylon cenowy:

- a) dopuszcza się pylon w formie jedno- lub dwustronnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,
- b) dopuszcza się sytuowanie pylonu na nieruchomościach stacji paliw lub w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- c) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi nie więcej niż 6 m.

5. W granicach obszaru S1 dopuszcza się sytuowanie niżej określonych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących przenośnych, z zachowaniem następujących zasad:

1) witacz wejściowy:

- a) dopuszcza się witacz wejściowy w formie pulpitu o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,13 m² albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m² albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m²,
- b) dopuszcza się wyłącznie elementy konstrukcyjne drewniane, szklane i z prętów giętych (metaloplastyki),
- c) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w obrębie ogródków gastronomicznych,
- d) dopuszcza się eksponowanie jedynie w godzinach otwarcia lokalu;

2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe:

- a) dopuszcza się wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta,
- b) dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.

6. W granicach obszaru S1 w odniesieniu do reklamy wyborczej:

1) dopuszcza się sytuowanie:

a) na urządzeniach wyborczych – w formie:

- plakatów na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm,
- banerów, o wymiarach i usytuowaniu wyrównanych do modułów konstrukcyjnych urządzeń wyborczych,

b) na ażurowych balustradach wygrodzeń lub barier w pasach drogowych – w formie:

- tablic na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm oraz o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7 m,
- banerów o wymiarach 1,5 m na 0,9 m usytuowanych w sposób wyrównany do modułów balustrady,

c) na przeszkleniach obiektów – w formie papierowych plakatów o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7 m;

2) zakazuje się sytuowania na słupach trakcyjnych i oświetleniowych.

7. W granicach obszaru S1 w odniesieniu do elementów Systemu Informacji Lokalnej (SIL):

1) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na słupach oświetleniowych o wysokości nie mniejszej niż 7 m i na słupach trakcyjnych,

2) dopuszcza się wyłącznie w formie pionowych tablic reklamowych o wymiarach 1,0 m na 0,7 m sytuowanych w ramie metalowej o kolorze słupa, na którym jest umieszczona (wraz z elementami mocowania), zamontowanej prostopadle do słupa.

Rozdział 6.

Ustalenia szczegółowe dla obszaru S2

§ 15. 1. Dopuszczalną liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości w granicach obszaru S2, określa § 8 ust. 4 niniejszej Uchwały.

2. Ustala się gabaryty dla następujących rodzajów szyldów sytuowanych w granicach obszaru S2:

1) szyld równoległy – w formie:

a) tablicy pełnej lub z wyciętymi znakami w kontrze:

- o dopuszczalnej szerokości szyldu odpowiadającej szerokości otworu okiennego lub drzwiowego lub rozpiętości kilku otworów okiennych lub drzwiowych, z dopuszczeniem uwzględnienia szerokości opasek wokół tych otworów,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

b) znaków bez tła:

- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

c) płaskich znaków bez tła sytuowanych od strony wnętrza lokalu na przeszkleń w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleń,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na nieażyrowych fragmentach ogrodzenia, nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m², z nakazem zachowania jednakowej wielkości i proporcji dla wszystkich szyldów w obrębie powierzchni ich sytuowania;

2) szyld semaforowy – w formie:

a) tablicy:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²

- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kutek znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m²,
- o dopuszczalnej wysokości szyldu nie większej niż 1 m,

c) znaków bez tła – giętych lamp neonowych,

d) kasetonu:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,3 m²,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,

e) flag na wysięgnikach o dopuszczalnej szerokości flagi nie większej niż 1 m;

3) szyld wizytówkowy o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż formatu drobnego oraz z nakazem zachowania jednakowej wielkości dla wszystkich szyldów w obrębie obszaru ich sytuowania, przy czym obszary sytuowania o różnych kompozycjach szyldów wizytówkowych powinny znajdować się w odległości od siebie nie mniejszej niż 6m;

4) tablica wizytówkowa:

- a) dopuszcza się sytuowanie tablic wizytówkowych na ścianie,
- b) dopuszcza się jedną tablicę, na każde udostępnione publicznie wejście do budynku, bezpośrednio przy tym wejściu,
- c) nakazuje się sytuowanie tablicy równolegle do ściany,
- d) dopuszczalna szerokość tablicy wynosi nie więcej niż szerokość jednego szyldu wizytówkowego lub kilku zgrupowanych szyldów wizytówkowych, wraz z jego/ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości szyldu,
- e) dopuszczalna wysokość tablicy wynosi nie więcej niż 2 m,
- f) dopuszcza się sytuowanie tablicy w odległości nie większej niż 0,15 m od ściany, przy której jest sytuowana,
- g) dopuszcza się sytuowanie na materiałach szlachetnych i detalu architektonicznym wyłącznie w formie przeziernych tablic mocowanej na kołkach dystansowych w sposób nieuszkadzający materiałów szlachetnych i detalu architektonicznego, w szczególności mocowany w fugach pomiędzy ceglami;

5) szyld główny:

- a) w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła,
- b) o dopuszczalnej wysokości znaków:
 - nie większej niż 0,7 m przy wysokości sytuowania do 10,5m,
 - nie większej niż 1/15 wysokości sytuowania oraz nie większej niż 5m wysokości, przy wysokości powyżej 10,5m.

3. W granicach obszaru S2 dopuszcza się sytuowanie na obiektach niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, z zachowaniem następujących zasad:

1) reklama na siatce budowlanej:

- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na rusztowaniu przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie,
- b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi:
 - do 30% całkowitej powierzchni siatki, na obiektach budowlanych znajdujących się w rejestrze zabytków, pod warunkiem graficznego odtworzenia całkowitej powierzchni pozostałych zakrytych fragmentów elewacji w skali dopasowanej do wielkości rusztowania z danej strony,

- do 100% całkowitej powierzchni siatki na pozostałych obiektach budowlanych,

c) dopuszcza się sytuowanie reklamy na siatce budowlanej wyłącznie w trakcie prowadzenia robót budowlanych i na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy, z okresem karencji 5 lat od zakończenia poprzedniej ekspozycji reklamy na rusztowaniu przed tą samą elewacją;

2) reklama na przeszkleniu:

a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleniach na kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz i od strony tego wejścia lub bezpośrednio przy okienku sprzedażowym,

b) dopuszcza się sytuowanie reklamy, bezpośrednio na przeszkleniu, od jego wewnętrznej strony, w formie:

- płaskich znaków bez tła,

- nieprzezierniej tablicy reklamowej o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,

- usytuowanych pojedynczo lub zgrupowanych ze sobą w sposób modułowy, w szczególności z uwzględnieniem jednolitych wymiarów, odstępów między nimi, wyrównania lub justowania, naklejek formatu drobnego, w szczególności zawierających informację o akceptowanych kartach płatniczych lub innych formach płatności, o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,

c) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni przeszklenia;

3) mural reklamowy:

a) dopuszcza się sytuowanie muralu na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy),

b) zakazuje się sytuowania muralu w parterze,

c) nakazuje się wykonanie muralu wyłącznie technikami plastycznymi,

d) zakazuje się sytuowanie muralu na ścianach licowanych ceramiką (np. cegłą) lub drewnem;

4) znaki bez tła (inne niż szyld):

a) dopuszcza się znaki wyłącznie w formie nazwy, sygnetu lub logotypu działalności albo nazwy, sygnetu lub logotypu obiektu,

b) dopuszcza się sytuowanie w sposób modułowy z ujednoliceniem materiałów budowlanych z jakich są wykonane, wyrównania lub wyjustowania, oraz interlinii:

- w miejscu wskazanym pod sytuowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w projekcie budowlanym obiektu, zajmującym powierzchnię ekspozycji reklamy nie większą niż 30% powierzchni elewacji,

- w odległości nie większej niż połowa wysokości znaku ponad górną krawędź elewacji lub ponad dach,

- w obrębie najwyższej kondygnacji obiektu,

c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi:

- nie więcej niż 0,7 m – przy wysokości sytuowania do 10,5 m,

- 1/15 wysokości sytuowania, jednak nie więcej niż 5 m wysokości – przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m,

d) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości nie mniejszej niż 10% wysokości znaku, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych;

5) kaseton (inny niż szyld):

a) dopuszcza się kaseton wyłącznie w formie tablicy z nazwą lub logo działalności albo nazwą lub logo obiektu,

b) dopuszcza się sytuowanie kasetonu na budynkach o wysokości większej niż 40 m, ponad oknami ich najwyższej kondygnacji, poziomo i równoległe do krawędzi dachu,

c) dopuszczalna odległość powierzchni służącej ekspozycji reklamy od lica ściany wynosi nie więcej niż 0,2 m,

- d) dopuszczalna wysokość kasetonu wynosi nie więcej niż 5% wysokości jego sytuowania nad poziomem terenu,
 - e) nakazuje się by szerokość kasetonu była równa szerokości elewacji,
 - f) nakazuje się zastosowanie jednolitego tła reklamy w kolorze elewacji lub białym;
- 6) witacz wejściowy (inny niż w formie reklamy przenośnej):
- a) dopuszcza się sytuowanie witacza wyłącznie bezpośrednio przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku lub przy okienku sprzedażowym,
 - b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,7 m²;
- 7) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie dla wszystkich wydarzeń okolicznościowych,
 - b) dopuszcza się sytuowanie na:
 - słupach oświetleniowych nie niższych niż 7 m,
 - na słupach trakcyjnych,
 - na szafkach technicznych,
 - c) dopuszcza się w formie pionowych:
 - flag o szerokości nie większej niż 0,7 m sytuowanych na wysięgnikach zamontowanych na słupach oświetleniowych,
 - tablic reklamowych o wymiarach nie większych niż 0,7 m na 1 m sytuowanych w ramie metalowej zamontowanej prostopadle do słupa (oświetleniowego lub trakcyjnego) lub stycznie do szafki technicznej;
- 8) reklama typu A:
- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali lub o kolorze obiektu, na którym jest umieszczona,
 - b) dopuszcza się sytuowanie reklamy na:
 - ścianach przejść podziemnych,
 - kioskach ulicznych,
 - wiatach przystankowych,
 - toaletach publicznych oraz obiektach małej architektury,– pod warunkiem wkomponowania w podziały architektoniczne obiektu,
 - c) dopuszcza się sytuowanie powierzchni służącej ekspozycji reklamy w odległości nie większej niż 0,15 m od powierzchni sytuowania,
 - d) nakazuje się zachowanie odległości od poziomu terenu do dolnej krawędzi powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie mniejszej niż 0,20 m,
 - e) zakazuje się doświetlenia;
- 9) reklama na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinach markiz i parasoli oraz na innych elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, z wyłączeniem przegrodzeń (w tym donic),
 - b) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła, w szczególności nazwy lub logotypu działalności albo nazwy lub logotypu sponsora obiektu wyposażenia ogródka,
 - c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,

d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni, na której jest sytuowana;

10) reklama na obiektach małej architektury innych niż wyposażenie ogródków gastronomicznych:

a) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła,

b) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,

c) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 10% powierzchni, na której jest sytuowana,

d) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem w kolorze czarnym, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt;

11) baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt. od 1 do 10:

a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy), do której nie przylega żaden obiekt lub płaszczyzna ściany innego budynku oraz o wysokości nie mniejszej niż 9 m, liczonej od poziomu terenu do wysokości dolnej krawędzi okapu dachu przy elewacji, na której sytuowana jest reklama,

b) dopuszcza się wyłącznie w formie prostokąta,

c) dopuszcza się sytuowanie dolnej krawędzi reklamy nie niżej niż 3 m nad poziomem terenu,

d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 60% powierzchni elewacji,

e) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości odpowiadającej co najmniej 10% wysokości i szerokości elewacji, na której jest sytuowana, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych,

f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli.

4. W granicach obszaru S2 dopuszcza się sytuowanie niżej określonych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących trwale związanych z gruntem, z zachowaniem następujących zasad:

1) słup reklamowy:

a) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na powierzchni utwardzonej lub bezpośrednio przy krawędzi takiej powierzchni,

b) dopuszcza się podświetlenie;

2) reklama typu A:

a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,

b) powierzchnia służąca ekspozycji reklam powinna się znajdować nie niżej niż 0,2 m nad poziomem terenu,

c) zakazuje się doświetlenia;

3) reklama typu B:

a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,

b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio:

- do 14 m od krawędzi jezdni,

- nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne,

- nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości (na której jest sytuowana) z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy,

- c) nakazuje się sytuowanie reklam prostopadle do najbliższej osi jezdni,
- d) dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 7 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu,
- e) zakazuje się doświetlenia,
- f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli;

4) pylon wizytówkowy:

- a) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż szerokość dwóch tabliczek formatu drobnego wraz z ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości tabliczki (od krawędzi tabliczki do zewnętrznej krawędzi pylonu),
- b) dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 3 m;

5) pylon zbiorczy:

- a) dopuszcza się sytuowanie pylonu w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność w odległości nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku z pasem drogowym nieruchomości albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- b) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi do 6 m,
- c) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż 2/5 wysokości pylonu;

6) pylon cenowy:

- a) dopuszcza się pylon w formie jedno- lub dwustronnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,
- b) dopuszcza się sytuowanie pylonu na nieruchomościach stacji paliw lub w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- c) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi nie więcej niż 8 m;

7) maszt flagowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie masztu flagowego w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność,
- b) dopuszczalna wysokość masztu wynosi do 9 m.

5. W granicach obszaru S2 dopuszcza się sytuowanie niżej określonych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących przenośnych, z zachowaniem następujących zasad:

1) witacz wejściowy:

- a) dopuszcza się witacz wejściowy w formie pulpitu o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,13 m² albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m² albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m²,
- b) dopuszcza się wyłącznie elementy konstrukcyjne drewniane, szklane i z prętów giętych (metaloplastyki),
- c) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w obrębie ogródków gastronomicznych,
- d) dopuszcza się eksponowanie jedynie w godzinach otwarcia lokalu;

2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe:

- a) dopuszcza się wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta,
- b) dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.

6. W granicach obszaru S2 w odniesieniu do reklamy wyborczej:

1) dopuszcza się sytuowanie:

- a) na urządzeniach wyborczych – w formie:

- plakatów na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm,
- banerów, o wymiarach i usytuowaniu wyrównanych do modułów konstrukcyjnych urządzeń wyborczych,

b) na ażurowych balustradach wygrodzeń lub barier w pasach drogowych – w formie:

- tablic na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm oraz o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7 m,
- banerów o wymiarach 1,5 m na 0,9 m usytuowanych w sposób wyrównany do modułów balustrady,

c) na przeszkleniach obiektów – w formie papierowych plakatów o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7 m;

2) zakazuje się sytuowania na słupach trakcyjnych i oświetleniowych.

7. W granicach obszaru S2 w odniesieniu do elementów Systemu Informacji Lokalnej (SIL):

- 1) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na słupach oświetleniowych o wysokości nie mniejszej niż 7 m i na słupach trakcyjnych,
- 2) dopuszcza się wyłącznie w formie pionowych tablic reklamowych o wymiarach 1,0 m na 0,7 m sytuowanych w ramie metalowej o kolorze słupa, na którym jest umieszczona (wraz z elementami mocowania), zamontowanej prostopadle do słupa.

Rozdział 7.

Ustalenia szczegółowe dla obszaru SI

§ 16. 1. Dopuszczalną liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości w granicach obszaru SI, określa § 8 ust. 4 niniejszej Uchwały.

2. Ustala się gabaryty dla następujących rodzajów szyldów sytuowanych w granicach obszaru SI:

1) szyld równoległy – w formie:

a) tablicy pełnej lub z wyciętymi znakami w kontrze:

- o dopuszczalnej szerokości szyldu odpowiadającej szerokości otworu okiennego lub drzwiowego lub rozpiętości kilku otworów okiennych lub drzwiowych, z dopuszczeniem uwzględnienia szerokości opasek wokół tych otworów,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

b) znaków bez tła:

- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

c) płaskich znaków bez tła sytuowanych od strony wnętrza lokalu na przeszkleń w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleń,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na nieażurowych fragmentach ogrodzenia lub nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m², z nakazem zachowania jednakowej wielkości i proporcji dla wszystkich szyldów w obrębie powierzchni ich sytuowania;

2) szyld semaforowy – w formie:

a) tablicy:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kutek znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m²,
- o dopuszczalnej wysokości szyldu nie większej niż 1 m,

c) znaków bez tła – giętych lamp neonowych,

d) kasetonu:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,3 m²,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,

e) flag na wysięgnikach o dopuszczalnej szerokości flagi nie większej niż 1 m;

3) szyld wizytówkowy o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż formatu drobnego oraz z nakazem zachowania jednakowej wielkości dla wszystkich szyldów w obrębie obszaru ich sytuowania, przy czym obszary sytuowania o różnych kompozycjach szyldów wizytówkowych powinny znajdować się w odległości od siebie nie mniejszej niż 6 m;

4) tablica wizytówkowa:

a) dopuszcza się sytuowanie tablic wizytówkowych na ścianie,

b) dopuszcza się jedną tablicę, na każde udostępnione publicznie wejście do budynku, bezpośrednio przy tym wejściu,

c) nakazuje się sytuowanie tablicy równolegle do ściany,

d) dopuszczalna szerokość tablicy wynosi nie więcej niż szerokość jednego szyldu wizytówkowego lub kilku zgrupowanych szyldów wizytówkowych, wraz z jego/ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości szyldu,

e) dopuszczalna wysokość tablicy wynosi nie więcej niż 2 m,

f) dopuszcza się sytuowanie tablicy w odległości nie większej niż 0,15 m od ściany, przy której jest sytuowana,

g) dopuszcza się sytuowanie na materiałach szlachetnych i detalu architektonicznym wyłącznie w formie przezierniej tablicy mocowanej na kołkach dystansowych w sposób nieuszkodzający materiałów szlachetnych i detalu architektonicznego, w szczególności mocowany w fugach pomiędzy ceglami;

5) szyld główny:

a) w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła (także w formie ekranu świetlnego),

b) o dopuszczalnej wysokości znaków nie większej niż 1/5 wysokości sytuowania.

3. W granicach obszaru SI dopuszcza się sytuowanie na obiektach niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, z zachowaniem następujących zasad:

1) reklama na siatce budowlanej:

a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na rusztowaniu przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie,

b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi:

- do 30% całkowitej powierzchni siatki, na obiektach budowlanych znajdujących się w rejestrze zabytków, pod warunkiem graficznego odtworzenia całkowitej powierzchni pozostałych zakrytych fragmentów elewacji w skali dopasowanej do wielkości rusztowania z danej strony,
- do 100% całkowitej powierzchni siatki na pozostałych obiektach budowlanych,

c) dopuszcza się sytuowanie reklamy na siatce budowlanej wyłącznie w trakcie prowadzenia robót budowlanych i na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy, z okresem karencji 5 lat od zakończenia poprzedniej ekspozycji reklamy na rusztowaniu przed tą samą elewacją;

2) reklama na przeszkleniu:

- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleniach na kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz i od strony tego wejścia lub bezpośrednio przy okienku sprzedażowym,
- b) dopuszcza się sytuowanie reklamy, bezpośrednio na przeszkleń, od jego wewnętrznej strony, w formie:
- płaskich znaków bez tła,
 - nieprzeziernych tablic reklamowych o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,
 - usytuowanych pojedynczo lub zgrupowanych ze sobą w sposób modułowy, w szczególności z uwzględnieniem jednolitych wymiarów, odstępów między nimi, wyrównania lub justowania, naklejek formatu drobnego, w szczególności zawierających informację o akceptowanych kartach płatniczych lub innych formach płatności, o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,
- c) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni przeszkleń;
- 3) znaki bez tła (inne niż szyld):
- a) dopuszcza się znaki wyłącznie w formie nazwy, sygnetu lub logotypu działalności albo nazwy, sygnetu lub logotypu obiektu,
- b) dopuszcza się sytuowanie w sposób modułowy z ujednoliceniem materiałów budowlanych z jakich są wykonane, wyrównania lub wyjustowania, oraz interlinii:
- w miejscu wskazanym pod sytuowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w projekcie budowlanym obiektu, zajmującym powierzchnię ekspozycji reklamy nie większą niż 30% powierzchni elewacji,
 - w odległości nie większej niż połowa wysokości znaku ponad górną krawędź elewacji lub ponad dach,
 - w obrębie najwyższej kondygnacji obiektu,
- c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi:
- nie więcej niż 0,7 m – przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
 - 1/15 wysokości sytuowania, jednak nie więcej niż 5 m wysokości – przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m,
- d) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości nie mniejszej niż 10% wysokości znaku, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych;
- 4) kaseton (inny niż szyld):
- a) dopuszcza się kaseton wyłącznie w formie tablicy z nazwą lub logo działalności albo nazwą lub logo obiektu,
- b) dopuszcza się sytuowanie kasetonu na budynkach o wysokości większej niż 40 m, ponad oknami ich najwyższej kondygnacji, poziomo i równoległe do krawędzi dachu,
- c) dopuszczalna odległość powierzchni służącej ekspozycji reklamy od lica ściany wynosi nie więcej niż 0,2 m,
- d) dopuszczalna wysokość kasetonu wynosi nie więcej niż 5% wysokości jego sytuowania nad poziomem terenu,
- e) nakazuje się by szerokość kasetonu była równa szerokości elewacji,
- f) nakazuje się zastosowanie jednolitego tła reklamy w kolorze elewacji lub białym;
- 5) ekran świetlny:
- a) dopuszczalne wymiary wynoszą nie więcej niż 13 m na 10 m,
- b) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na elewacjach budynków;
- 6) witacz wejściowy (inny niż w formie reklamy przenośnej):
- a) dopuszcza się sytuowanie witacza wyłącznie bezpośrednio przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku lub przy okienku sprzedażowym,

- b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,7 m²;
- 7) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie dla wydarzeń okolicznościowych odbywających się na tych obszarach,
- b) dopuszcza się sytuowanie na:
- słupach oświetleniowych nie niższych niż 7 m,
 - na słupach trakcyjnych,
 - na szafkach technicznych,
- c) dopuszcza się w formie pionowych:
- flag o szerokości nie większej niż 0,7 m sytuowanych na wysięgnikach zamontowanych na słupach oświetleniowych,
 - tablic reklamowych o wymiarach nie większych niż 0,7 m na 1 m sytuowanych w ramie metalowej zamontowanej prostopadle do słupa (oświetleniowego lub trakcyjnego) lub styecznie do szafki technicznej;
- 8) reklama typu A:
- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali lub o kolorze obiektu, na którym jest umieszczona,
- b) dopuszcza się sytuowanie reklamy na:
- ścianach przejść podziemnych,
 - kioskach ulicznych,
 - wiatach przystankowych,
 - toaletach publicznych oraz obiektach małej architektury,
 - pod warunkiem wkomponowania w podziały architektoniczne obiektu,
- c) dopuszcza się sytuowanie powierzchni służącej ekspozycji reklamy w odległości nie większej niż 0,15 m od powierzchni sytuowania,
- d) nakazuje się zachowanie odległości od poziomu terenu do dolnej krawędzi powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie mniejszej niż 0,20 m,
- e) zakazuje się doświetlenia;
- 9) reklama na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinach markiz i parasoli oraz na innych elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, z wyłączeniem przegrodzeń (w tym donic),
- b) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła, w szczególności nazwy lub logotypu działalności albo nazwy lub logotypu sponsora obiektu wyposażenia ogródka,
- c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m, dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni, na której jest sytuowana;
- 10) reklama na obiektach małej architektury innych niż wyposażenie ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła,
- b) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
- c) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 10% powierzchni, na której jest sytuowana,

- d) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem w kolorze czarnym, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt;

11) baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt. od 1 do 10:

- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy), do której nie przylega żaden obiekt lub płaszczyzna ściany innego budynku oraz o wysokości nie mniejszej niż 9 m, liczonej od poziomu terenu do wysokości dolnej krawędzi okapu dachu przy elewacji, na której sytuowana jest reklama,
- b) dopuszcza się wyłącznie w formie prostokąta,
- c) dopuszcza się sytuowanie dolnej krawędzi reklamy nie niżej niż 3 m nad poziomem terenu,
- d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 60% powierzchni elewacji,
- e) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości odpowiadającej co najmniej 10% wysokości i szerokości elewacji, na której jest sytuowana, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych,
- f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli.

4. W granicach obszaru SI dopuszcza się sytuowanie niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących trwale związanych z zachowaniem następujących zasad:

1) słup reklamowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na powierzchni utwardzonej lub bezpośrednio przy krawędzi takiej powierzchni,
- b) dopuszcza się podświetlenie;

2) reklama typu A:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,
- b) powierzchnia służąca ekspozycji reklam powinna się znajdować nie niżej niż 0,2 m nad poziomem terenu,
- c) zakazuje się doświetlenia;

3) reklama typu B:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,
- b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio:
 - do 14 m od krawędzi jezdni,
 - nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne,
 - nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości (na której jest sytuowana) z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy,
- c) nakazuje się sytuowanie reklam prostopadle do najbliższej osi jezdni,
- d) dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 7 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu,
- e) zakazuje się doświetlenia,
- f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli;

4) pylon wizytówkowy:

a) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż szerokość dwóch tabliczek formatu drobnego wraz z ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości tabliczki (od krawędzi tabliczki do zewnętrznej krawędzi pylonu),

b) dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 3 m;

5) pylon zbiorczy:

a) dopuszcza się sytuowanie pylonu w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność w odległości nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku z pasem drogowym nieruchomości albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,

b) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi do 6 m,

c) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż 2/5 wysokości pylonu;

6) pylon cenowy:

a) dopuszcza się pylon w formie jedno- lub dwustronnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,

b) dopuszcza się sytuowanie pylonu na nieruchomościach stacji paliw lub w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,

c) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi nie więcej niż 8 m;

7) maszt flagowy:

a) dopuszcza się sytuowanie masztu flagowego w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność,

b) dopuszczalna wysokość masztu wynosi do 9 m.

5. W granicach obszaru SI dopuszcza się sytuowanie niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących przenośnych, z zachowaniem następujących zasad:

1) witacz wejściowy:

a) dopuszcza się witacz wejściowy w formie pulpitu o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,13 m² albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m² albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m²,

b) dopuszcza się wyłącznie elementy konstrukcyjne drewniane, szklane i z prętów giętych (metaloplastyki),

c) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w obrębie ogródków gastronomicznych,

d) dopuszcza się eksponowanie jedynie w godzinach otwarcia lokalu;

2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe:

a) dopuszcza się wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta,

b) dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.

6. W granicach obszaru SI w odniesieniu do elementów Systemu Informacji Lokalnej (SIL):

1) sytuowanie wyłącznie na słupach oświetleniowych o wysokości nie mniejszej niż 7 m i na słupach trakcyjnych,

2) wyłącznie w formie pionowych tablic reklamowych o wymiarach 1,0 m na 0,7 m sytuowanych w ramie metalowej o kolorze słupa, na którym jest umieszczona (wraz z elementami mocowania), zamontowanej prostopadle do słupa.

Rozdział 8.

Ustalenia ogólne dla obszaru S3

§ 17. 1. Dopuszczalną liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości w granicach obszaru S3, określa § 8 ust. 4 niniejszej Uchwały.

2. Ustala się gabaryty dla następujących rodzajów szyldów sytuowanych w granicach obszaru S3:

1) szyld równoległy – w formie:

a) tablicy pełnej lub z wyciętymi znakami w kontrze:

- o dopuszczalnej szerokości szyldu odpowiadającej szerokości otworu okiennego lub drzwiowego lub rozpiętości kilku otworów okiennych lub drzwiowych, z dopuszczeniem uwzględnienia szerokości opasek wokół tych otworów,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

b) znaków bez tła:

- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

c) płaskich znaków bez tła sytuowanych od strony wnętrza lokalu na przeszkleń w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleń,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na nieaźurowych fragmentach ogrodzenia lub nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m², z nakazem zachowania jednakowej wielkości i proporcji dla wszystkich szyldów w obrębie powierzchni ich sytuowania;

2) szyld semaforowy – w formie:

a) tablicy:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kutyh znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m²,
- o dopuszczalnej wysokości szyldu nie większej niż 1 m,

c) znaków bez tła – giętych lamp neonowych,

d) kasetonu:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,3 m²,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,

e) flag na wysięgnikach o dopuszczalnej szerokości flagi nie większej niż 1 m;

3) szyld wizytówkowy o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż formatu drobnego oraz z nakazem zachowania jednakowej wielkości dla wszystkich szyldów w obrębie obszaru ich sytuowania, przy czym obszary sytuowania o różnych kompozycjach szyldów wizytówkowych powinny znajdować się w odległości od siebie nie mniejszej niż 6 m;

4) tablica wizytówkowa:

a) dopuszcza się sytuowanie tablic wizytówkowych na ścianie,

b) dopuszcza się jedną tablicę, na każde udostępnione publicznie wejście do budynku, bezpośrednio przy tym wejściu,

c) nakazuje się sytuowanie tablicy równolegle do ściany,

d) dopuszczalna szerokość tablicy wynosi nie więcej niż szerokość jednego szyldu wizytówkowego lub kilku zgrupowanych szyldów wizytówkowych, wraz z jego/ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości szyldu,

e) dopuszczalna wysokość tablicy wynosi nie więcej niż 2 m,

- f) dopuszcza się sytuowanie tablicy w odległości nie większej niż 0,15 m od ściany, przy której jest sytuowana,
- g) dopuszcza się sytuowanie na materiałach szlachetnych i detalu architektonicznym wyłącznie w formie przeziernej tablicy mocowanej na kołkach dystansowych w sposób nieuszkadzający materiałów szlachetnych i detalu architektonicznego, w szczególności mocowany w fugach pomiędzy cegłami;

5) szyld główny:

- a) w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła,
- b) o dopuszczalnej wysokości znaków:
 - nie większej niż 0,7 m przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
 - nie większej niż 1/15 wysokości sytuowania oraz nie większej niż 5 m wysokości, przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m.

3. W granicach obszaru S3 dopuszcza się sytuowanie na obiektach niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z zachowaniem następujących zasad:

1) reklama na siatce budowlanej:

- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na rusztowaniu przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie,
- b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi:
 - do 30% całkowitej powierzchni siatki, na obiektach budowlanych znajdujących się w rejestrze zabytków, pod warunkiem graficznego odtworzenia całkowitej powierzchni pozostałych zakrytych fragmentów elewacji w skali dopasowanej do wielkości rusztowania z danej strony,
 - do 100% całkowitej powierzchni siatki na pozostałych obiektach budowlanych,
- c) dopuszcza się sytuowanie reklamy na siatce budowlanej wyłącznie w trakcie prowadzenia robót budowlanych i na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy, z okresem karencji 5 lat od zakończenia poprzedniej ekspozycji reklamy na rusztowaniu przed tą samą elewacją;

2) reklama na przeszkleniu:

- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleniach na kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz i od strony tego wejścia lub bezpośrednio przy okienku sprzedażowym,
- b) dopuszcza się sytuowanie reklamy, bezpośrednio na przeszkleniu, od jego wewnętrznej strony, w formie:
 - płaskich znaków bez tła,
 - nieprzeziernej tablicy reklamowej o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,
 - usytuowanych pojedynczo lub zgrupowanych ze sobą w sposób modułowy, w szczególności z uwzględnieniem jednolitych wymiarów, odstępów między nimi, wyrównania lub justowania, naklejek formatu drobnego, w szczególności zawierających informację o akceptowanych kartach płatniczych lub innych formach płatności, o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,
- c) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni przeszklenia;

3) mural reklamowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie muralu na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy),
- b) zakazuje się sytuowania muralu w parterze,
- c) nakazuje się wykonanie muralu wyłącznie technikami plastycznymi,
- d) zakazuje się sytuowanie muralu na ścianach licowanych ceramiką (np. cegłą) lub drewnem;

4) znaki bez tła (inne niż szyld):

- a) dopuszcza się znaki wyłącznie w formie nazwy, sygnetu lub logotypu działalności albo nazwy, sygnetu lub logotypu obiektu,

- b) dopuszcza się sytuowanie w sposób modułowy z ujednoliceniem materiałów budowlanych z jakich są wykonane, wyrównania lub wyjustowania, oraz interlinii:
- w miejscu wskazanym pod sytuowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w projekcie budowlanym obiektu, zajmującym powierzchnię ekspozycji reklamy nie większą niż 30% powierzchni elewacji,
 - w odległości nie większej niż połowa wysokości znaku ponad górną krawędź elewacji lub ponad dach,
 - w obrębie najwyższej kondygnacji obiektu,
- c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi:
- nie więcej niż 0,7 m – przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
 - 1/15 wysokości sytuowania, jednak nie więcej niż 5 m wysokości – przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m,
- d) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości nie mniejszej niż 10% wysokości znaku, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych;
- 5) kaseton (inny niż szyld):
- a) dopuszcza się kaseton wyłącznie w formie tablicy z nazwą lub logo działalności albo nazwą lub logo obiektu,
- b) dopuszcza się sytuowanie kasetonu na budynkach o wysokości większej niż 40 m, ponad oknami ich najwyższej kondygnacji, poziomo i równoległe do krawędzi dachu,
- c) dopuszczalna odległość powierzchni służącej ekspozycji reklamy od lica ściany wynosi nie więcej niż 0,2 m,
- d) dopuszczalna wysokość kasetonu wynosi nie więcej niż 5% wysokości jego sytuowania nad poziomem terenu,
- e) nakazuje się by szerokość kasetonu była równa szerokości elewacji,
- f) nakazuje się zastosowanie jednolitego tła reklamy w kolorze elewacji lub białym;
- 6) witacz wejściowy (inny niż w formie reklamy przenośnej):
- a) dopuszcza się sytuowanie witacza wyłącznie bezpośrednio przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku lub przy okienku sprzedażowym,
- b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,7 m²;
- 7) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie dla wszystkich wydarzeń okolicznościowych,
- b) dopuszcza się sytuowanie na:
- słupach oświetleniowych nie niższych niż 7 m,
 - na słupach trakcyjnych,
 - na szafkach technicznych,
- c) dopuszcza się w formie pionowych:
- flag o szerokości nie większej niż 0,7 m sytuowanych na wysięgnikach zamontowanych na słupach oświetleniowych,
 - tablic reklamowych o wymiarach nie większych niż 0,7 m na 1 m sytuowanych w ramie metalowej zamontowanej prostopadle do słupa (oświetleniowego lub trakcyjnego) lub styecznie do szafki technicznej;
- 8) reklama typu A:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali lub o kolorze obiektu, na którym jest umieszczona,
 - b) dopuszcza się sytuowanie reklamy na:
 - ścianach przejść podziemnych,
 - kioskach ulicznych,
 - wiatkach przystankowych,
 - toaletach publicznych oraz obiektach małej architektury,
 - pod warunkiem wkomponowania w podziały architektoniczne obiektu,
 - c) dopuszcza się sytuowanie powierzchni służącej ekspozycji reklamy w odległości nie większej niż 0,15 m od powierzchni sytuowania,
 - d) nakazuje się zachowanie odległości od poziomu terenu do dolnej krawędzi powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie mniejszej niż 0,20 m,
 - e) zakazuje się doświetlenia;
- 9) reklama na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinach markiz i parasoli oraz na innych elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, z wyłączeniem przegrodzeń (w tym donic),
 - b) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła, w szczególności nazwy lub logotypu działalności albo nazwy lub logotypu sponsora obiektu wyposażenia ogródka,
 - c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
 - d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni, na której jest sytuowana;
- 10) reklama na obiektach małej architektury innych niż wyposażenie ogródków gastronomicznych:
- a) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła,
 - b) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
 - c) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 10% powierzchni, na której jest sytuowana,
 - d) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem w kolorze czarnym, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt;
- 11) baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt. od 1 do 11:
- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy), do której nie przylega żaden obiekt lub płaszczyzna ściany innego budynku oraz o wysokości nie mniejszej niż 9 m, liczonej od poziomu terenu do wysokości dolnej krawędzi okapu dachu przy elewacji, na której sytuowana jest reklama,
 - b) dopuszcza się wyłącznie w formie prostokąta,
 - c) dopuszcza się sytuowanie dolnej krawędzi reklamy nie niżej niż 3 m nad poziomem terenu,
 - d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 60% powierzchni elewacji,
 - e) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości odpowiadającej co najmniej 10% wysokości i szerokości elewacji, na której jest sytuowana, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych,
 - f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli.

4. W granicach obszaru S3 dopuszcza się sytuowanie niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących trwale związanych z gruntem, z zachowaniem następujących zasad:

1) słup reklamowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na powierzchni utwardzonej lub bezpośrednio przy krawędzi takiej powierzchni,
- b) dopuszcza się podświetlenie;

2) reklama typu A:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,
- b) powierzchnia służąca ekspozycji reklam powinna się znajdować nie niżej niż 0,2 m nad poziomem terenu,
- c) zakazuje się doświetlenia;

3) reklama typu B:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,
- b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio:
 - do 14 m od krawędzi jezdni,
 - nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne,
 - nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości (na której jest sytuowana) z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy,
- c) nakazuje się sytuowanie reklam prostopadle do najbliższej osi jezdni,
- d) dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 7 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu,
- e) zakazuje się doświetlenia,
- f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli;

4) reklama typu C:

- a) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio:
 - do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni,
 - nie mniejszej niż 10 m od elewacji posiadającej otwory okienne,
 - nie mniejszej niż 50 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości (na której jest sytuowana) z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia służąca ekspozycji reklamy,
- b) nakazuje się sytuowanie prostopadle do najbliższej osi jezdni,
- c) dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 8,5 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się w poziomie terenu,
- d) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli;

5) pylon wizytówkowy:

- a) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż szerokość dwóch tabliczek formatu drobnego wraz z ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości tabliczki (od krawędzi tabliczki do zewnętrznej krawędzi pylonu),
- b) dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 3 m;

6) pylon zbiorczy:

- a) dopuszcza się sytuowanie pylonu w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność w odległości nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku z pasem drogowym nieruchomości albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- b) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi do 8 m,
- c) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż 2/5 wysokości pylonu;

7) pylon cenowy:

- a) dopuszcza się pylon w formie jedno- lub dwustronnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,
- b) dopuszcza się sytuowanie pylonu na nieruchomościach stacji paliw lub w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- c) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi nie więcej niż 8 m;

8) maszt flagowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie masztu flagowego w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność,
- b) dopuszczalna wysokość masztu wynosi do 9 m.

5. W granicach obszaru S3 w odniesieniu do niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych przenośnych:

1) witacz wejściowy:

- a) dopuszcza się w formie pulpitu o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,13 m² albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m² albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m²,
- b) dopuszcza się wyłącznie elementy konstrukcyjne drewniane, szklane i z prętów giętych (metaloplastyki),
- c) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w obrębie ogródków gastronomicznych,
- d) dopuszcza się eksponowanie jedynie w godzinach otwarcia lokalu;

2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe:

- a) dopuszcza się wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta,
- b) dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.

6. W granicach obszaru S3 w odniesieniu do reklamy wyborczej:

1) dopuszcza się sytuowanie:

- a) na urządzeniach wyborczych - w formie:

- plakatów na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm,
- banerów, o wymiarach i usytuowaniu wyrównanych do modułów konstrukcyjnych urządzeń wyborczych,

- b) na ażurowych balustradach wygrodzeń lub barier w pasach drogowych - w formie:

- tablic na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm oraz o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7 m,
- banerów o wymiarach 1,5 m na 0,9 m usytuowanych w sposób wyrównany do modułów balustrady,

- c) na przeszkleniach obiektów - formie papierowych plakatów o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7m;

2) zakazuje się sytuowania na słupach trakcyjnych i oświetleniowych.

7. W granicach obszaru S3 w odniesieniu do elementów Systemu Informacji Lokalnej (SIL):

- 1) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na słupach oświetleniowych o wysokości nie mniejszej niż 7 m i na słupach trakcyjnych,
- 2) dopuszcza się wyłącznie w formie pionowych tablic reklamowych o wymiarach 1,0 m na 0,7 m sytuowanych w ramie metalowej o kolorze słupa, na którym jest umieszczona (wraz z elementami mocowania), zamontowanej prostopadle do słupa.

Rozdział 9.

Ustalenia ogólne dla obszaru SP

§ 18. 1. Dopuszczalną liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości w granicach obszaru SP, określa § 8 ust. 4 niniejszej Uchwały.

2. Ustala się gabaryty dla następujących rodzajów szyldów sytuowanych w granicach obszaru SP:

1) szyld równoległy – w formie:

a) tablicy pełnej lub z wyciętymi znakami w kontrze:

- o dopuszczalnej szerokości szyldu odpowiadającej szerokości otworu okiennego lub drzwiowego lub rozpiętości kilku otworów okiennych lub drzwiowych, z dopuszczeniem uwzględnienia szerokości opasek wokół tych otworów,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

b) znaków bez tła:

- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 0,7 m,

c) płaskich znaków bez tła sytuowanych od strony wnętrza lokalu na przeszkleniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszklenia,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na niezaizolowanych fragmentach ogrodzenia lub nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m², z nakazem zachowania jednakowej wielkości i proporcji dla wszystkich szyldów w obrębie powierzchni ich sytuowania;

2) szyld semaforowy – w formie:

a) tablicy:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kątów znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m²,
- o dopuszczalnej wysokości szyldu nie większej niż 1 m,

c) znaków bez tła – giętych lamp neonowych,

d) kasetonu:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,3 m²,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,15 m,

e) flag na wysięgnikach o dopuszczalnej szerokości flagi nie większej niż 1 m;

3) szyld wizytówkowy o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż formatu drobnego oraz z nakazem zachowania jednakowej wielkości dla wszystkich szyldów w obrębie obszaru ich

sytuowania, przy czym obszary o różnych kompozycjach szyldów wizytówkowych powinny znajdować się w odległości od siebie nie mniejszej niż 6m;

4) tablica wizytówkowa:

- a) dopuszcza się sytuowanie tablic wizytówkowych na ścianie,
- b) dopuszcza się jedną tablicę, na każde udostępnione publicznie wejście do budynku, bezpośrednio przy tym wejściu,
- c) nakazuje się sytuowanie tablicy równolegle do ściany,
- d) dopuszczalna szerokość tablicy wynosi nie więcej niż szerokość jednego szyldu wizytówkowego lub kilku zgrupowanych szyldów wizytówkowych, wraz z jego/ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości szyldu,
- e) dopuszczalna wysokość tablicy wynosi nie więcej niż 2 m,
- f) dopuszcza się sytuowanie tablicy w odległości nie większej niż 0,15 m od ściany, przy której jest sytuowana,
- g) dopuszcza się sytuowanie na materiałach szlachetnych i detalu architektonicznym wyłącznie w formie przeziernej tablicy mocowanej na kołkach dystansowych w sposób nieuszkodzający materiałów szlachetnych i detalu architektonicznego, w szczególności mocowany w fugach pomiędzy ceglami;

5) szyld główny:

- a) w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła,
- b) o dopuszczalnej wysokości znaków nie większej niż 1/5 wysokości sytuowania,

6) totem:

- a) dopuszczalna wysokość totemu wynosi nie więcej niż 20 m,
- b) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 54 m².

3. W granicach obszaru SP dopuszcza się sytuowanie na obiektach niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, ich gabaryty, z zachowaniem następujących zasad:

1) reklama na siatce budowlanej:

- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na rusztowaniu przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie,
- b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi:
 - do 30% całkowitej powierzchni siatki, na obiektach budowlanych znajdujących się w rejestrze zabytków, pod warunkiem graficznego odtworzenia całkowitej powierzchni pozostałych zakrytych fragmentów elewacji w skali dopasowanej do wielkości rusztowania z danej strony,
 - do 100% całkowitej powierzchni siatki na pozostałych obiektach budowlanych,
- c) dopuszcza się sytuowanie reklamy na siatce budowlanej wyłącznie w trakcie prowadzenia robót budowlanych i na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy, z okresem karencji 5 lat od zakończenia poprzedniej ekspozycji reklamy na rusztowaniu przed tą samą elewacją;

2) reklama na przeszkleniu:

- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleniach na kondygnacji, na której znajduje się wejście do lokalu z zewnątrz i od strony tego wejścia lub bezpośrednio przy okienku sprzedażowym,
- b) dopuszcza się sytuowanie reklamy, bezpośrednio na przeszkleniu, od jego wewnętrznej strony, w formie:
 - płaskich znaków bez tła,
 - nieprzeziernych tablic reklamowych o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,

- usytuowanych pojedynczo lub zgrupowanych ze sobą w sposób modułowy, w szczególności z uwzględnieniem jednolitych wymiarów, odstępów między nimi, wyrównania lub justowania, naklejek formatu drobnego, w szczególności zawierających informację o akceptowanych kartach płatniczych lub innych formach płatności, o łącznej powierzchni nie większej niż format A4,

c) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni przeszklenia;

3) mural reklamowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie muralu na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy),
- b) zakazuje się sytuowania muralu w parterze,
- c) nakazuje się wykonanie muralu wyłącznie technikami plastycznymi,
- d) zakazuje się sytuowanie muralu na ścianach licowanych ceramiką (np. cegłą) lub drewnem;

4) znaki bez tła (inne niż szyld):

- a) dopuszcza się znaki wyłącznie w formie nazwy, sygnetu lub logotypu działalności albo nazwy, sygnetu lub logotypu obiektu,
- b) dopuszcza się sytuowanie w sposób modułowy z ujednoliceniem materiałów budowlanych z jakich są wykonane, wyrównania lub wyjustowania oraz interlinii:
 - w miejscu wskazanym pod sytuowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w projekcie budowlanym obiektu, zajmującym powierzchnię ekspozycji reklamy nie większą niż 30% powierzchni elewacji,
 - w odległości nie większej niż połowa wysokości znaku ponad górną krawędź elewacji lub ponad dach,
 - w obrębie najwyższej kondygnacji obiektu,
- c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi:
 - nie więcej niż 0,7 m – przy wysokości sytuowania do 10,5 m,
 - 1/15 wysokości sytuowania, jednak nie więcej niż 5 m wysokości – przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m,
- d) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości nie mniejszej niż 10% wysokości znaku, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych;

5) kaseton (inny niż szyld):

- a) dopuszcza się kaseton wyłącznie w formie tablicy z nazwą lub logo działalności albo nazwą lub logo obiektu,
- b) dopuszcza się sytuowanie kasetonu na budynkach o wysokości większej niż 40 m, ponad oknami ich najwyższej kondygnacji, poziomo i równoległe do krawędzi dachu,
- c) dopuszczalna odległość powierzchni służącej ekspozycji reklamy od lica ściany wynosi nie więcej niż 0,2 m,
- d) dopuszczalna wysokość kasetonu wynosi nie więcej niż 5% wysokości jego sytuowania nad poziomem terenu,
- e) nakazuje się by szerokość kasetonu była równa szerokości elewacji,
- f) nakazuje się zastosowanie jednolitego tła reklamy w kolorze elewacji lub białym;

6) witacz wejściowy (inny niż w formie reklamy przenośnej):

- a) dopuszcza się sytuowanie witacza wyłącznie bezpośrednio przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku lub przy okienku sprzedażowym,
- b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,7 m²;

7) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych:

- a) dopuszcza się sytuowanie dla wszystkich wydarzeń okolicznościowych,
 - b) dopuszcza się sytuowanie na:
 - słupach oświetleniowych nie niższych niż 7 m,
 - na słupach trakcyjnych,
 - na szafkach technicznych,
 - c) dopuszcza się w formie pionowych:
 - flag o szerokości nie większej niż 0,7 m sytuowanych na wysięgnikach zamontowanych na słupach oświetleniowych,
 - tablic reklamowych o wymiarach nie większych niż 0,7 m na 1 m sytuowanych w ramie metalowej zamontowanej prostopadle do słupa (oświetleniowego lub trakcyjnego) lub styecznie do szafki technicznej;
- 8) reklama typu A:
- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali lub o kolorze obiektu, na którym jest umieszczona,
 - b) dopuszcza się sytuowanie reklamy na:
 - ścianach przejść podziemnych,
 - kioskach ulicznych,
 - wiatach przystankowych,
 - toaletach publicznych oraz obiektach małej architektury,
 - pod warunkiem wkomponowania w podziały architektoniczne obiektu,
 - c) dopuszcza się sytuowanie powierzchni służącej ekspozycji reklamy w odległości nie większej niż 0,15 m od powierzchni sytuowania,
 - d) nakazuje się zachowanie odległości od poziomu terenu do dolnej krawędzi powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie mniejszej niż 0,20 m,
 - e) zakazuje się doświetlenia;
- 9) reklama na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych
- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinach markiz i parasoli oraz na innych elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, z wyłączeniem przegrodzeń (w tym donic),
 - b) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła, w szczególności nazwy lub logotypu działalności albo nazwy lub logotypu sponsora obiektu wyposażenia ogródka,
 - c) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
 - d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 30% powierzchni, na której jest sytuowana;
- 10) reklama na obiektach małej architektury innych niż wyposażenie ogródków gastronomicznych
- a) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła,
 - b) dopuszczalna wysokość znaków wynosi nie więcej niż 0,15 m,
 - c) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 10% powierzchni, na której jest sytuowana,
 - d) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem w kolorze czarnym, o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt;
- 11) baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt. od 1 do 10

- a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na elewacji nieposiadającej otworów okiennych (z wyłączeniem otworów okiennych klatek schodowych, pomieszczeń technicznych, piwnic i poddaszy), do której nie przylega żaden obiekt lub płaszczyzna ściany innego budynku oraz o wysokości nie mniejszej niż 9 m, liczonej od poziomu terenu do wysokości dolnej krawędzi okapu dachu przy elewacji, na której sytuowana jest reklama,
- b) dopuszcza się wyłącznie w formie prostokąta,
- c) dopuszcza się sytuowanie dolnej krawędzi reklamy nie niżej niż 3 m nad poziomem terenu,
- d) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 60% powierzchni elewacji,
- e) nakazuje się zachowanie pola ochronnego o wielkości odpowiadającej co najmniej 10% wysokości i szerokości elewacji, na której jest sytuowana, z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych,
- f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli.

4. W granicach obszaru SP dopuszcza się sytuowanie niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących trwale związanych z gruntem, z zachowaniem następujących zasad:

1) słup reklamowy:

- a) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na powierzchni utwardzonej lub bezpośrednio przy krawędzi takiej powierzchni,
- b) dopuszcza się podświetlenie;

2) reklama typu A:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,
- b) powierzchnia służąca ekspozycji reklam powinna się znajdować nie niżej niż 0,2 m nad poziomem terenu,
- c) zakazuje się doświetlenia;

3) reklama typu B:

- a) dopuszcza się wyłącznie w formie przeszklonej gabloty reklamowej z obudową w odcieniu szarości wyłącznie w zakresie od bieli do czerni lub o naturalnej powierzchni metali,
- b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio:
 - do 14 m od krawędzi jezdni,
 - nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne,
 - nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości (na której jest sytuowana) z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy,
- c) nakazuje się sytuowanie reklam prostopadle do najbliższej osi jezdni,
- d) dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 7 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu,
- e) zakazuje się doświetlenia,
- f) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli;

4) reklama typu C:

- a) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio:
 - do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni,
 - nie mniejszej niż 10 m od elewacji posiadającej otwory okienne,

- nie mniejszej niż 50 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości (na której jest sytuowana) z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia służąca ekspozycji reklamy,

b) nakazuje się sytuowanie prostopadle do najbliższej osi jezdni,

c) dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 8,5 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się w poziomie terenu,

d) zakazuje się sytuowania w odległości mniejszej niż 50 m od skrzyżowań, przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli;

5) pylon wizytówkowy:

a) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż szerokość dwóch tabliczek formatu drobnego wraz z ich polem ochronnym o szerokości nie większej niż połowa wysokości tabliczki (od krawędzi tabliczki do zewnętrznej krawędzi pylonu),

b) dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 3 m;

6) pylon zbiorczy:

a) dopuszcza się sytuowanie pylonu w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność w odległości nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku z pasem drogowym nieruchomości albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,

b) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi do 8 m,

c) dopuszczalna szerokość wynosi nie więcej niż 2/5 wysokości pylonu;

7) pylon cenowy:

a) dopuszcza się pylon w formie jedno- lub dwustronnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,

b) dopuszcza się sytuowanie pylonu na nieruchomościach stacji paliw lub w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,

c) dopuszczalna wysokość pylonu wynosi nie więcej niż 8 m;

8) maszt flagowy:

a) dopuszcza się sytuowanie masztu flagowego w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,

b) dopuszczalna wysokość masztu wynosi do 15 m.

5. W granicach obszaru SP dopuszcza się sytuowanie niżej wymienionych rodzajów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących przenośnych, z zachowaniem następujących zasad:

1) witacz wejściowy:

a) dopuszcza się witacz wejściowy w formie pulpitu o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,13 m² albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m² albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m²,

b) dopuszcza się wyłącznie elementy konstrukcyjne drewniane, szklane i z prętów giętych (metaloplastyki),

c) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w obrębie ogródków gastronomicznych,

d) dopuszcza się eksponowanie jedynie w godzinach otwarcia lokalu;

2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe:

a) dopuszcza się wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta,

b) dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.

6. W granicach obszaru SP w odniesieniu do reklamy wyborczej:

1) dopuszcza się sytuowanie:

a) na urządzeniach wyborczych – w formie:

- plakatów na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm,
- banerów, o wymiarach i usytuowaniu wyrównanych do modułów konstrukcyjnych urządzeń wyborczych,

b) na ażurowych balustradach wygrodzeń lub barier w pasach drogowych – w formie:

- tablic na sztywnych podkładach wykonanych z polimerowych tworzyw sztucznych o grubości nie mniejszej niż 3 mm oraz o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7 m,
- banerów o wymiarach 1,5 m na 0,9 m usytuowanych w sposób wyrównany do modułów balustrady,

c) na przeszkleniach obiektów – w formie papierowych plakatów o wymiarach nie większych niż 1,0 m na 0,7 m;

2) zakazuje się sytuowania na słupach trakcyjnych i oświetleniowych.

7. W granicach obszaru SP w odniesieniu do elementów Systemu Informacji Lokalnej (SIL):

- 1) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na słupach oświetleniowych o wysokości nie mniejszej niż 7 m i na słupach trakcyjnych,
- 2) dopuszcza się wyłącznie w formie pionowych tablic reklamowych o wymiarach 1,0 m na 0,7 m sytuowanych w ramie metalowej o kolorze słupa, na którym jest umieszczona (wraz z elementami mocowania), zamontowanej prostopadle do słupa.

8. Ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

- 1) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń z prefabrykowanych paneli betonowych i żelbetowych;
- 2) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń o dowolnym stopniu ażurowości oraz ogrodzeń pełnych (nieażurowych).

DZIAŁ III. PRZEPISY PRZEJŚCIOWE I DOSTOSOWUJĄCE

§ 19. 1. Dla obiektów małej architektury istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały i niezgodnych z przepisami Uchwały ustala się termin dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale wynoszący 24 miesiące od dnia wejścia w życie Uchwały.

2. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale: obiekty małej architektury wpisane do rejestru zabytków lub do gminnej ewidencji zabytków oraz place zabaw i siłownie zewnętrzne.

3. Ustala się następujące zasady i warunki dostosowania dla obiektów małej architektury, o których mowa w ust. 1:

- 1) usunięcie wszystkich niezgodnych z przepisami Uchwały elementów obiektów małej architektury wraz z ich zamocowaniami, w szczególności kotwień, fundamentów lub otworów po tych zamocowaniach;
- 2) przywrócenie elementów przestrzeni zmienionych w wyniku sytuowania obiektów małej architektury do stanu poprzedniego, w szczególności poprzez uzupełnienie braków w powierzchniach i nawierzchniach sytuowania materiałami budowlanymi oraz aranżacją wg stanu poprzedniego.

§ 20. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale ogrodzenia istniejące w dniu wejścia w życie Uchwały.

§ 21. 1. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały i niezgodnych z przepisami Uchwały ustala się termin dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale na 24 miesiące od dnia wejścia w życie Uchwały.

2. Ustala się następujące zasady i warunki dostosowania dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, o których mowa w ust. 1:

- 1) należy usunąć wszystkie niezgodne z przepisami Uchwały elementy tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wraz z ich zamocowaniami, w szczególności kotwy, fundamenty, haki lub ślady lub otwory po zamocowaniach;

- 2) należy przywrócić elementy przestrzeni zmienione w wyniku sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych niezgodnych z przepisami Uchwały do stanu poprzedniego, w szczególności poprzez uzupełnienie braków w powierzchniach i nawierzchniach sytuowania materiałami budowlanymi oraz aranżacją wg stanu poprzedniego;
- 3) w przypadku niespełnienia zasad i warunków uzależnionych od wzajemnego dostosowania pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi pierwszeństwa dostosowania do przepisów Uchwały wymaga tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe według następującej kolejności:
 - a) niespełniające pozostałych zasad i warunków określonych w Uchwale,
 - b) o większej powierzchni służącej ekspozycji reklamy,
 - c) wyższe względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni,
 - d) bliższe do skrzyżowania dróg lub przejazdu kolejowego.

DZIAŁ IV. PRZEPISY KOŃCOWE

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

Przewodniczący Rady Miasta Gdańska

Bogdan Oleszek

Załącznik Nr 1 do Uchwały

Rady Miasta Gdańska

z dnia 22 lutego 2018 r.

§ 1. Załącznik nr 1 do 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, na terenie Miasta Gdańska (zwanej dalej Uchwałą) zawiera tekstowy opis granic poszczególnych obszarów o różnych ustaleniach, dotyczący całego terenu Gminy Miasta Gdańska, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu wymienionych w § 1 ust. 2 Uchwały.

§ 2. Ustala się następujące granice obszarów, o których mowa w § 3 ust. 1 Uchwały, na podstawie ewidencji gruntów aktualnych na dzień 31 grudnia 2017 r.:

1) Obszar S0 (oznaczony kolorem brązowym w Załączniku nr 2 do Uchwały):

- a) Obszar Głównego Miasta wraz z Wyspą Ołowianką oraz północną częścią Wyspy Spichrzów, którego granice wyznaczają: północna granica działki obr. 089 nr: 1/1, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 090 o nr: 199/1, 322/3, 322/1, 408, 385/7, 383, 384/6, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 090 nr 384/6 do punktu styku z osią rzeki Motławy, następnie w kierunku wschodnim oś rzeki Motławy do punktu styku z przedłużeniem osi Kanału na Stępcie, następnie w kierunku południowo-zachodnim oś Kanału na Stępcie do punktu styku z przedłużeniem osi Kanału Nowej Motławy, następnie w kierunku południowym oś Kanału Nowej Motławy do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 099 nr 99/1, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż tej linii i południowe granice działek obr. 099 o nr: 99/1, 98/4, następnie w kierunku zachodnim w linii do punktu styku południowej i wschodniej granicy działki obr. 099 nr 24/6, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 099 nr 24/6, następnie w kierunku zachodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 099 nr 24/6 do punktu styku z południowej i wschodniej granicy działki obr. 089 nr 532/8, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 089 o nr: 532/8, 350/6, 229/7, następnie w kierunku kolejno: północnym, wschodnim, północnym zachodnie granice działek obr. 089 o nr: 229/7, 230/8, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 089 o nr: 230/8, 254/2, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 089 o nr: 232/2, 233/6, 230/5, 564 do punktu styku z północną granicą działki obr. 089 nr 1/1,
- b) Obszar dawnej Stoczni Cesarskiej, którego granice wyznaczają: od północy zachodni punkt styku działki obr. 068 o nr: 151/4 z brzegiem rzeki Martwej Wisły, następnie w kierunku północnym do osi rzeki, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż osi rzeki do przedłużenia wschodniej granicy działki obr. 068 nr 151/15, następnie do wschodniego punktu styku działki obr. 068 nr 151/15 z brzegiem rzeki Martwej Wisły, następnie w kierunku południowo-zachodnim południowo-wschodnie granice działek obr. 068 o nr: 151/15, 151/16 na odcinku 65,5m, następnie w kierunku północno-zachodnim w linii prostopadłej do południowo-wschodniej granicy działki obr. 068 nr 151/14 na odcinku 125m, następnie w kierunku południowo-zachodnim, w linii równoległej do południowo-wschodniej granicy działki obr. 068 nr 151/14 na odcinku 60m, następnie w kierunku północno-zachodnim w linii prostopadłej do południowo-wschodniej granicy działki obr. 068 nr 151/14 na odcinku 87,5m, następnie w kierunku zachodnim na odcinku o długości 57,5m do przecięcia się z północno-zachodnią granicą działki obr. 068 nr 151/14, następnie w kierunku południowo-zachodnim wzdłuż tej granicy, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż południowych granic działek obr. 068 nr 151/12, 151/10, 151/9, 151/8, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 068 o nr: 151/8, 151/7, 151/5 oraz 151/4 do punktu styku z północną granicą działki obr. 068 nr 151/4,
- c) Obszar Zespołu pocysterskiego w Oliwie (katedra Oliwska i zabudowania poklasztorne), którego granice wyznaczają: od północy północna granica działek obr. 006 o nr: 269/1, 269/2, 270, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 006 o nr: 270, 274, 275, 288/3, 291, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 006 o nr: 291 i 292, następnie w kierunku północnym

zachodnie granice działek obr. 006 o nr: 292, 291, 288/3, 277/2, 274, 273/1, 272/1, 277/2, 269/1 do miejsca styku z północną granicą działki obr. 006 nr 269/1,

- d) Obszar pola bitewnego na Półwyspie Westerplatte z obiektami historycznymi oraz Zespół Twierdzy Wisłoujście, którego granice wyznaczają: od północy północna granica działki obr. 046 o nr 77/2, następnie w kierunku wschodnim linia brzegowa do styku z południową granicą działki obr. 062 nr 22, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 062 o nr: 22, 23, 20, 24, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 062 o nr: 31, 39, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 062 o nr: 39, 41, 48, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek w obr. 062 o nr: 49/1, 52, 59, 62, 55, 54/2, w obr. 073 o nr: 14/6, 14/8, 14/1, 14/7, 14/2, 22, 21, 20, 30, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 073 o nr: 30 i 36, następnie w kierunku północnym linią brzegową Martwej Wisły (obejmując od wschodu Zespół Twierdzy Wisłoujście) do miejsca styku z północną granicą działki obr. 046 o nr 77/2;

2) Obszar SR (oznaczony kolorem czerwonym w Załączniku nr 2 do Uchwały:

- a) Obszar kolonii domów robotniczych Fundacji dr Abegga przy Politechnice Gdańskiej, którego granice wyznaczają: od północy północna granica działki obr. 055 o nr 88, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 055 o nr: 88, 406/1, 407, 412, 432, 481/2, 434/2, 435, 436, 439, 441, 442/2, 442/1, 444, 445, 446, 450/2, 449, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 055 o nr 449, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 055 o nr: 451/1, 404/1, 452/2, 604/1, 404/4, 608/3, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 055 nr 608/3, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 055 o nr: 608/3, 530/3, 333/8 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 055 nr 164, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 055 o nr: 164, działka obr. 055 nr 96 od punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 055 nr 164 do styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 055 nr 85/3, następnie w kierunku północnym wzdłuż zachodniej granicy działki obr. 055 nr 85/3 do południowo-wschodniej granicy działki obr. 055 nr 83/4, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działek obr. 055 nr: 85/6, 90, 89, 88 do miejsca styku z północną granicą działki obr. 055 nr 88,
- b) Obszar osiedla domków robotniczych Fundacji dr Abegga, którego granice wyznaczają: od północy północno-zachodnia granica działki obr. 032 nr 40, następnie w kierunku północno-wschodnim północno-zachodnie granice działek obr. 032 o nr: 39, 38, 37, 36, następnie w kierunku kolejno północno-wschodnim i południowo-wschodnim północno-zachodnia i północno-wschodnia granica działki obr. 032 nr 41/2, następnie w kierunku południowo-wschodnim północno-wschodnie granice działek obr. 032 o nr: 56, 57, 72, 73, 74, 85, 104, 122, 139, 148, następnie w kierunku południowo-zachodnim południowo-wschodnie granice działek obr. 032 o nr: 148, 147, 146, 145, 144, 143, 142, 141, 140, następnie w kierunku północno-zachodnim południowo-zachodnie granice działek obr. 032 o nr: 140, 139, 138, 123, 122, 114, 113, 104, 95, 94/2, 85, 81, 80, 73, 65, 64, 56, 47/4, 46, 41/2, 40 do miejsca styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 032 nr 40,
- c) Obszar zespołu ruralistycznego przedmieścia Św. Wojciech: teren w granicach obszaru wpisanego do rejestru zabytków Województwa Pomorskiego nr 1119 z dnia 10 października 1986 r. (nr 964 dawnego rejestru zabytków Województwa Gdańskiego):
- w obszarze objętym decyzją - strefa konserwacji urbanistycznej,
 - w strefie ochrony otoczenia zespołu urbanistycznego - strefa ograniczenia gabarytu zabudowy,
- d) Obszar zespołu zabudowy ul. Jaśkowej Doliny, którego granice wyznaczają: od północy północna granica działki obr. 041 nr 450, w kierunku wschodnim wzdłuż granicy działki obr. 041 nr 450 do styku z zachodnią granicą działki obr. 055 nr 201, następnie w kierunku północnym i wschodnim północna granica działki obr. 055 nr 201 do styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 055 nr 216, następnie w kierunku wschodnim do zachodnio-północnej granicy działki obr. 55 nr 232/22, następnie w kierunku wschodnim północna granica działek obr. 055 o nr: 232/22 i 235, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działek obr. 055 o nr: 235, 233/25, 233/23, 217/2, następnie w kierunku zachodnim i południowym północna i zachodnia granica działki obr. 055 nr: 326, zachodnia granica działki obr. 054 nr 3, następnie w kierunku południowym południowe granice działek obr. 055 nr 326 i obr. 054 nr 196, następnie w kierunku zachodnim północą granica działki obr. 054 nr 27, następnie w kierunku zachodnim i południowym północna i zachodnia granice działek obr. 054 nr 196 i 192

do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 054 nr 164, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 054 o nr: 154, 160, 159, 156, 155, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działek obr. 054 o nr: 154, 155, 153, 152, 113/2, 113/1 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 054 nr 570, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działek obr. 054 o nr: 570, 569, 568, 567, 566, 561, następnie w kierunku wschodnim, północnym i zachodnim wzdłuż południowej, wschodniej i północnej granicy działki obr. 054 nr 672/1 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 041 nr 462/5, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 041 o nr: 462/5, 460/3, 461/3, 461/4 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 040 nr 189/20, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 040 nr 189/20, następnie w kierunku południowym, wschodnim i północnym południowa wschodnia i północna granica działki obr. 041 nr 472, następnie w kierunku północnym granica działki obr. 040 nr 189/20 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 041 nr 424, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 041 nr 450 do punktu styku z północną granicą działki obr. 041 nr 450,

- e) Obszar układu urbanistycznego osady portowej w Nowym Porcie: teren w granicach obszaru wpisanego do rejestru zabytków Województwa Pomorskiego nr 1013 z dnia 8 czerwca 1982 r. (nr 846 dawnego rejestru zabytków Województwa Gdańskiego):

- Strefa „A” – pełnej ochrony konserwatorskiej, obejmująca obszary szczególnie wartościowe – do bezwzględnego zachowania,
- Strefa „B” – ochrony konserwatorskiej, obejmująca obszar podlegający rygorom w zakresie utrzymania zasadniczych elementów rozplanowania istniejącej substancji o wartościach kulturowych oraz charakteru i skali zabudowy,
- Strefa „C” – ochrony ekspozycji, obejmująca obszar stanowiący zabezpieczenie właściwej ekspozycji na Pomnik Westerplatte i Twierdzę Wisłoujście,

- f) Obszar Wielkiej Alei: teren w granicach obszaru wpisanego do rejestru zabytków Województwa Pomorskiego nr 411 z dnia 24 lutego 1967 r. (nr 285 dawnego rejestru zabytków Województwa Gdańskiego): działki obr. 055 o nr: 404/8, 609/17, 628/9, obr. 056 o nr: 280/1, 281/3,

- g) Obszar ochrony ekspozycji osi widokowej Książęcy Widok (otwarcie widokowe z Parku Oliwskiego w kierunku linii brzegowej, wzdłuż ul. Bolesława Krzywoustego), którego granice wyznaczają: od północy południowa granica działki obr. 16 nr 6 wraz z jej przedłużeniem w kierunku wschodnim i zachodnim do punktów styku z granicami pozostałych fragmentów obszaru SR, od południa północna granica działki obr. 16 nr 75/4 wraz z jej przedłużeniem w kierunku wschodnim i zachodnim do punktów styku z granicami pozostałych fragmentów obszaru SR, od wschodu i zachodu kolejno granice zachodnie i wschodnie granice pozostałych fragmentów obszaru SR na odcinkach wyznaczonych wyżej wymienionymi punktami styku,

- h) Obszar układu urbanistycznego Starej Oliwy wraz z zespołem Potoku Oliwskiego oraz osią widokową Książęcy Widok (której granice obszaru ochrony ekspozycji opisano w literze g), którego granice wyznaczają: od północy północna granica działki obr. 006 nr 324/3, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 006 o nr: 324/3, 323/1, 319/1, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 006 o nr: 324/1, 339/2, 338/3, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 006 nr 338/3, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 006 o nr 338/3, następnie w kierunku wschodnim północna granice działek obr. 006 o nr: 226/3, 251/3, obr. 014 nr 193/3, obr. 015 o nr: 4/3, 185/1, 318/3, 113/6, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 008 nr 68/4, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 008 nr 104/4, następnie w kierunku północno-wschodnim wzdłuż północno-zachodniej granicy administracyjnej Miasta, następnie w kierunku południowo-wschodnim wzdłuż linii brzegowej na długości 2121 metrów, następnie w kierunku zachodnim zgodnie z granicą opisaną we wpisie do rejestru zabytków Województwa Pomorskiego nr 850 z 14.09.1976 r. (nr 730/719 dawnego rejestru zabytków Woj. Gdańskiego); w linii wytyczonej przedłużeniem ul. Kaplicznej i ul. Wypoczynkowej) do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 018 nr 6/5, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 018 o nr 6/5, 6/4, 4/8, obr. 008 nr 245/7, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działek obr. 008 nr 245/7, obr. 018 nr: 4/11, 38/6, 126/1 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 008 nr 122, następnie w kierunku

północnym zachodnia granica działki obr. 008 nr 122 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 015 nr 449/68, następnie w kierunku zachodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 015 nr 449/68 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 015 nr 449/68, następnie w kierunku zachodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 15 nr 412/4 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 015 nr 363, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 015 nr 412/4, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 015 nr 360 oraz działki obr. 015 nr 359 na długości 48 metrów, następnie w kierunku wschodnim do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 015 nr 355, następnie w kierunku zachodnim południową granicą działek obr. 015 o nr: 357/5, 198, 197, 198, 199/1, 200/21, 200/16, 200/21, 21/10, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działek obr. 015 o nr: 21/5, 21/9, następnie kolejno północna, wschodnia i południowa granica działki obr. 015 nr 12/5, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 015 o nr: 12/6, 12/7, 11, 12/7, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 015 nr 26, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 015 o nr: 26, 1, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działek obr. 014 nr 215/5 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 019 nr 29/5, następnie w kierunku zachodnim do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 014 nr 268/1, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działek obr. 014 o nr: 268/1, 266/2, 143/2, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 013 nr 143/2, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 013 o nr: 143/2, 142/2, 22 do południowo-zachodniego punktu styku z działką obr. 013 nr 22, następnie w kierunku zachodnim do południowo-wschodniego punktu styku z działką obr. 012 nr 50/2, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 012 nr 50/2, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działek obr. 012 o nr: 183, 185, 425/10, 427, 477/12, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 012 nr 531/2, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działek obr. 012 o nr: 531/2, 532/1, 584/1, 583, 568, 569, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 012 nr: 426/14, następnie w kierunku północnym południowa i wschodnia granica działki obr. 011 nr 4, następnie w kierunku północnym wschodnia i północna granica działki obr. 011 nr 144, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 011 nr 90/24, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działek obr. 011 o nr: 90/24, 90/17, 90/20, 90/12, następnie kolejno wschodnia, północna i zachodnia granica działki obr. 011 nr 90/10, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 011 nr 90/12, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 011 nr 90/20, następnie w kierunku kolejno wschodnia północna i wschodnia granica działki obr. 011 nr 90/7, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 011 nr 91, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działek obr. 011 o nr: 91, 1, 91, 109, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 011 o nr: 110, 111, 125/6, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 011 nr 125/5 od punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 011 nr 125/6 do punktu styku z południową granicą działki obr. 009 nr 2/9, następnie w kierunku zachodnim, północnym i wschodnim kolejno południowa, zachodnia i północna granica działki obr. 009 nr 2/9, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 009 o nr: 103, 102/10, następnie w kierunku północnym i zachodnim kolejno wschodnia i północna granica działki obr. 009 nr 101, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 009 nr 95, następnie w kierunku wschodnim, północnym i zachodnim kolejno południowa, wschodnia i północna granica działki obr. 009 nr 92, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 010 o nr: 517, 516, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 010 nr: 516, obr. 009 nr 92, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 004 nr 86, obr. 005 nr 8/7, 15, 16, 20/2, 21/2, 47, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 010 o nr: 131/2, 131/3, następnie w kierunku wschodnim i północnym kolejno południowa i wschodnia granica działki obr. 006 nr 340/9 do punktu styku z północną granicą działki obr. 006 nr 324/3,

- i) Obszar terytorium Miasta Gdańska w granicach obwarowań XVII w. z obszarem Biskupiej Górki i jego otoczenia (obejmując m.in. Kolonie Fałata i Kolonie Przyszłość), układ urbanistyczny Miasta Gdańska w obrębie nowożytnych fortyfikacji: teren w granicach obszaru wpisanego do rejestru zabytków Województwa Pomorskiego nr 15 z dnia 11 października 1947 r. (nr 8 dawnego rejestru zabytków Województwa Gdańskiego),

- z wyłączeniem fragmentów obszaru SZ i S0, których granice znajdują się wewnątrz obszaru SR;

3) Obszar S1 (oznaczony kolorem pomarańczowym w Załączniku nr 2 do Uchwały):

- a) teren w rejonie dzielnicy Oliwa, którego granice wyznaczają od północy: granica administracyjna Miasta z Miastem Sopot w północno-wschodnim punkcie styku działki obr. 006 nr 24/2 w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 006 o nr: 24/2, 82/3, 218/1, 219/1, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż północnej granicy obszaru SR do miejsca styku ze wschodnią granicą działki obr. 006 nr 341/1, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 006 o nr: 341/1 i 340/9 do styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 006 nr 340/3, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 006 o nr 340/3, 340/4, 333/24, 333/17, 333/23, 333/13, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 006 o nr: 333/13, 336/14, 336/17, 336/23, 96/1, 374 do styku z północną granicą działki obr. 006 nr 372, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 006 o nr: 372, 371, 370/1, 370/2, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 004 o nr: 81 i 72, następnie w kierunku północnym i wschodnim północna granica administracyjna Miasta do styku ze wschodnią granicą działki obr. 006 nr 24/2,
- b) teren, którego granice wyznaczają od północy na skrzyżowaniu ul. Jarosza Henryka Derdowskiego z ul. Polanki południowa granica działki obr. 012 nr 50/2 następnie w kierunku wschodnim wzdłuż południowej granicy obszaru SR do styku z zachodnią granicą działki obr. 013 nr 211, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 013 nr 211 do styku z północną granicą działki obr. 013 nr 181, następnie w kierunku zachodnim i południowym północna, zachodnia i południowa granica działki obr. 013 nr 181 do styku z północną granicą działki obr. 013 nr 171/3, następnie w kierunku południowym i zachodnim wschodnia i południowa granica działki obr. 013 nr 171/3 następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 012 o nr: 174/1 i 328/1, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 012 o nr: 328/1 i 257/4, następnie w kierunku północnym wzdłuż wschodnie granicy obszaru SR do punktu styku z południową granicą działki obr. 012 nr 50/2,
- c) teren, którego granice wyznaczają od północy na skrzyżowaniu ul. Rzepichy z ul. Chłopską północna granica działki obr. 015 nr 355, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż południowej granicy obszaru SR do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 017 nr 22/6, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 017 o nr: 22/6, 22/1, 30, 77, 2/39, 4/11, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 017 o nr: 4/11 i 4/12, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 017 o nr: 4/12, 2/4, 29/2, 27/2, 2/5 i 1/3, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 017 nr 1/5, obr. 015 o nr: 357/5, 200/10, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 015 o nr: 200/10, 357/5, 356, 357/5 i 355 do punktu styku z północną granicą działki obr. 015 nr 355,
- d) teren, którego granice wyznaczają od północy na skrzyżowaniu ul. Piastowskiej z ul. Wypoczynkową wschodnia granica działki obr. 018 nr 5/1, następnie w kierunku południowo-wschodnim południowo-zachodnia granica obszaru SR do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 018 nr 7/8 następnie w kierunku południowo-zachodnim zachodnia granica działki obr. 018 nr 13/1 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 018 nr 7/7, następnie w kierunku zachodnim południowo-zachodnie granice działek obr. 018 o nr: 7/7, 7/12, 7/11, 38/3 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą obszaru SR, następnie w kierunku północnym wzdłuż południowo-wschodniej granicy obszaru SR do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 018 nr 5/1,
- e) teren (w okolicach deptaka do mola w Brzeźnie i Brzeźno-osada rybacka), którego granice wyznaczają od północy: północno-zachodni punkt styku działki obr. 022 nr 7/4 w kierunku wschodnim (wzdłuż południowych granic obszaru SZ) północne granice działek obr. 022 o nr: 7/4, 7/8, 8/3, 8/4, 8/1, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 022 o nr: 10/3, 9/1, 9/4, 9/3, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 022 o nr: 9/3, 10/5, 14/2, obr. 034 o nr: 2/8, 74, 75/7, 83, 84, 493, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 034 o nr: 493, 87 do punktu styku z północną granicą działki obr. 044 nr 138/4, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 034 o nr: 138/1, 139/3, 512, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 034 o nr: 512, 138/9, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 034 o nr: 138/9, 140/4, 141/1, 140/3, 87, 89, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działek obr. 034 o nr: 111/1, 109/1, 22, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działek obr. 022 o nr: 25/1, 37/3, 40/1, następnie południowa i zachodnia granica działki obr. 022 nr 40/1, następnie w kierunku północnym (wzdłuż granic obszaru SZ) zachodnia granica

działki obr. 022 nr 37/3, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 022 o nr: 36/3, 36/5, 32/6, 32/5, 28/12, następnie w kierunku północnym zachodnia granice działek obr. 022 o nr: 28/12, 27, 19/1, 21, 22/15, następnie w kierunku zachodnim i północnym odpowiednio południowa i zachodnia granica działki obr. 022 nr 18/7, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 022 o nr: 18/7, 18/6, 18/5, 7/10, 7/9, 7/8, 7/4 do punktu styku z północną granicą działki obr. 022 nr 7/4,

f) teren, którego granice wyznaczają od północy na skrzyżowaniu ul. Antoniego Michny z ul. Uczniowską północna granica działki obr. 052 nr 63/2 następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 059 nr 164, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 059 o nr: 164, 165, 167, następnie w kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 059 nr 167 do punktu styku z północną granicą działki obr. 059 nr 174, następnie w kierunku wschodnim północna granica działek obr. 059 o nr: 174, 181/4, 186, 187, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 059 o nr: 269, 274, 275, 280, 283, 284/2, 331/2, 332, 333, 334, 347/3, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 059 o nr: 347/3, 347/2, 347/1, 358/2, następnie w kierunku wschodnie granice działek obr. 059 o nr: 358/2, 359, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 059 o nr: 359, 306, 301, następnie w kierunku południowo-zachodnim południowo-wschodnie granice działek obr. 059 o nr: 187, 258, 257, 256, 255, 254, 253/3, 253/2, 251/3, 252/4, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 059 o nr: 246, 245, 244, 243, 240/2, 241, 242/4, następnie w kierunku zachodnim i północnym kolejno południowa zachodnia granica działki obr. 059 nr 242/4, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 059 o nr: 241, 240/1, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 058 o nr: 108/3, 107/2, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 058 o nr: 107/2, 106/2, 105/3, 102/2, 101/2, 99/2, 97, 90/2, 89/4, 70/2, 69/1, 65/2, 64/2, 63/2 do punktu styku z północną granicą działki obr. 052 nr 63/2,

g) teren, którego granice wyznaczają od północy na skrzyżowaniu ul. Antoniego Abrahama z ul. Polanki północna granica działki obr. 029 nr 89/7, następnie kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 030 nr 27, 33/2, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 030 o nr: 33/2, 33/3, 44/3, następnie w kierunku wschodnim zachodnie granice działek obr. 030 o nr: 370/1, 94/2, 170/2, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 030 nr: 170/2, obr. 031 nr 818/1, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 032 nr 25/2, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 032 o nr: 26/9, 34/7, 149, 150/5, 150/4, 158/2, 170/1, obr. 031 nr 837/4, następnie w kierunku wschodnim południowa granice działek obr. 041 nr 69/14, 258/7, obr. 55 nr 2/2 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 055 nr 61, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej południowo-wschodnią granicą działki obr. 055 nr 61 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 056 nr 152/1, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 055 nr: 2/2 obr. 056 nr 136/1, obr. 041 nr 258/7 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 032 nr 286, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 032 nr 286, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 032 o nr: 192/7, 192/6, 152/2, następnie północna granica działki obr. 032 nr 152/2, następnie w kierunku wschodnim zachodnia i północna granica działki obr. 042 nr 37/4, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 042 o nr: 36/2, 36/3, 3/5, 2/2, 2/1, 3/4, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej północno-zachodnią granicą działki obr. 042 nr 3/4 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 042 nr 4/3, następnie w kierunku północnym południowa i zachodnia granica działki obr. 042 nr 6/6, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 042 o nr: 7/6, 6/3, 10/1, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 042 nr 10/1 na długości 32 metrów, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 033 nr 95/34, następnie w kierunku wschodnim północna granica działek obr. 033 o nr: 89, 241/2, 239/9, 239/8, 239/7, 239/6, 239/5, 239/4, 239/3, 239/2, 239/10, 239/11, 241/2, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 033 o nr: 241/2, 235/9, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 042 o nr: 287/6, obr. 043 nr 219, następnie zachodnia i północna granica działki obr. 033 nr 246/5, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 033 o nr: 246/8, 360/6, 246/3, 248/24, 360/6, następnie zachodnia, północna i wschodnia granica działki obr. 033 nr 247/3, następnie w kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej południowo-wschodnią granicą działki obr. 033 nr 247/3 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 043 nr 113, następnie północna i wschodnia granica działki obr. 043 nr 113, następnie w kierunku południowym zachodnia

i południowa granica działki obr. 043 nr 23/4, następnie w kierunku południowym północna i wschodnia granica działki obr. 043 nr 651, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 043 o nr: 851/2, 1041/2, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 044 o nr: 1254, 1071, 1070, 995, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działek obr. 044 o nr: 994/2, 1050, 1051, 1050, następnie północno-zachodnia granica działki obr. 056 nr: 261/4, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 044 o nr: 1266, 1068, 1069/2, 1243/4, 1243/5, 1243/3, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 043 nr 1062/6, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 056 o nr: 169 i 259, następnie zachodnia granica działki obr. 056 nr 268/4, następnie w kierunku zachodnim wschodnia i południowa granica działki obr. 056 nr 267/11, następnie w kierunku północno-zachodnim północne granice działek obr. 055 nr 628/9, następnie wzdłuż północnej, zachodniej, południowej i wschodniej granicy obszaru SR do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 055 nr 616, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 055 o nr: 616, 617, 618, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 055 nr 618, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 055 o nr: 647/2, 623, 622, 627, 647/2, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 055 o nr: 646, 645, 630/9, następnie w kierunku południowo-wschodnim południowo-zachodnia granica obszaru SR do punktu styku z północno-zachodnią granicą obr. 067 nr 23, następnie w kierunku zachodnim północna, zachodnia i południowa granica działek obr. 067 nr 23, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 067 nr 24/2, następnie w kierunku południowym wzdłuż granicy obszaru SR do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 067 nr 313/6, następnie w kierunku północnym i zachodnim granice działek obr. 067 o nr: 313/6, 313/5, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 067 o nr: 313/6, 286, następnie w kierunku południowym wzdłuż granicy obszaru SR do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 079 nr 471/9, następnie w kierunku północno-zachodnim północno-wschodnie granice działek obr. 079 o nr: 471/9, 138/3, 94, 2/4, obr. 066 o nr: 65/8, 65/9, obr. 065 o nr: 64, 61/24, 355/3, 55/1, 5/3, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 054 o nr: 700/1, 434/1, 245/1, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 054 o nr: 244/1, 244/2, 215, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 054 o nr: 214/2, 213/6, 214/2, 196, 202, 201, 196, obr. 055 o nr: 327, 326, następnie w kierunku północno-wschodnim wzdłuż granicy obszaru SR do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 040 nr 189/20, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż północnej granicy działek obr. 040 o nr: 189/20, 189/10, 189/9, 189/11, 189/20, 188/11 na długości 59 metrów, następnie w kierunku zachodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 039 nr 116/20 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 039 nr 116/20, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 039 o nr: 116/20, 116/12, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 039 o nr: 116/12, 116/10, 116/11, 118/1, 116/11, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 039 o nr: 116/11, 116/34, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 039 nr 116/27, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 039 o nr: 109/2, 108/2, 102/7, 103/4, 102/5, 113/2, 98/2, 97/2, 96/2, 93/1, 91/1, 90/7, obr. 038: 5/1, 3/5, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 038 o nr: 2/5, 92/1, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 038 o nr: 98/1, 99/2, , następnie w kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 038 nr 99/2 do punktu styku z północną granicą działki obr. 038 nr 96, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 038 o nr: 96, 97/2, 97/1, obr. 039 nr 130, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 039 o nr: 130, 129, 130, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 039 o nr: 131/1, 131/2, 131/6, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 039 nr 131/4, obr. 052 o nr: 9/4, 9/2, 8, 3, następnie w kierunku zachodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 052 nr 1/4 od punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 052 nr 3 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 052 nr 1/4, następnie w kierunku północnym wschodnia i północna granica działki obr. 052 nr 1/5, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 052 nr 1/1, obr. 038 nr 167/6, obr. 052 nr 35/3, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 037 o nr 117, 118, 133/2, następnie w kierunku północno-zachodnim południowe granice działek obr. 037 o nr 133/2, 100/178, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 037 o nr: 140/2, 140/3, 139/119, następnie w kierunku północnym, zachodnim i południowym wschodnia granica działki obr. 037 nr 139/81, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 037 o nr: 59, 146, 54/4, 54/3, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 037 o nr: 145/2, 156/2, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 037 nr 36, obr. 027 o nr: 158/1, 153/6, obr. 038 nr 244,

obr. 027 o nr: 153/5, 153/8, 150/80, 150/81, 150/10, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 027 o nr: 149/10, 149/5, 149/10, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 027 nr 149/10 do punktu styku z linią wyznaczoną przedłużeniem południowo-wschodniej granicy działki obr. 026 nr 216, następnie w kierunku północnym północno-wschodnia granica działki obr. 026 nr 216, następnie w kierunku wschodnim i północnym kolejno południowa i wschodnia granica działki obr. 026 nr 210/2, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 026 o nr: 212, 210/2, 211, 207, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 011 o nr: 142, 141, obr. 029 nr 405/4, obr. 028 nr 86, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 028 nr 86, obr. 029 o nr: 409, 406/2, następnie w kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 031 nr 18/9, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 031 o nr: 26, 20, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 031 o nr: 20, 27/4, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 031 o nr: 27/4, 28, 27/2, 27/4, 203/2, 202/4, 202/1, 200/1, 200/2, obr. 029 o nr: 405/1, 405/4, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 029 nr: 405/4, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 029 o nr: 403, 404, 403, obr. 012 o nr 588, 589, 586, 584/4, 584/2, następnie w kierunku północnym wzdłuż południowo-wschodniej granicy obszaru SR do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 029 nr 89/7,

- h) teren w okolicy ul. Matemblewskiej – działki obr. 027 o nr: 32, 27/5, 27/6, 27/3,
- i) teren w okolicy ul. Myśliwskiej, którego granice wyznaczają od północy północna granica działki obr. 037 nr 163/14, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 037 o nr: 163/7, 163/11, 163/15, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 037 o nr: 163/15, 163/7, obr. 049 o nr: 4/6, 5/3, 5/4, 5/1, 3, 20/21, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 049 o nr: 2/21, 2/22, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 049 o nr: 2/9, 1/1, 4/4, obr. 037 o nr: 159/11, 159/7, obr. 049 nr 4/7, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 037 o nr: 163/13, 163/14, do punktu styku z północną granicą działki obr. 037 nr 163/14,
- j) teren w okolicy ul. Szczęśliwej, którego granice wyznaczają od północy północne granice działek obr. 036 o nr: 409/12, 411, 412/1, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 036 nr 412/1, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 036 nr 412/1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 036 nr 413/5, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 036 o nr: 413/5, 390/3, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 036 o nr: 389/4, 409/11, 409/12 do punktu styku z północną granicą działki obr. 036 nr 409/12,
- k) teren w okolicy ul. Budowlanych, którego granice wyznaczają: od północy północna granica działki obr. 025 nr 197/2, wraz z jej przedłużeniem w linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 025 nr 195 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 025 nr 199, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 025 o nr: 201, 200/5, 200/8, 186/17, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 186/21, 205/3, 186/21, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 036 o nr: 186/18, 205/11, 206/3, 212/1, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż przedłużenia północnej granicy działki obr. 025 nr 210/3, północna i zachodnia granica działki obr. 025 nr 210/3, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 025 o nr: 212/4, 212/3, 266/22, 268/40, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 025 o nr: 268/40, 268/34, 268/33, wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 025 nr 268/33 do punktu styku z południową granicą działki obr. 025 nr 238/34, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 025 o nr: 238/34, 238/28, 238/26, 270/3, 238/49, 238/40, 177/3, 178/7, następnie w kierunku północno-wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 025 nr 197/2, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 025 nr 197/2 do punktu styku z północną granicą działki obr. 025 nr 197/2,
- l) teren w okolicy ul. Owczarnia, którego granice wyznaczają: od północy północno-zachodnia granica działki obr. 003 nr 85/3, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 003 o nr: 85/3, 85/5, 85/3, 94, 99, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 003 o nr: 102, 103, 105, 117/3, 118/3, 127/3, 127/4, 129/1, następnie w kierunku wschodnim i północnym południowa i wschodnia granica działki obr. 003 nr 129/4 do punktu styku z południową granicą działki obr. 003 nr 85/3,

- m) teren w okolicy ul. Kolejowej – działki obr. 056 o nr: 277/4, 277/3, 277/5, 277/6, 277/7, 277/8, 277/9, 277/10, 277/11, 277/12,
- n) teren w okolicy ul. ks. Jerzego Popiełuszki, którego granice wyznaczają od północy północno-zachodnia granica działki obr. 068 nr 112/59 wraz z jej przedłużeniem w linii prostej do punktu styku z nabrzeżem Martwej Wisły, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż osi Martwej Wisły do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem linii wschodniej granicy działki obr. 068 nr 112/48, następnie w kierunku południowym wzdłuż zachodniej i południowej granicy obszaru S0, następnie w kierunku południowym wzdłuż osi rzeki Motławy do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem linii północnej granicy działki obr. 081 nr 223/12, następnie w kierunku zachodnim północna granica obszaru SR, następnie w kierunku północnym wschodnia granica obszaru SR do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 068 nr 110/1, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 068 nr 110/1, następnie w kierunku północno-wschodnim wzdłuż linii wyznaczonej północno-zachodnią granicą działki obr. 068 nr 157, następnie w kierunku północno-wschodnim wzdłuż zachodniej granicy działek obr. 068 o nr: 157, 112/51, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 068 nr 112/59 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 068 nr 112/59,
- o) teren w okolicy ul. Pohulanka, którego granice wyznaczają od północy południowe granice działek obr. 709 o nr: 3/4, 2/6, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 709 o nr: 48/3, 48/5, 48/2 do punktu styku z południową granicą działki obr. 709 nr 53/3, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 709 o nr: 53/3, 4/15, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 709 o nr: 2/2, 2/7, 2/4 do punktu styku z południową granicą działki obr. 709 nr 3/4,
- p) teren w okolicy ul. bpa. Andrzeja Wronki, którego granice wyznaczają: od północy południowe granice działek obr. 711 nr 28/10, obr. 710 o nr: 61/10, 23/3, 61/10, 61/6, 24/9, 34/4, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 709 nr 49/5 (wzdłuż zachodniej granicy obszaru SR), następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 710 nr 67, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 715 nr 55/26, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 715 nr 55/63, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 715 nr 55/63 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 715 nr 68/6, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 715 nr 68/6, obr. 716 o nr: 5/1, 1/10, obr. 715 nr 39, następnie w kierunku południowym granice działki obr. 715 nr 38/1, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 715 nr 15/2, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 714 nr 11/17, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 718 nr 75, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 718 nr 18/15, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 718 nr 86/13, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 718 o nr: 69/2, 70, 73/1, następnie w kierunku południowym, wschodnim i północnym granice działki obr. 718 nr 87/2, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 718 o nr 78, 76/3, 83/9, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 718 o nr: 83/9, 77/3, 77/6, obr. 716 o nr: 32/2, 29/3, następnie w kierunku wschodnim południowa i wschodnia granica obszaru SR do punktu z północną granicą działki obr. 091 nr 70/2, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 091 o nr: 70/2, 111/2, następnie w kierunku południowym wzdłuż osi opływu rzeki Motławy do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 114 nr 62, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 114 o nr: 62, 296, 556, 557, 558/2, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 114 o nr: 558/2, 557/2, 314/2, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 130 nr 62, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 130 o nr: 60, 186, obr. 114 o nr: 322, 314/1, 347, 551, 544, obr. 113 o nr: 305, 335, 381, obr. 126 nr 1, obr. 125 nr 176 do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem południowej granicy działki obr. 125 nr 76, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż linii wyznaczonej przedłużeniem południowej granicy działki obr. 125 nr 76, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działek obr. 125 o nr: 76, 73/2, 72, 71, 70, 68, 65, następnie wzdłuż linii wyznaczonej przedłużeniem południowej granicy działki obr. 125 nr 65 do punktu styku z południową granicą działki obr. 125 nr 52, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 125 o nr: 50/2, 49, następnie wzdłuż linii wyznaczonej przedłużeniem południowej granicy działki obr. 125 nr 49 do punktu styku z południową granicą działki obr. 125 nr 31, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 125 o nr: 31, 30, 26, 25, 23, 22, 21, obr. 110 o nr: 65, 66 (na długości 220 metrów), następnie w kierunku południowym w linii oddalonej o 150 metrów równolegle

od wschodnich granic działek obr. 110 o nr: 099, 223, obr. 124 nr 25 do punktu styku z północną granicą działki obr. 124 nr 49, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 124 nr 49 na długości 74 metrów, następnie w kierunku południowym w linii oddalonej o 150 metrów równoległe do wschodnich granic działek obr. 124 o nr: 48, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 124 nr 66/5, 66/1, 48, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 124 nr 44/1 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 124 nr 47/3, następnie zachodnie granice działek obr. 124 o nr: 47/3, 186/3, 186/1, 186/4, 186/5, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 124 nr 186/5 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 124 nr 199, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 124 nr 185, obr. 310 nr 48, obr. 311 nr 37 do granicy z północną granicą obszaru SR, następnie w kierunku zachodnim północna granica obszaru SR do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 316 nr 18, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 316 nr 18, obr. 310 o nr: 40, 37/3, obr. 109 o nr: 157/2, 156, 155, 154, 153, 99, 231, 99, 46/1, 45, 25, obr. 98 o nr: 80/4, 75/2, 80/3, 74, 36, 40/6, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 98 nr 29, obr. 220 nr 50/2, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 220 o nr: 50/2, 50/1, obr. 718 nr 91/3, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 718 o nr: 86/4, 86/13, obr. 719 nr 36/90, następnie w kierunku zachodnim od punktu styku z południową granicą działki obr. 719 nr 36/90 na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 713 nr 7/5 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 713 nr 7/5, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 713 nr 7/5, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działek obr. 713 o nr: 7/5, 7/8, 6, obr. 711 nr 56/2, 44/6, 28/11 do punktu styku z południową granicą działki obr. 711 nr 28/10,

q) teren w okolicy Twierdzy Wisłoujście – działki obr. 073 o nr: 45, 47, 46, 50, 49, 48,

r) teren w okolicach ul. Nowotnej, którego granice wyznaczają: od północy północne granice działek obr. 273 nr 1/38, obr. 86 o nr: 105/2, 103, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 086 o nr: 103, 99/3, 106, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 086 nr 106 do punktu styku z północną granicą działki obr. 083 nr 9/8, następnie w kierunku wschodnim granice działki obr. 273 nr 9/8, następnie w kierunku zachodnim granice działki obr. 273 o nr: 9/10, 9/4, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 273 nr 9/4, obr. 086 nr 97/2, następnie w kierunku zachodnim w linii prostej od punktu styku północno-zachodniej granicy działki obr. 086 nr 97/2 do punktu styku z południową granicą działki obr. 086 nr 93, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 086 o nr: 93, 105/2, obr. 273 nr 1/38 do punktu styku z północną granicą działki obr. 273 nr 1/38,

s) teren w okolicy ul. Jodłowej, którego granice wyznaczają: od północy południowe granice działek obr. 258 nr 116/4, obr. 273 o nr: 16, 17/2, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 265 nr 32/3, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 265 nr 41/6, następnie granice działki obr. 273 nr 23/2, następnie w kierunku południowym i zachodnim granice działki obr. 265 nr 41/6 do punktu z północno-wschodnią granicą działki obr. 265 nr 6, następnie w kierunku południowy i zachodnim kolejno wschodnia i południowa granica działki obr. 265 nr 6, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 264 o nr: 36/3, 26/1, 36/1, obr. 763 nr 4/1, obr. 762 nr 131, obr. 259 nr 109/2, 110/2, 109/1 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 259 nr 26/15, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 259 o nr: 26/15, 25, 116/5, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 258 nr 117 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 259 nr 116/5, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 258 o nr: 117, 133 do punktu styku z południową granicą działki obr. 258 nr 116/4,

t) teren w okolicy ul. Stogi, którego granice wyznaczają: od północy południowe granice działek obr. 273 o nr: 1/32, 1/20, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 273 nr 1/29, następnie północna granica działki obr. 273 nr 1/29 wraz z jej przedłużeniem w linii prostej w kierunku wschodnim do punktu styku z Wisłą Śmiałą, następnie w kierunku południowym wzdłuż nabrzeża Wisły Śmiałej do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 273 nr 14/21, następnie w kierunku zachodnim północne granice działki obr. 273 nr 22/16, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 273 nr 1/7 do punktu styku z południową granicą działki obr. 273 nr 1/32 oraz działka obr. 273 nr 8/1,

- u) teren w okolicy ul. Łowickiej, którego granice wyznaczają: od północy południowa granica działki obr. 273 nr 20/4, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 271 nr 6/15, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 271 nr 15, obr. 270 nr 116/5, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 270 nr 116/3 do punktu styku z południową granicą działki obr. 273 nr 20/4,
- v) teren w okolicach Klubu Jachtowego Stoczni Gdańskiej na Górkach Zachodnich – działki obr. 273 o nr: 22/12, 14/18, 14/20, 22/17, 22/19, 22/18, 14/19, 22/20, 14/16, 22/26, obr. 272 nr 30,
- w) teren w okolicy ul. Nadwiślańskiej i Turystycznej, którego granice wyznaczają: od północy północne granice działek obr. 139 nr 16/2, 29/1, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 139 o nr: 189, 188/2, 188/3, 187/5, 206/5, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 140 o nr: 56, 57, 58/1, 58/2, 59, 60/3, 61, 62, 63, 64, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż linii wyznaczonej przedłużeniem północnej granicy działki obr. 140 nr 122, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 140 o nr: 122, 124, 125, 128, 127/1, 127/2, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 140 nr 138, obr. 139 o nr: 7, 186/7, 206/4, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 139 o nr: 225/8, 204/4, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 139 o nr: 204/5, 166/9, 185/9, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 139 o nr: 185/9, 183, 182, 181, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 140 nr 416 do przecięcia z linią wyznaczoną przedłużeniem zachodniej granicy działki obr. 139 nr 12, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 139 nr 12 wraz z przedłużeniem w kierunku północnym do punktu styku z północną granicą działki obr. 139 nr 180/2, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 139 o nr: 180/2, 180/1, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 139 o nr: 178/4, 178/1, następnie w kierunku wschodnim północne granice obr. 139 o nr: 178/1, 178/2, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 139 nr 178/2 wraz z przedłużeniem linii w kierunku południowym do punktu styku z północną granicą działki obr. 139 nr 14/2, następnie w kierunku wschodnim, południowym i zachodnim granice działki obr. 139 nr: 14/2 wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej południową granicą działki w kierunku zachodnim do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 139 nr 13, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 139 nr 13 w kierunku południowym do punktu styku z północną granicą działki obr. 140 nr 416, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 140 o nr: 416, 309/1 do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 140 nr 179, następnie w kierunku południowym, wschodnim i północnym granice działki obr. 140 nr 179, następnie w kierunku północnym od styku ze wschodnią granicą działki obr. 140 nr 179 na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 139 nr 178/9, następnie w kierunku północnym wschodnia granice działek obr. 139 nr: 178/9 (wraz z terenami zabudowanymi znajdującymi się w granicach działki), obr. 142 nr 177, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 142 o nr: 177, 176/10, 175, 174/1, 173, 172/1, następnie w kierunku południowym zachodni brzeg Przekopu Wisły od punktu styku z południową granicą działki obr. 142 nr 172/1 do punktu styku z południową granicą działki obr. 142 nr 546, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 142 o nr: 546, 230, 546 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 142 nr 421, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 142 nr 421, obr. 143 nr 127, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 143 nr 127 w linii prostej do punktu styku z północną granicą działki obr. 143 nr 129, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 143 nr 129, następnie w kierunku wschodnim i południowym granice działki obr. 143 nr 130, do punktu styku z zachodnim brzegiem Przekopu Wisły, następnie w kierunku południowym wzdłuż zachodniego brzegu Przekopu Wisły do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 143 nr 149/6 wyznaczonego przedłużeniem południowo-wschodniej granicy działki obr. 143 nr 213, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 143 nr 213, następnie w kierunku południowym zachodnia i południowa granica działki obr. 143 nr 201, następnie w kierunku północnym południowa i zachodnia granica działki obr. 143 nr 162 do punktu styku ze wschodnim brzegiem rzeki Martwej Wisły, następnie w kierunku północnym wschodni brzeg rzeki Martwej Wisły do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 143 nr 51/1, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 143 o nr: 51/1, 51/2, 50, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 143 nr 50 wraz z przedłużeniem linii w kierunku wschodnim do styku z południową granicą działki obr. 143 nr 48, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 143 nr 48 wraz z przedłużeniem linii w kierunku wschodnim

do punktu styku z południową granicą działki obr. 143 nr 61, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 143 nr 61, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 143 nr 61, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 143 o nr: 41, 40/4, 40/3 wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 143 nr 40/3 w kierunku północnym do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 143 nr 16/1, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 143 nr 16/1 wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 143 nr 16/1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 143 nr 15, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 143 nr 15 (obejmując zabudowania na działce obr. 143 nr 10) wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 143 nr 15 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 143 nr 116, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 143 nr 116, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 143 nr 17, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 143 nr: 17 wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 143 nr 17 w linii prostej do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 143 nr 42, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 143 o nr: 42, 95, 94/1, 94/2, 93, 92, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 143 o nr: 97, 98, 100/1, 101/2, 103, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 143 nr 136 do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 143 nr 146, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 143 nr 146, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 143 o nr: 142/1, 142/2, 133, 132, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 143 nr 132, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 143 o nr: 123, obr. 142 nr 390 do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 142 nr 510/1, następnie w kierunku zachodnim i północnym granice działki obr. 142 nr 510/1 wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej zachodnią granicą działki do punktu styku z północną granicą działki obr. 142 nr 497, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 142 nr 497, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 142 nr 390 do punktu styku z południową granicą działki obr. 142 nr 157/5, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 142 o nr: 157/5, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 142 o nr: 157/5, 157/1, następnie w kierunku zachodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 142 nr 157/1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 142 nr 334, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 142 o nr: 334, 333, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 142 nr 137 do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 142 nr 134, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 142 nr 134, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 142 o nr: 279, 278, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 142 o nr: 278, 275 wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 142 nr 273, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 142 o nr: 273, 272/9, 269/6, 268 wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 142 nr 268 do punktu styku północną granicą działki obr. 142 nr: 316, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 142 nr: 316, obr. 141 o nr: 144, 153 wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 141 nr 153 do punktu styku z północną granicą działki obr. 141 nr 121, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 141 nr: 121, obr. 140 nr 302, 278/4 do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 140 nr 279/7, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 140 o nr: 278/4, 279/3, 279/4, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 140 nr 280 do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 140 nr 281/14, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 140 o nr: 281/14, 281/13, 281/19, 281/26, 281/18, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 140 nr 288/15 wraz z przedłużeniem linii wyznaczonej północną granicą działki do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 140 nr 269, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 140 nr 269 do punktu styku z brzegiem Martwej Wisły, następnie w kierunku zachodnim brzegiem Martwej Wisły do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 139 nr 74, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 139 o nr: 15/2, 15/3, 16/2 do punktu styku z północną granicą działki obr. 139 nr 16/2,

- x) teren w okolicy ośrodka rehabilitacyjno-wypoczynkowego przy ul. Przeglasińskiej – działki obr. 140 o nr 288/7, 288/6, 322/3, 322/4,
- y) teren w okolicy ul. Wienieckiej, którego granice wyznaczają od północy północna i wschodnia granica działki obr. 140 nr 338/40, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 140

o nr: 338/60, 338/46, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 140 o nr: 275, 339, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 140 o nr: 338/50, 338/54 do punktu styku z północną granicą działki 140 nr 338/40,

- z wyłączeniem fragmentów obszaru SZ, S0 i SR, których granice znajdują się wewnątrz obszaru S1.

4) Obszar S2 (oznaczony kolorem żółtym w Załączniku nr 2 do Uchwały:

- a) teren obejmujący zabudowę zespołu mieszkaniowego Żabianki, którego granice wyznaczają od północy na przecięciu Al. Grunwaldzkiej z północną granicą administracyjną Miasta: północna granica działki obr. 014 nr 2/59, następnie wzdłuż północnej granicy administracyjnej Miasta w kierunku wschodnim, południowym, wschodnim i północnym, do punktu styku z południową granicą działki obr. 007 nr 239, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż południowej granicy obr. 007 nr 239 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 007 nr 26/22, następnie w kierunku północno-wschodnim wzdłuż północnej granicy administracyjnej Miasta do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 008 nr 104/4 na granicy obszaru SR, następnie wzdłuż północnej granicy obszaru SR w kierunku kolejno południowo-wschodnim, południowo-zachodnim, południowym i południowo-zachodnim do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 006 nr 219/1 na granicy obszaru S1, następnie w kierunku północnym wzdłuż wschodniej granicy obszaru S1, do punktu styku z północną granicą działki obr. 014 nr 2/59,
- b) teren obejmujący zabudowę zespołu mieszkaniowego Przymorza Wielkiego, Zaspy i Brzeźna, którego granice wyznaczają od północy na skrzyżowaniu ul. Kaszubskiej z ul. Jarosza Henryka Derdowskiego: północna granica działki obr. 013 nr 211 na granicy z obszarem SR, następnie wzdłuż granicy obszaru SR w kierunku kolejno wschodnim, północnym, wschodnim, północnym, wschodnim, północnym, północno-wschodnim i wschodnim, do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 015 nr 335 na granicy obszaru S1, następnie wzdłuż granicy obszaru S1 w kierunku kolejno południowym, wschodnim, południowo-wschodnim i wschodnim do punktu styku z południową granicą działki obr. 017 nr 41/73, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 017 nr: 41/71, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 017 o nr: 41/71, 56/4, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 021 nr 43/7, obr. 018 nr 33/3, następnie w kierunku południowo-wschodnim północno-wschodnie granice działek obr. 018 nr 33/3, obr. 021 nr 67/4, obr. 022 nr 38/3 do punktu styku z linią wyznaczoną przedłużeniem południowo-wschodniej granicy działki obr. 022 nr 39/2, następnie wzdłuż tej linii w kierunku południowo-zachodnim północno-zachodnie granice działek obr. 022 nr 39/2, obr. 033 nr 57/2 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 033 nr 62, następnie w kierunku południowo-wschodnim i południowo-zachodnim kolejno północno-wschodnia i południowo-wschodnia granica działki obr. 033 nr 62, następnie w kierunku południowo-wschodnim południowo-zachodnie granice działek obr. 033 o nr: 279/15, 279/13, 280, 279/13, 288, 289, następnie w kierunku północno-wschodnim północno-zachodnia granica działki obr. 043 nr 1/5, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 033 nr 283/1, następnie wzdłuż granic obszaru S1 w kierunku kolejno południowo-wschodnim, północnym, wschodnim, południowym, wschodnim i północno-wschodnim do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 034 nr 138/9, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż północnych granic działek obr. 034 nr 140/5, obr. 046 nr 45, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 046 nr 45, następnie w kierunku południowo-wschodnim północno-wschodnie granice działek obr. 034 nr 140/5, 140/1, obr. 046 nr 51, obr. 045 nr 270, 271, 293, 294, 292, 291, obr. 046 nr 61, 62, następnie w kierunku północno-wschodnim, wschodnim i południowo-zachodnim kolejno północno-zachodnia, północna i południowo-wschodnia granica działki obr. 045 nr 286, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 045 o nr: 284, 279, obr. 046 nr 70 to punktu styku z linią wyznaczoną przedłużeniem południowo-zachodniej granicy działki obr. 046 nr 1, następnie w kierunku południowo-wschodnim wzdłuż tej linii na granicy obszaru SR, następnie wzdłuż granic obszaru SR w kierunku południowo-wschodnim do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 060 nr 379/2, następnie w kierunku południowo-zachodnim wzdłuż północno-zachodnich granic działek obr. 060 o nr 379/1, 378/3, 380/2, obr. 059 nr 360/1 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 059 nr 358/2 na granicy obszaru S1, następnie wzdłuż granic obszaru S1 w kierunku kolejno północno-zachodnim, południowo-zachodnim, północno-zachodnim, zachodnim, i południowo-wschodnim do punktu styku z południową granicą działki obr. 058 nr 62/4, następnie w kierunku południowo-zachodnim północno-zachodnie granice działek obr. 059 nr 266/1, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 058 o nr: 57/1, następnie w kierunku południowo-zachodnim północno-zachodnie granice działek

obr. 059 nr 57/1, 8/1, 58/3, 59/3, 60/4 do punktu styku z linią wyznaczoną przedłużeniem północno-wschodniej granicy działki obr. 058 nr 422/4, następnie w kierunku północno-zachodnim wzdłuż tej linii północno-wschodnie granice działek obr. 058 o nr: 422/4, 422/3, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 058 o nr: 422/3, 422/1, następnie w kierunku południowo-zachodnim i południowym zachodnie granice działek obr. 058 nr 422/1, 133/4, następnie w kierunku północno-zachodnim północno-wschodnia granica działki obr. 058 nr 132/6, następnie w kierunku południowo-zachodnim północno-zachodnie granice działek obr. 058 o nr: 132/6, 140, następnie w kierunku południowo-zachodnim i południowym wschodnia granica działki obr. 044 nr 704/2, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 044 nr 704/2 i wschodnia granica działki obr. 044 nr 936 do punktu styku z południową granicą działki obr. 044 nr 936 na granicy obszaru S1, następnie wzdłuż granic obszaru S1 w kierunku kolejno zachodnim, północnym, zachodnim i południowo-zachodnim, południowo-wschodnim, południowym, południowo-wschodnim, południowym, północno-zachodnim, północnym i północno-zachodnim do punktu styku z południową granicą działki obr. 012 nr 530/4 na granicy obszaru SR, następnie w kierunku północno-zachodnim wzdłuż granic obszaru SR do punktu styku z południową granicą działki obr. 012 nr 257/4 na granicy obszaru S1, następnie wzdłuż granic obszaru S1 w kierunku kolejno wschodnim, północnym, wschodnim i północnym do punktu styku z północną granicą działki obr. 013 nr 211,

- c) teren w okolicy ul. Jaśkowa Dolina, którego granice wyznaczają od północy: północna granica działki obr. 040 nr 189/19, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 040 nr 189/19 do punktu styku z północną granicą działki obr. 041 nr 461/4, następnie wzdłuż granic obszaru SR w kierunku kolejno zachodnim, południowym, północno-wschodnim, południowym i południowo-zachodnim do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 054 nr 558, następnie wzdłuż granic działki obr. 054 nr 558 w kierunku kolejno południowo-zachodnim, wschodnim, południowym, zachodnim, południowym, południowo-wschodnim i północno-wschodnim do punktu styku z południową granicą działki 054 nr 570, , następnie wzdłuż granic obszaru SR kolejno w kierunku wschodnim, południowo-wschodnim i północno-wschodnim do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 054 nr 196, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 054 o nr: 196, 214/2 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 054 nr 215 na granicy obszaru S1, następnie wzdłuż granic obszaru S1 w kierunku kolejno wschodnim, południowym, południowo-wschodnim, wschodnim, i południowo-wschodnim do punktu styku z południową granicą działki obr. 067 nr 683 na granicy obszaru SR, następnie wzdłuż granic obszaru SR w kierunku południowo-wschodnim, południowym, południowo-wschodnim i zachodnim do punktu styku z północną granicą działki obr. 709 nr 2/5 na granicy obszaru S1, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż granic obszaru S1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 709 nr 2/4, następnie w kierunku południowo-zachodnim północne granice działek obr. 709 o nr: 2/4, 49/6, obr. 710 nr 61/10, obr. 77 nr 27, obr. 710 nr 61/10, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 710 nr 61/10 do punktu styku z północną granicą działki obr. 711 nr 28/11 na granicy obszaru S1, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż granic obszaru S1 do punktu styku z południową granicą działki obr. 711 nr 28/9, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 711 nr 28/9, następnie w kierunku południowo-zachodnim południowo-wschodnie granice działek obr. 670 o nr: 215/17, 215/15, 215/14, 215/12, 214/75, 214/74, 214/75, 214/206, 214/208, 214/207, następnie w kierunku północno-zachodnim i północnym zachodnie granice działek obr. 670 o nr: 214/207, 214/208, 231/1, obr. 075 nr 121/3, 120/1, 120/2, obr. 670 nr 18/2, obr. 703 o nr: 49, 43/10, 47/1, 3/2, następnie w kierunku północno-zachodnim w linii wyznaczonej przedłużeniem południowo-zachodniej granicy działki obr. 703 nr 3/2 do punktu styku z południową granicą działki obr. 064 nr 754/2, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 064 nr 754/2, następnie w kierunku północno-zachodnim południowo-zachodnie granice działek obr. 064 nr 754/2, 734/1, 754/2, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 064 o nr: 754/2, 755/4, 755/5, 755/4, 258/1 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 064 nr 269/2, następnie w kierunku północno-zachodnim południowo-zachodnie granice działek obr. 064 o nr: 269/2, 268/4, następnie w kierunku północno-wschodnim północno zachodnie granice działek obr. 064 o nr: 268/4, 267, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 053 o nr: 295/2, 294, 293, 297, 309/22 do punktu styku z południową granicą działki obr. 053 nr 484/2, następnie w kierunku zachodnim, północnym i wschodnim kolejno południowa, zachodnia i północna granica działki obr. 053 nr 484/2, następnie w kierunku północno-wschodnim zachodnie granice działek obr. 053 o nr: 482, 192/1, następnie w kierunku zachodnim i północnym kolejno południowa i zachodnia granica działki obr. 053 o nr: 169/4, następnie w kierunku zachodnim

południowe granice działek obr. 053 o nr: 3/4, 136/1, 1/4, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 053 nr 1/4, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 053 o nr: 1/1, obr. 052 o nr: 26/1, 23/6, 19/7, 19/8, 19/3, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 052 nr 18/2, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 052 nr 18/2 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 052 nr 9/5, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 052 nr 9/5, następnie w kierunku wschodnim, północnym, zachodnim i północnym kolejno południowa, wschodnia północna i wschodnia granica działki obr. 040 nr 189/20 do punktu styku z północną granicą działki obr. 040 nr 189/19, włączając działki obr. 054 o nr: 193/2, 193/1, 194,

- d) teren w okolicy osiedla mieszkaniowo-przemysłowego Sienna Grobla oraz dzielnicy Przeróbka, którego granice wyznaczają od północy w okolicy ul. Sienna Grobla: zachodnia granica działki obr. 091 nr 2, następnie w kierunku północnym w linii wyznaczonej przedłużeniem zachodniej granicy działki obr. 091 nr 2 do punktu przecięcia z osią rzeki Martwej Wisły, następnie w kierunku południowo-wschodnim oś rzeki Martwej Wisły do punktu styku z linią wyznaczoną przedłużeniem wschodniej granicy działki obr. 091 nr 4, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 091 o nr: 16/5, 14/8, 14/5, następnie w kierunku południowo-wschodnim południowo-zachodnie granice działek obr. 091 o nr: 14/5, 13/1, 12, 10, następnie kierunku północno-wschodnim północno-zachodnia granica działki obr. 091 nr 48/3, następnie w kierunku północno-wschodnim w linii wyznaczonej przedłużeniem północno-zachodniej granicy działki obr. 091 nr 48/3, przecinając rzekę Martwą Wisłę, do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 092 nr 21, następnie w kierunku północno-wschodnim północno-zachodnie granice działek obr. 092 o nr: 35, 36, 46, 45, następnie w kierunku południowo-wschodnim północno-wschodnia granica działki obr. 092 nr 45, następnie w kierunku północno-wschodnim północno-zachodnie granice działek obr. 251 o nr: 9/2, 9/1, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 251 nr 9/1, obr. 250 nr 40/5, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 250 o nr: 40/5, 40/6, 50/3, 39/2, 48/3, 57/3, 59/1 wraz z linią wyznaczoną przedłużeniem wschodniej granicy obr. 250 nr 59/1 do punktu styku z osią Martwej Wisły, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż osi Martwej Wisły (z wyłączeniem wiaduktu kolejowego) do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem linii południowo-wschodniej granicy działki obr. 091 nr 48/3, następnie w tej linii w kierunku południowo-zachodnim i dalej południowo-wschodnia granica działki obr. 091 nr: 48/3, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 091 o nr: 48/2, 36/1, 37, następnie w kierunku południowym do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem linii wschodniej granicy działki obr. 091 nr 37 z osią Optywu Motławy, następnie w tej linii i w kierunku południowym wzdłuż osi Optywu Motławy do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem linii północnej granicy działki obr. 091 nr 111/2 na granicy obszaru S1, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż tej linii i północnej granicy obszaru S1 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 091 nr 70/2, następnie wzdłuż granicy obszaru SR w kierunku kolejno północnym, północno-zachodnim i zachodnim, następnie w kierunku zachodnim do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem linii północnej granicy działki obr. 091 nr 23/6 z osią rzeki Motławy, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż tej linii i w kierunku północnym wzdłuż osi rzeki Motławy do punktu styku z linią wyznaczoną przedłużeniem północnej granicy działki obr. 091 nr 2,
- e) teren w okolicy ul. Stryjewskiego w dzielnicy Stogi na Wyspie Portowej, którego granice wyznaczają od północy: północna granica działki obr. 755 nr 22/1, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 755 nr 22/1, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 086 o nr: 82, następnie w kierunku południowym i wschodnim kolejno zachodnia i południowa granica działki obr. 086 nr 89, następnie w kierunku południowo-wschodnim zachodnie granice działek obr. 086 o nr: 105/4, obr. 273 nr 15 do punktu styku z północną granicą działki obr. 258 nr 116/4, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 258 o nr: 116/4, 116/1, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 258 nr: 116/1, 116/4 do punktu styku z północną granicą działki obr. 258 nr 133 na granicy obszaru S1, następnie w kierunku południowym wzdłuż granic obszaru S1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 259 nr 109/1, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 259 nr 109/1, obr. 260 o nr: 21, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 257 nr 65/11, następnie w kierunku północnym i północno-wschodnim kolejno zachodnia i północno-zachodnia granica działki obr. 257 nr 74/5 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 256 nr 31, następnie w kierunku północno-zachodnim południowo-zachodnia granica działki obr. 256 nr 52/1, następnie w kierunku północnym na linii wyznaczonej przedłużeniem zachodniej granicy działki obr. 755 nr 26/51, następnie w kierunku północnym wzdłuż tej

linii wschodnia granica działki obr. 755 o nr: 26/41, następnie w kierunku północno-wschodnim południowo-wschodnie granice działek obr. 755 o nr: 26/14, 26/37, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 755 nr 26/34, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 755 nr 22/1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 755 nr 22/1,

f) teren obejmujący obszar historyczny Stare Szkoty w Gdańsku na zboczu wzgórz Chełmu, którego granice wyznaczają od północy na skrzyżowaniu ul. Cienistej i ul. Zamiejskiej: północna granica działki obr. 713 nr 11/1 na granicy z obszarem S1, następnie wzdłuż granic obszaru S1 w kierunku kolejno wschodnim i południowym do punktu styku z północną granicą działki obr. 221 nr 134/1, następnie w kierunku południowo-zachodnim i zachodnim północna i północno-zachodnia granica działki obr. 221 nr 134/1, następnie w kierunku zachodnim i północnym kolejno południowa i zachodnia granica działki obr. 303 nr 674, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 712 nr 4/34, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 712 o nr: 4/173, 7/4, 6, obr. 713 nr 11/1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 713 nr 11/1 na granicy z obszarem S1,

- z wyłączeniem fragmentów obszaru SZ, S0, SR, S1, SI, których granice znajdują się wewnątrz obszaru S2;

5) Obszar SI (oznaczony kolorem różowym w Załączniku nr 2 do Uchwały):

a) teren hali widowiskowo sportowej „ERGO Arena” – działka obr. 007 nr 239,

b) teren Hali Olivia – działki obr. 013 o nr: 220/6, 220/7,

c) teren stadionu piłkarskiego w Letnicy „Stadion Energa Gdańsk” – działka obr. 058 nr 422/1;

6) Obszar S3 (oznaczony kolorem żółtym w Załączniku nr 2 do Uchwały):

a) teren w okolicy dzielnicy Osowa na styku z północno-zachodnią granicą administracyjną Miasta przy ul. Myśluborskiej, którego granice wyznaczają od północy: północna granica działki obr. 001 nr 1, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż północnej granicy administracyjnej Miasta w kierunku kolejno wschodnim, południowym, wschodnim, południowo-wschodnim, wschodnim, zachodnim, południowo-wschodnim, północno-wschodnim, południowo-wschodnim i północno-wschodnim do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 001 nr 449/3, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 001 nr 449/3 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 001 nr 459/4, następnie w kierunku południowo-wschodnim wzdłuż północno-wschodnich granic działek obr. 001 nr: 459/4, 483/9, 484/4, 501/4, 500/4, 499/4, 493/4, 485/18, 504/22, 504/21, 502/9, 502/7 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 001 nr 502/7, następnie w kierunku wschodnim od punktu styku północno-zachodniej i południowo-wschodniej granicy działki obr. 001 nr 502/7 w linii prostej prostopadle do wschodniej granicy działki obr. 001 nr 525/4 na granicy administracyjnej Miasta, następnie wzdłuż granicy administracyjnej Miasta w kierunku kolejno południowym, zachodnim, południowym i wschodnim do styku z zachodnią granicą działki obr. 001 nr 795/1, następnie w kierunku zachodnim, południowo-zachodnim i południowym kolejno wschodnia granica działki obr. 001 nr 832/1, do punktu styku z linią wyznaczoną przedłużeniem południowej granicy działki obr. 001 nr 1170/112 w linii prostej do styku ze wschodnią granicą działki obr. 001 nr 1175/1, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż tej linii i południowej granicy działki obr. 001 nr 1170/112, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 001 o nr: 1170/111, 1809, 1246/63, 1248/16, obr. 003 o nr: 60/1, 56/3, 54/5, 615/12, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 003 o nr: 615/13, 41/2, 601, 615/10, 590, następnie w kierunku zachodnim w linii wyznaczonej od punktu styku północno-zachodniej i zachodniej granicy działki obr. 003 nr 590 do punktu styku północno-zachodniej i wschodniej granicy działki obr. 003 nr 92/39, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 003 o nr: 92/42, 92/41, 91/1, 18/1, 19/3, 17/3, 16/12, 17/3, obr. 002 o nr: 8, 9, 17, 76, 20, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 002 nr: 75, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 002 o nr: 89/2, 89/1, 90/2, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 002 o nr: 90/2, 90/1, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 002 nr 67 do punktu styku z linią wyznaczoną zachodnią granicą działki obr. 002 nr 200, następnie w kierunku południowym wzdłuż tej linii i zachodnich granic działek obr. 002 o nr: 200, 202/6, 203, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 002 nr 203 do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem wschodniej granicy działki obr. 002 nr 327, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 002 nr 327, 328, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 002 nr 329/9, 321, 322/40 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 002 nr 322/2 wraz z przedłużeniem do punktu styku północno-wschodniej granicy

działki obr. 002 nr 322/34, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 002 nr 322/34, następnie w kierunku południowym wzdłuż zachodnich granic obr. 002 o nr: 322/34, 322/39 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 002 nr 322/39, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 002 nr 322/39 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 002 nr 322/36, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 002 nr 322/23, następnie w kierunku zachodnim granica administracyjna Miasta do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 002 nr 210, następnie w kierunku północnym granica administracyjna Miasta do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 001 nr 1,

- b) teren w okolicy ul. Telewizyjnej, którego granice wyznaczają od północy: północno-zachodnia granica działki obr. 003 nr 20/1, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 003 o nr: 20/1, 20/2, 20/3 do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem linii wschodniej granicy działki obr. 003 nr 95/19, następnie w kierunku południowym do punktu styku wyznaczonego północno-wschodnią granicą działki obr. 003 nr 95/19, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 003 o nr: 95/19, 95/15, 95/18, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 003 o nr: 100/1, 1, 96, 97, 100/17, 100/19, 101/2 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 003 nr 229, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 003 o nr: 108/3, 258 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 003 nr 257/3, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 003 o nr: 275/1, 271 do punktu styku będącego przedłużeniem linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 003 nr 277, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 003 nr 277, następnie w kierunku południowym i wschodnim kolejno zachodnia i południowa granica działki obr. 009 nr 128/4 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 003 nr 698, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 009 nr 6/2 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 009 nr 135/4, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 009 nr 135/4, obr. 025 nr 136/4, następnie w kierunku północno-zachodnim północna granica działki obr. 025 nr 136/4, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 025 nr 136/3 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 025 nr 126/1, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 025 nr 126/1 wraz z jej przedłużeniem w linii do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 025 nr 36, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działki obr. 025 o nr: 126/2, 32, obr. 003 nr 151 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 002 nr 344, następnie w kierunku zachodnim północna i wschodnia granica działki obr. 003 nr 344 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 003 nr 346, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 003 o nr: 346, 348/2, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 003 nr 348/2 od punktu styku północno-zachodniej granicy działki obr. 003 nr 348/2 do punktu styku północno-wschodniej granicy działki obr. 003 nr 351/5, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 003 nr 351/5 wraz z jej przedłużeniem w linii prostej do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 003 nr 335/3, następnie w kierunku północnym zachodnia i północna granica działki obr. 003 nr 335/3, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 003 o nr: 330, 329/2, 306/3 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 003 nr 321/3, następnie w kierunku północno-zachodnim południowa granica działki obr. 003 nr 150 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 003 nr 303/9, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 003 nr 303/9, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 003 nr 303/20, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działek obr. 003 o nr: 299/17, 298, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działek obr. 003 o nr: 298, 313/15, 313/14, 313/13, 296 do punktu styku z granicą administracyjną Miasta, następnie w kierunku wschodnim i południowym granica administracyjna Miasta do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 003 nr 20/1,
- c) teren w okolicy ul. Elewów, którego granice wyznaczają od północy: północą granica działki obr. 025 nr 139/82, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działek obr. 025 nr: 142/5, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 0025 o nr: 124/5, 142/1, 142/2, 143/3, 143/4, 143/5, następnie w kierunku północnym zachodnia i północna granica działek obr. 025 nr 150/1, 155/2, 153/1, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 025 nr: 153/1, następnie granice działki obr. 005 nr 153/2 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 025 nr 152, następnie w kierunku północnym i wschodnim południowe granice działek obr. 009 nr 133/4, obr. 011 nr 132, następnie w kierunku południowym zachodnie i południowe granice działek obr. 011 nr: 131, 9 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 026 nr 21/24, następnie w kierunku

południowym zachodnia granica działki obr. 026 nr 213 wraz z jej przedłużeniem w linii prostej do punktu styku z północną granicą działki obr. 027 nr 152/4, następnie w kierunku zachodnim północna i zachodnia granica działki obr. 027 nr 152/4, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 027 nr 152/4, 152/10, 156 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 027 nr 22/13, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 025 nr 248 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 027 nr 22/15, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działek obr. 027 o nr: 17, 6, następnie w kierunku zachodnim północna granica działek obr. 027 o nr: 6, 5/11, 5/13, obr. 025 o nr: 224/3, 224/4, 213/1, 184/1, 186/23, 186/36, 183, 172/4, 172/5, 137/9, 137/20, 137/19, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 025 nr 140 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 025 nr 140, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 009 nr 135/4 do punktu styku z północno-zachodnią granicą obr. 025 nr 139/82,

- d) teren w okolicy ul. Reja, którego granice wyznaczają od północy: północna granica działki obr. 058 o nr: 292, 265/3, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 058 nr 265/7, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 058 nr 265/7, 265/8, 265/11, 265/12, 265/13, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 058 o nr: 264, 235, 236, 233, 237, 238, 239, 255, 256, 242, 258/1, 287, 245, 246, 247, obr. 057 nr 36, następnie w kierunku południowo-zachodnim wschodnie granice działek obr. 058 o nr: 289/1, 359/7, 363/1, 359/7, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 058 nr 366 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 058 nr 375, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 058 nr 370 wraz z przedłużeniem w linii prostej do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 068 nr 69, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 068 nr 69, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 068 o nr: 69, 70, 71/2, 112/45, 112/43, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 068 o nr: 112/43, 112/42, 112/41, 112/37, 112/36, 112/31 do punktu styku z południową granicą obr. 068 nr 112/24, następnie w kierunku południowym wzdłuż granic obszaru S1, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż granic obszaru SR, następnie w kierunku północnym wzdłuż granic obszaru S1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 056 nr 277/15, następnie w kierunku północnym zachodnie południowa i zachodnia granica działki obr. 056 nr 277/16, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 056 nr 272 do punktu styku z północną granicą działki obr. 056 nr 271, następnie w kierunku północnym wzdłuż granicy obszaru S1, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż granic obszaru S2 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 058 nr 292,
- e) obszar południa Miasta obejmujący we fragmentach lub w całości takie osiedla jak Bysewo, Karczemki, Kiełpino, Jasień, Zakonieczyn, Łostowice, Maćkowy, Orunia, Lipce, Chełm, Zabornia, Piecki, Migowo, którego granice wyznaczają od północy: północno-zachodnia granica działki obr. 024 nr 500, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 485, 495/3, 495/4, 495/1, 495/4, 497, 518, 498/14, 498/11, 498/1, 498/2, 498/9, 498/4, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 035 nr 152, 154, 121/11, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 035 o nr: 12024 o nr: 486/1, 1/11, 121/13, 121/17, 121/15, 121/18, 123/4, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 035 o nr: 124, 57/5 do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem linii zachodniej granicy działki obr. 035 nr 136/38 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 035 nr 136/38, następnie w kierunku południowym wzdłuż wschodnich granic działek obr. 035 o nr: 136/32, 136/23, 136/27, 136/25, następnie w kierunku południowo-zachodnim południowe granice działek obr. 035 o nr: 136/25, 136/8, 130/111 do punktu styku w północno-zachodnią granicą działki obr. 035 nr 509/1, następnie w kierunku południowym północne granice działek obr. 035 o nr: 139/3, 138/16 do punktu styku z południową granicą działki obr. 035 nr 543/10, następnie w kierunku wschodnim do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem południowej granicy działki obr. 035 nr 543/10 do południowo-zachodniej granicy działki obr. 035 nr 543/19, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 035 o nr: 138/15, 138/4, 140/3, 389/3, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 035 o nr: 391/2, 400/2, 190, 57/5 wraz z jej przedłużeniem w linii prostej w kierunku północnym zachodnią granicą działki obr. 035 nr 57/5 do punktu styku z południową granicą działki obr. 035 nr 56, następnie w kierunku zachodnim północne granice działki obr. 035 o nr: 57/5, 181, 171 do punktu styku wyznaczonego w linii prostej przedłużeniem zachodniej granicy obr. 035 nr 366, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 035 o nr: 363, 374/31, następnie w kierunku zachodnim północne granice obr. 035 o nr: 374/31, 374/18, 377, następnie w kierunku północnym wschodnie granice obr. 035 o nr: 408/174, 408/132, 307/1, następnie

w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 035 o nr: 368/2 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 035 nr 370/16, następnie w kierunku wschodnim do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem północnej granicy działki obr. 035 nr 371/1, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż południowych granicy działek obr. 035 o nr: 368/2, 368/1, obr. 036 o nr: 394/5, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 394/5, 384/7, 384/6, 397/5, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 036 o nr: 397/4, 398, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 398, 404, 403, 402/2, 402/1, obr. 025 o nr: 157/11, następnie w kierunku wschodnim na linii wyznaczonej przedłużeniem północnej granicy działki obr. 025 nr 157/11 do punktu styku z północną granicą działki obr. 025 nr 157/9, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 025 nr 157/9, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 025 nr 157/10, obr. 036 nr 409/6, następnie w kierunku południowym i wschodnim granice obszaru S1, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 036 nr 413/5, obr. 049 nr 6/2, 6/1, 6/3, następnie w kierunku wschodnim południowa granica obszaru S1, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 037 o nr: 163/16, 156/1, 158/1, 148/3, 153, 151, 154/2, 155/3, 155/2, 154/1, 154/2, 139/119, 142/1, 139/119, 139/118, 140/1, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż granic obszaru S1, następnie w kierunku północnym wzdłuż zachodnim granic działek obr. 052 o nr: 35/3, 35/4, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż południowych granic działek obr. 052 o nr: 1/5, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż granic obszaru S1, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż południowej granicy działki obr. 052 nr 18/2, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż granicy obszaru S2, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 670 o nr: 10/1, 3/3, 9/2, 3/4, 3/5, 4, obr. 677 o nr: 2/6, 1/6, obr. 063 o nr: 324, 343/2, 359, 358, 360/6, 301/4, 303/6, 297/9, 288/4, 289/26, 286/3, 284/8, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 063 o nr: 284/8, 284/2, 305/3, obr. 075 o nr: 22/12, 22/14, 21/10, 21/11, 21/4, 22/4, 22/5, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 075 o nr: 22/5, 78/1, 89/1, 96/2, 104/2, 119/2, 117/2, 116/4, 110/10, 110/9, 110/7, 110/3, 110/4, następnie w kierunku południowym wzdłuż granic obszaru S2, następnie w kierunku południowym wzdłuż granicy obszaru S1, następnie w kierunku południowym wzdłuż granic obszaru S2, następnie w kierunku południowym wzdłuż granic obszaru S1 do punkty styku ze wschodnią granicą działki obr. 303 o nr 594/5, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż północnej granicy działek obr. 303 nr 594/5 do styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 303 nr 712/19, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 303 nr 708/4 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 303 nr 712/19, następnie w kierunku północnym wschodnie i północne granice działki obr. 303 nr 720, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 303 o nr: 708/4, 708/34 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 303 nr 705/63, następnie w kierunku zachodnim do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem w linii prostej do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 303 nr 729/3, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 303 nr 729/3, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 303 o nr: 729/3, 708/4, 734/6, 734/5, 735/2 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 303 nr 735/1, następnie w kierunku południowym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 303 nr 735/1 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 303 nr 737/15, następnie w kierunku południowym wschodnie zachodnie granice działek obr. 303 nr 737/4, 738/17, 738/5, 738/17, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 303 o nr: 739/1, 762/4, 764/3, 765/3, 766/19, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 303 o nr: 766/19, 770/6, 771/9, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 303 o nr: 771/9, 772/10, 773/8, 774/7, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 303 o nr: 775/25, 774/16, 775/25, 775/24 następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 303 o nr: 775/24, 776/18, 776/17, 776/11, 776/13, 776/12, 787/5, obr. 074 o nr: 382/25, 382/13, następnie w kierunku zachodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 074 nr 382/13 do punktu styku z północno-zachodnią granicą obr. 074 nr 382/12, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 074 o nr: 382/12, 333/2, 328/2, 328/2, 327/1, 326/5, 332/13, 322/11, następnie w kierunku zachodnim północna, wschodnia i południowa granica działki obr. 074 nr 223/3, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działek obr. 074 o nr: 306/3, 307/6, 307/7, 307/8, 308/4, 308/5, 309/1, 309/22, 309/21, 309/11, 310/3, 310/4, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 074 nr 310/6, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 074 nr 310/6, obr. 303 nr 906/11, 906/12, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 303 nr 905/4, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 303 o nr: 903/2, 813/2, 814/3, 808/4, 815/6, do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 303 nr 820/4, następnie

w kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 303 nr 820/4 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 303 nr 817/1, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 303 o nr: 817/1, 817/2, następnie w kierunku południowym wzdłuż granic obszaru S1, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 307 o nr: 1, 2, 3, 4/1, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 307 o nr: 4/1, 5/1, obr. 094 o nr: 98, 97, 99, następnie w kierunku wschodnim południowa granica obr. 94 nr 99, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 307 o nr: 10/1, obr. 308 o nr: 7/17, 7/15, 7/10, 12, obr. 309 o nr: 4, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 309 o nr: 4, 140/2, następnie w kierunku zachodnim, północne granice działek obr. 309 o nr: 9/2, 6/16, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 309 o nr: 9/1, 9/2, 11, obr. 308 nr 11 do punktu styku z granicą obszaru S1, następnie w kierunku południowym wzdłuż granic obszaru S1 do punktu styku z granicą obszaru SR, następnie w kierunku zachodnim i południowym wzdłuż granic obszaru SR do granic administracyjnych Miasta, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż granic administracyjnych Miasta do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 048 nr 233 do granic administracyjnych Miasta (południowej granicy działki obr. 048 nr 228), następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 048 o nr: 233, następnie na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 048 nr 233 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 048 nr 206/4, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 048 nr 226, następnie na przedłużeniu wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 048 nr 226 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 048 nr 229, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 048 o nr: 229, 166, następnie w kierunku północno-zachodnim południowe granice działek obr. 048 o nr: 167/6, 168/4, 168/3, 174/2, 174/1, 117/1, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 048 o nr: 117/1, 117/2 do punktu styku wyznaczonego przedłużeniem linii zachodniej granicy działki obr. 048 nr 126/32, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 048 o nr: 126/32, 126/8, 126/7, 126/3, 126/1, 126/9, 126/15, 126/38, 96/15, 96/20, 96/14, 96/13, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 048 o nr: 96/13, 96/12, 96/11, 96/20, 96/7, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 048 o nr: 91, 83, 26, 9 do punktu styku z północną granicą działki obr. 048 nr 10, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż granic administracyjnych Miasta do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 047 nr 26/2, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 047 nr: 26/2, obr. 036 o nr: 372/17, 372/16, 26/1, 178/3, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 036 o nr: 178/3, 364 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 036 nr 20/2, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 20/2, 365/14, 20/2, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 036 nr: 20/2, obr. 047 nr 101, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 047 nr 94, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 047 o nr: 99, 82, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 047 nr 75, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 047 o nr: 29, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 047 o nr: 30/3, 106, 30/1 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 047 nr 66/4, następnie w kierunku północnym granica administracyjna Miasta do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 024 nr 500,

- z wyłączeniem fragmentów obszaru SZ, S0, SR, S1, SI i S2, których granice znajdują się wewnątrz obszaru S3;

7) Obszar SP (oznaczony kolorem fioletowym w Załączniku nr 2 do Uchwały):

- a) teren w okolicy ul. Odyseusza, którego granice wyznaczają od północy: północna granica działki obr. 001 nr 515/2, następnie w kierunku wschodnim granica administracyjna Miasta, następnie w kierunku południowym granica administracyjna Miasta, następnie w kierunku zachodnim granica administracyjna Miasta do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 001 nr 525/4, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 001 nr 525/4 do przecięcia z linią wyznaczoną od punktu styku północnej granicy działki obr. 001 nr 502/7 w linii prostej do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 001 nr 525/4, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż tej linii, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż granicy obszaru S3 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 001 nr 459/12, następnie w kierunku północnym północno-zachodnia granica działki obr. 001 nr 459/12, następnie w kierunku północnym granica administracyjna Miasta do punktu styku z północną granicą działki obr. 001 nr 515/2,

- b) teren w okolicy ul. Spacerowej, którego granice wyznaczają od północy: północna granica działki obr. 001 nr 800/2, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 001 o nr: 800/2, 800/3, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 001 o nr: 795/1, 795/2, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 003 o nr: 69/6, 71/2, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 003 nr 71/2, obr. 001 o nr: 1177, 1176/2, 1176/1, następnie w kierunku północnym wschodnia granica obszaru S3 do punktu styku z północną granicą działki obr. 001 nr 800/2,
- c) obszar w okolicy ul. Nowy Świat, którego granice wyznaczają od północy: północno-zachodnia granica działki obr. 002 nr 77/11, następnie w kierunku wschodnim granica obszaru S3 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 003 nr 685, następnie w kierunku północnym wschodnia granica obszaru S3 do punktu styku z północną granicą działki obr. 001 nr 1170/111, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 001 nr 1170/111, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 001 nr 1170/111, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 001 o nr: 1171/27, 1171/28, 1246/1, obr. 003 o nr: 61/1, 72/1, 73/1, 125/11, 125/10, 120/3, 100/19, 112/3, 112/5, 112/6, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 003 nr 100/9 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 003 nr 100/9, następnie w kierunku zachodnim w linii wyznaczonej od punktu styku z północną granicą działki obr. 003 nr 100/9 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 003 nr 100/1, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 003 o nr: 95/14, 95/10, 20/3, następnie w kierunku południowo-zachodnim północno-zachodnia granica działki obr. 003 nr 20/3 do punktu styku z granicą obszaru S3, następnie w kierunku południowo-zachodnim wzdłuż granicy obszaru S3 do styku z granicą administracyjną Miasta, następnie w kierunku północnym i zachodnim wzdłuż granicy administracyjnej Miasta do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 002 nr 322/23, następnie w kierunku północnym wzdłuż granicy obszaru S3, następnie wzdłuż granicy obszaru S3 w kierunkach: wschodnim, północnym, zachodnim, północnym, zachodnim, północnym, wschodnim, północnym do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 002 nr 77/11,
- d) teren w okolicy ul. Galaktycznej, którego granice wyznaczają od północy: północno-zachodnia granica działki obr. 003 nr 111/1 od punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 003 nr 100/4, następnie w kierunku północno-wschodnim północno-zachodnia granica działki obr. 003 nr 111/1, następnie w kierunku południowym i zachodnim wschodnia i południowa granica działki obr. 003 nr 111/1, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 003 o nr: 100/10, 96, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 003 o nr: 96, 1, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 003 nr 1 do punktu styku z linią prostą wyznaczoną od punktu styku z południową granicą działki obr. 003 nr 100/4 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 003 nr 1, następnie w kierunku wschodnim na przedłużeniu tej linii do punktu styku z południową granicą działki obr. 003 nr 100/4, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 003 nr 100/4, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 003 nr 100/4, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą działki obr. 003 nr 100/4 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 003 nr 111/1,
- e) obszar w okolicy ul. Azymutalnej, którego granice wyznaczają od północy: północno-zachodnia granica działki obr. 003 nr 307, następnie w kierunku południowo-wschodnim granica obszaru S3, następnie wzdłuż granicy obszaru S3 w kierunkach północno-wschodnim, południowo-wschodnim, północnym, wschodnim, północnym, wschodnim, południowym, wschodnim, południowym, wschodnim, południowo-wschodnim do punktu styku z południową granicą działki obr. 025 nr 36, następnie w kierunku południowo-zachodnim i zachodnim południowo-wschodnia i południowa granica działki obr. 025 nr 22/7, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 025 o nr: 138/6, 138/10, 138/11, 138/12, 139/7, 138/18, następnie w kierunku południowo-wschodnim południowe granice działek obr. 025 o nr: 138/18, 126/2, 138/16, 137/17, 137/15, 137/14, następnie w kierunku północno-zachodnim północno-wschodnia granica działki obr. 025 o nr: 137/14 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 025 nr 137/18 do punktu styku z północną granicą działki obr. 025 nr 137/19, następnie w kierunku wschodnim granica obszaru S3, następnie wzdłuż granicy obszaru S3 w kierunku południowym i wschodnim do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 025 nr 248, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 027 nr 156, następnie w kierunku południowo-zachodnim północno-zachodnia granica działki

obr. 025 nr 157/10, następnie w kierunku zachodnim, południowym, zachodnim i północnym kolejno północna, zachodnia i północna granica obszaru S3 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 036 nr 397/4, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 036 o nr: 397/4, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 036 nr 399, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 036 nr 400, obr. 025 o nr: 206/13 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 025 nr 267, następnie w kierunku północnym i zachodnim kolejno wschodnia i północna granica działki obr. 025 nr 267 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 025 nr 266/27, następnie w kierunku zachodnim na przedłużeniu południowej granicy działki obr. 025 nr 266/27 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 025 nr 254/3, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 025 nr 254/3, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 025 o nr: 254/3, 254/2, 251, 161/8, 161/9, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 025 o nr: 161/9, 250, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 035 nr 174/6 wraz z jej przedłużeniem w linii prostej do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 035 nr 172 na granicy obszaru S3, następnie w kierunku zachodnim granica obszaru S3, następnie wzdłuż granic obszaru S3 kolejno w kierunkach: południowym, zachodnim, północnym, południowo-zachodnim, północno-zachodnim i zachodnim do styku z granicą administracyjną Miasta, następnie w kierunku północnym wzdłuż zachodniej granicy administracyjnej Miasta do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 003 nr 307,

- f) obszar w okolicach ul. Szczęśliwej, którego granice wyznaczają od północy: północno-wschodnia granica działki obr. 036 nr 391/9, następnie w kierunku wschodnim granica obszaru S3, następnie wzdłuż granic obszaru S3 kolejno w kierunkach: południowym, zachodnim, południowym, wschodnim, południowym, zachodnim, północno-zachodnim, północnym, północno-wschodnim, północno-zachodnim i północnym do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 036 nr 391/9,
- g) obszar w okolicy ul. Stężyckiej, którego granice wyznaczają od północy: północno-zachodnia granica działki obr. 048 nr 10, następnie w kierunku wschodnim granica obszaru S3, następnie wzdłuż granicy obszaru S3 kolejno w kierunkach: południowo-wschodnim, południowym, południowo-wschodnim, wschodnim, południowo-wschodnim, południowo-zachodnim, południowym do styku z granicą administracyjną Miasta, następnie w kierunku zachodnim granica administracyjna Miasta, następnie wzdłuż granicy administracyjnej Miasta kolejno w kierunkach: południowym, północno-zachodnim, północnym, wschodnim, północnym, wschodnim, północnym i wschodnim do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 048 nr 10,
- h) obszar w okolicy ul. Przemysłowej, którego granice wyznaczają od północy: północno-zachodnia granica działki obr. 046 nr 46, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 034 nr 138/10, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 034 nr 143/3, następnie w kierunku północnym wschodnia granica działki obr. 034 nr 142/10 do styku z linią brzegową, następnie w kierunku wschodnim i północno-wschodnim wzdłuż linii brzegowej do osi kanału wejściowego Martwej Wisły, następnie w kierunku południowym wzdłuż osi kanału Martwej Wisły do przecięcia z przedłużeniem linii wyznaczonej północno-zachodnią granicą obszaru SR, następnie w kierunku południowo-zachodnim i zachodnim granica obszaru SR do punktu styku z granicą obszaru S2 na działce obr. 046 nr 70, następnie w kierunku zachodnim, północno-zachodnim i wschodnim granica obszaru S2 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 046 nr 46,
- i) obszar w okolicy ul. Solec, którego granice wyznaczają od północy: wschodnia granica obszaru SR na styku linii brzegowej z działką obr. 046 nr 102, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej wschodnią granicą obszaru SR do osi kanału portowego Martwej Wisły, następnie w kierunku wschodnim w stronę Zakrętu Pięciu Gwizdków, następnie w kierunku południowym do przecięcia z przedłużeniem linii wyznaczonej północną granicą obszaru SR, następnie w kierunku zachodnim północna granica obszaru SR, następnie w kierunku północnym wzdłuż wschodniej granicy obszaru SR w poprzek działki obr. 046 nr 102 do punktu styku z linią brzegową,
- j) obszar w okolicy ul. Marynarki Polskiej (Wyspa Ostrów - Stogi Przemysłowe – Krakowiec), którego granice wyznaczają od północy: północno-zachodnia i północno-wschodnia granica działki obr. 061 nr 312/3, następnie w kierunku południowo-wschodnim, południowo-zachodnim i wschodnim wzdłuż granicy obszaru SR do punktu styku wschodniej granicy działki obr. 070 nr 1/3 z brzegiem Nabrzeża Wiślanego Martwej Wisły, następnie w kierunku południowo-wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 070 nr 1/3 przecinając wody Nabrzeża Wiślanego Martwej

Wisły w linii prostej do punkty styku z północną granicą działki obr. 073 nr 41, następnie w kierunku południowo-wschodnim od północnej granicy działki obr. 073 nr 41 wzdłuż granic obszaru S0 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 073 nr 42, następnie wzdłuż granic obszaru S2 w kierunku południowo-zachodnim, południowo-wschodnim i północno-wschodnim do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 073 nr 30, następnie wzdłuż granic obszaru S0 w kierunkach: północno-wschodnim, północno-zachodnim, wschodnim, północnym i wschodnim do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 062 nr 22, następnie w kierunku południowym i wschodnim wzdłuż linii brzegowej Portu Północnego do styku linii brzegowej z południowo-wschodnią granicą działki obr. 086 nr 75/2, następnie w kierunku południowym południowo-wschodnia granica działki obr. 086 nr 75/2, następnie w kierunku północno-zachodnim południowo-zachodnia granica działki obr. 086 nr 75/2, następnie w kierunku południowo-zachodnim południowo-wschodnia granica działki obr. 086 o nr: 74/2, następnie w kierunku południowo-wschodnim północno-wschodnia, wschodnia i południowa granica działki obr. 275 o nr: 3/111, następnie w kierunku południowo-zachodnim południowo-wschodnie granice działek obr. 275 o nr: 3/110, 3/104, obr. 086 o nr: 78/2, 77/3, obr. 253 nr 44/3, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działek obr. 253 nr 44/4, obr. 254 nr 17, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 254 o nr: 17, 11, obr. 755 nr 25 do punktu styku z północną granicą działki obr. 256 nr 52/1, następnie w kierunku południowo-wschodnim, południowo-zachodnim i wschodnim wzdłuż granic obszaru S2 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 259 nr 24/3, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż południowej granicy obszaru S1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 265 nr 32/3, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 273 o nr: 17/2, 11/2, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 273 o nr: 11/2, 12/4, 18/6, następnie w kierunku wschodnim, południowym i wschodnim kolejno zachodnia i południowa granica działki obr. 273 nr 19/4 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 270 nr 116/3, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż południowej granicy obszaru S1 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 273 nr 20/1, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż północnych granic działek obr. 271 nr 15, obr. 272 nr 7 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 272 nr 30, następnie w kierunku wschodnim wzdłuż granicy obszaru S1 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 272 nr 25/4, następnie w kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 272 nr 25/4 do przecięcia z osią rzeki Martwej Wisły, następnie w kierunku południowym oś rzeki Martwej Wisły do punktu styku z południową granicą administracyjną Miasta, następnie wzdłuż granicy administracyjnej Miasta w kierunku kolejno południowo-zachodnim, zachodnim, północno-zachodnim i południowym do punkty styku z północną granicą działki obr. 136 nr 10, następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 136 o nr: 10, 11/1, 11/2, obr. 301 nr 226/4, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 301 nr 226/4, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 136 nr 1, następnie na przedłużeniu linii wyznaczonej północno-wschodnią granicą działki obr. 136 nr 1 prostopadle do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 301 nr 285/7, następnie w kierunku południowo-zachodnim północno-zachodnia granica działki obr. 301 nr 285/7 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 301 nr 203/1, następnie w kierunku północno-zachodnim południowo-zachodnie granice działek obr. 301 o nr: 203/1, 283/6, 202/1, 282/4, 176/4, 177/4, następnie w kierunku północno-wschodnim północno-zachodnie granice działek obr. 301 o nr: 177/4, 297/1, 178/1, 276/5, 190/2, 193/2, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 301 nr 193/2, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 301 nr 273/2, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 115 o nr: 315, 290, 243/2, 243/1, 268/1, 268/2, 238/2 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 301 nr 244/8, następnie w kierunku południowo-wschodnim północno-wschodnia granica działki obr. 301 nr 244/8, następnie w kierunku południowym zachodnia granica działki obr. 301 nr 156/5, następnie w kierunku południowym północna granica działki obr. 301 nr 276/8, następnie w kierunku północno-zachodnim północno-wschodnia i północna granica działki obr. 130 nr 61 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 114 nr 558/2, następnie wzdłuż granic obszaru S1 w kierunku północno-zachodnim do punktu styku z brzegiem rzeki Optyw Motławy, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż linii brzegowej rzeki Optyw Motławy do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 114 nr 61, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 114 nr 61 do punktu styku z osią rzeki Optyw Motławy, następnie w kierunku północnym oś rzeki Optyw Motławy wzdłuż granic obszaru S1 i S2 do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej południowo-zachodnią granicą działki obr. 091 nr 36/2, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej południowo-zachodnią granicą działki obr. 091 nr 36/2, następnie wzdłuż granic obszaru S2 w kierunku kolejno północnym,

północno-wschodnim, północno-zachodnim, południowo-zachodnim, zachodnim i północnym do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 091 nr 4, następnie w kierunku północnym na linii wyznaczonej przedłużeniem wschodniej granicy działki obr. 091 nr 4 do punktu przecięcia z osią rzeki Martwej Wisły, następnie w kierunku północno-zachodnim oś rzeki Martwej Wisły wzdłuż granic obszaru S2, S0, S1 otaczając Wyspę Ostrów do punktu styku z przedłużeniem linii wyznaczonej północno-zachodnią granicą działki obr. 068 nr 112/59 w okolicy Stoczni Cesarskiej, następnie w kierunku zachodnim wzdłuż granicy obszaru S1 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 068 nr 112/59, następnie wzdłuż granic obszaru S3 w kierunku północno-zachodnim, północno-wschodnim, północno-zachodnim, północnym, północno-zachodnim, północno-wschodnim, północno-zachodnim, południowym i zachodnim do punktu styku z południową granicą działki obr. 044 nr 704/2, następnie w kierunku północnym i północno-wschodnim wzdłuż granic obszaru S2 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 058 nr 133/4, następnie w kierunku południowo-wschodnim, północno-wschodnim i północno-zachodnim wzdłuż granic obszaru SI do punktu styku z północną granicą działki obr. 058 nr 422/3, następnie wzdłuż granic obszaru S2 w kierunku kolejno wschodnim, południowo-wschodnim i północno-wschodnim do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 058 nr 242/4, następnie wzdłuż granic obszaru S1 w kierunku kolejno północno-wschodnim, północnym, północno-wschodnim, południowo-wschodnim i północno-wschodnim, następnie wzdłuż granic obszaru S2 w kierunku północno-wschodnim do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 061 nr 312/3 na styku z obszarem SR,

- z wyłączeniem fragmentów obszarów SZ, S0, SR, S1, S2, SI i S3, których granice znajdują się wewnątrz obszaru SP;

8) Obszar SZ (oznaczony kolorem zielonym w Załączniku nr 2 do Uchwały):

- a) tereny zieleni objęte formami ochrony przyrody m.in. Trójmiejski Park Krajobrazowy, obszary chronionego krajobrazu (OCHK): Otokiński OCHK, OCHK Żuław Gdańskich, OCHK Wyspy Sobieszewskiej, zgodnie z przepisami Ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody,
- b) nieruchomości leśne,
- c) parki,
- d) plaże, wydmy,
- e) cmentarze,
- f) (określone w przepisach),
- g) obszar w okolicy ul. Kartuskiej, (Kokoszki) działki obr. 035 o nr: 11/1, 11/2,
- h) obszar w okolicy ul. Gostyńskiej (Kiełpino Górne) działki obr. 036 o nr: 20/1, 169/15, 170/3, 170/1, 170/2,
- i) obszar w okolicy al. Armii Krajowej (Karczemek Wynkowskich) i zbiornika Jasień, którego granice wyznaczają od północy południowo-zachodnia granica działki obr. 036 nr 104/2, następnie w kierunku wschodnim południowe granice działek obr. 036 o nr: 104/2, 103/3, 102/3, 92/4, 92/5, 92/6, 92/7, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 100/1, 100/3, 100/4, 166/18, następnie w kierunku wschodnim i południowym granice działki obr. 049 nr 282/6, następnie w kierunku południowym i zachodnim granice działki obr. 049 nr 282/7, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 166/18, 166/7, 277, następnie w kierunku zachodnim południowo-wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 277, 276, 275, następnie w kierunku północno-zachodnim północno-wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 274, 167/2, 164/1, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 163, 130, 123, 122 do punktu styku z południowo-zachodnią granicą działki obr. 036 nr 104/2,
- j) obszar w okolicy Potoku Jasień (Kiełpino Górne), którego granice wyznaczają od północy północna granica działki obr. 036 nr 395/317, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 036 o nr: 395/317, 413/1, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 036 o nr: 413/1, 395/312, 395/287, obr. 049 o nr: 7/85, 7/45, 7/136, 7/135, 7/136, 7/134, 7/136, 17/14, 17/12 następnie w kierunku zachodnim północne granice działek obr. 049 o nr: 95/7, 95/8, 16/1, 16/2, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 049 o nr: 15/1, 14/36, 395/265, następnie

w kierunku północnym zachodnie granice działek obr: 036 o nr: 395/262, 7/44, 7/89, 395/317 do punktu styku z północną granicą działki obr. 036 nr 395/317,

- k) obszar w okolicy ul. Myśliwskiej (Migowo Lęborskie) – działka obr. 051 nr 1/15,
- l) obszar w okolicy ul. Dolne Migowo, którego granice wyznaczają od północy północno-zachodnia granica działki obr. 051 nr: 24/2, następnie w kierunku wschodnim zachodnia granica działki obr. 037 nr 142/2, następnie w kierunku wschodnim południowo-wschodnia granica działki obr. 051 nr 20, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 052 o nr: 39, 101, 100, 99/1, 99/2, 99/3, następnie w kierunku południowym i zachodnim granice działki obr. 051 nr 31/2, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 051 o nr: 31/1, 34/1, 33, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 051 o nr: 33, 30, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 051 nr 29, następnie w kierunku północnym wschodnie granice działek obr. 051 o nr: 29, 28, 27, 25 do punktu styku z północno-zachodnią granicą działki obr. 051 nr 24/2,
- m) obszar w okolicy Al. Generała Sikorskiego, działki obr. 712 o nr: 1/7, 2/114, 2/120, 2/121, 1/11, 1/12, 2/119, 2/118, obr. 303 o nr: 620/3, 619/7,
- n) obszar w okolicy ul. Wilanowskiej, działki obr. 075 o nr: 138/146, 138/24, 138/162, 138/177, 138/161, obr. 670 o nr: 214/43, 214/40, obr. 303 o nr: 635/2, 965,
- o) obszar w okolicy ul. Vaclava Havla, działki obr. nr 074 o nr: 206/12, 206/18, 206/13, 206/11, 206/9, 206/10, 206/5,
- p) obszar w okolicy ul. Raduńskiej, którego granice wyznaczają od północy: północna granica działki obr. 303 nr 708/9, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 303 o nr: 708/9, 729/3, następnie w kierunku południowo-wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 303 nr 729/3 od punktu styku z północną granicą działki do punktu styku z północną granicą działki obr. 303 nr 705/61, następnie w kierunku południowo-wschodnim północno-wschodnie granice działek obr. 303 o nr: 708/34, 708/4 do punkty styku z zachodnią granicą działki obr. 303 nr 720, następnie w kierunku północnym wschodnim i południowym kolejno granice działki obr. 303 nr 720, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 303 nr 708/4, następnie w kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 303 nr 708/4 od punktu styku z północną granicą działki do punktu styku z północną granicą działki obr. 303 nr 594/5, następnie w kierunku wschodnim północna granica działki obr. 303 nr 708/4 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 098 nr 75/2, następnie w kierunku południowym wzdłuż granicy obszaru S1 do punktu styku z południową granicą działki obr. 303 nr 817/2, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 303 o nr: 817/2, 817/1, następnie w kierunku zachodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej południową granicą działki obr. 303 nr 817/1 od punktu styku z południową granicą działki do punktu styku z południową granicą działki obr. 303 nr 815/6, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 303 o nr: 815/6, 808/4, 814/3, 813/2, 903/2, 905/4, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 303 nr 905/4, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 303 o nr: 906/12, 906/11, obr. 074 o nr: 310/6, 310/4, 310/3, następnie w kierunku południowym i zachodnim kolejno granice działki obr. 074 nr 309/11, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 074 o nr: 309/21, 309/22, 309/1, 308/5, 308/4, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 074 o nr: 307/8, 307/7, 307/6, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 074 nr: 263/5, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 074 nr 223/3, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 074 o nr: 223/3, 312/11, 312/9, 223/3, 322/11, następnie w kierunku północnym północno-zachodnie i zachodnie granice działek obr. 074 o nr: 332/13, 326/5, 327/1, 328/2, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 074 o nr: 328/2, 333/2, 382/12, następnie w kierunku wschodnim na przedłużeniu linii wyznaczonej północną granicą działki obr. 074 nr 382/12 od punktu styku z północną granicą działki do punktu styku z północną granicą działki obr. 074 nr 382/13, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 074 o nr: 382/13, 382/25, obr. 303 o nr: 787/5, 776/12, 776/13, 776/17, 776/18, 775/24, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 775/24, 775/25, następnie w kierunku wschodnim, południowym i zachodnim kolejno granice działki obr. 303 nr 774/16, następnie w kierunku południowym wschodnia granica działki obr. 303 nr 775/25, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 303 o nr: 774/7, 773/8, 772/10, 771/9, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 303 o nr: 770/6, 766/19, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 303 o nr: 766/19, 765/3, 764/3, 762/4,

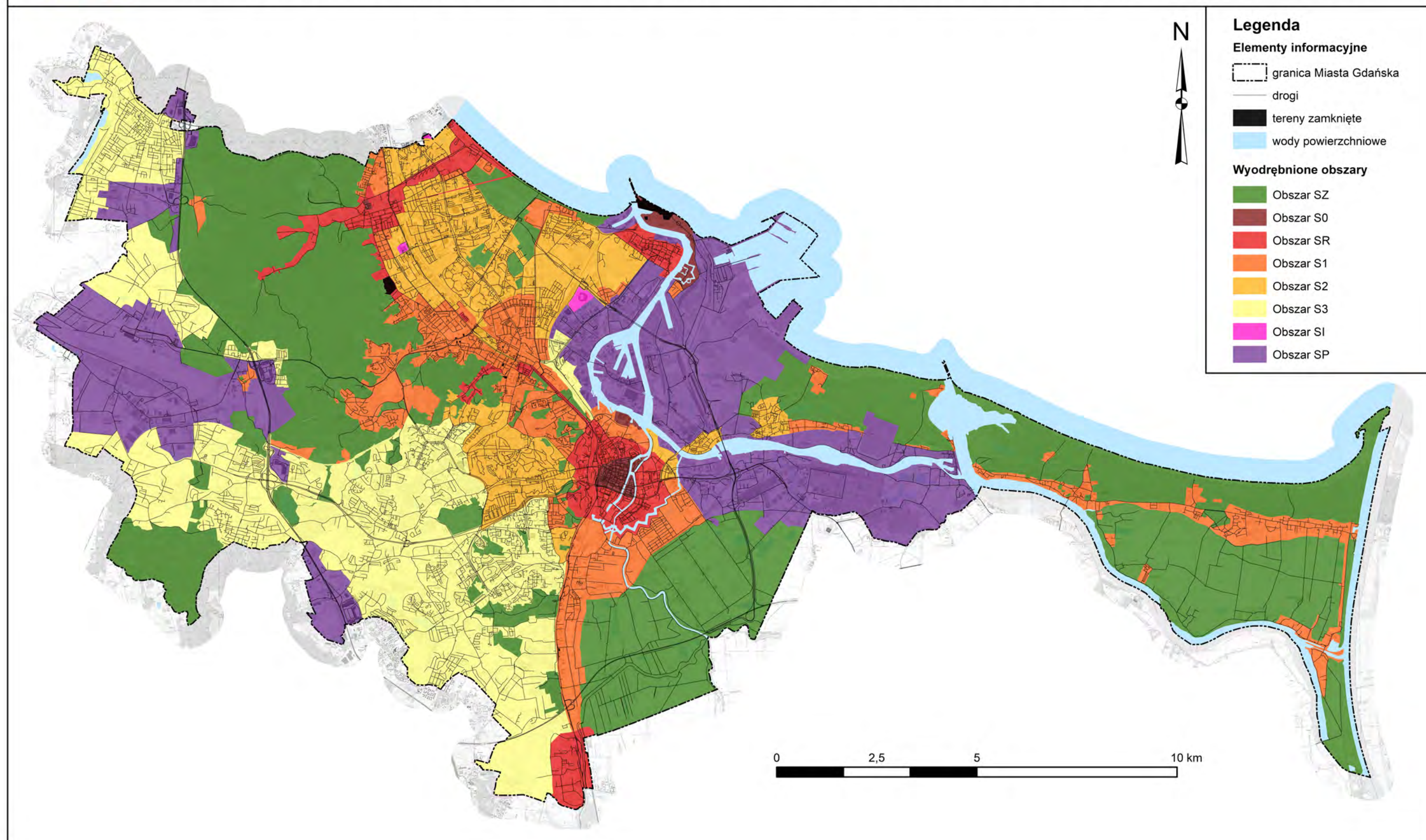
739/1, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 303 o nr: 738/17, 738/5, 738/17, 737/4, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 303 nr 737/4 do punktu styku z zachodnią granicą działki obr. 303 nr 735/2, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 303 o nr: 735/2, 734/5, 734/6, 708/9 do punktu styku z północną granicą działki obr. 303 nr 708/9,

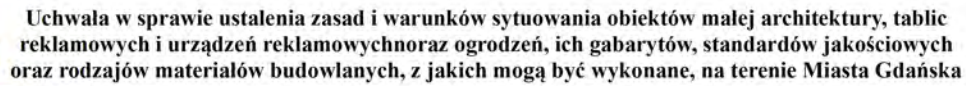
- q) obszar w okolicy ul. Srebrnej, którego granice wyznaczają od północy: północna granica działki obr. 303 nr: 918/1, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 303 o nr: 918/1, 918/2, 922/4, 923/4, 924, następnie w kierunku południowym wschodnie granice działek obr. 303 o nr: 923/4, 924, następnie w kierunku wschodnim południowa granica działki obr. 303 nr 939 do punktu styku z północno-wschodnią granicą działki obr. 094 nr 162, następnie w kierunku wschodnim i południowym kolejno północno-wschodnia i wschodnia granica działki obr. 094 nr 162, następnie w kierunku południowo-zachodnim północno-zachodnia granica działki obr. 094 nr 192, następnie w kierunku zachodnim północna granica działki obr. 094 o nr: 224/1, następnie w kierunku północnym zachodnia granica działki obr. 094 nr 30, następnie w kierunku północnym na przedłużeniu linii wyznaczonej zachodnią granicą działki obr. 094 nr 30 do punktu styku z południowo-wschodnią granicą działki obr. 303 nr 924, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 303 o nr: 924, 921, 919/2, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 303 o nr: 919/2, 918/1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 303 nr 918/1,
- r) obszar w okolicy ul. Trakt. Św. Wojciecha, na przecięciu z Obwodnicą Południową, którego granice wyznaczają od północy: północna granica działki obr. 307 nr 4/1, następnie w kierunku wschodnim północne granice działek obr. 307 o nr: 4/1, 3, 2, 1 do punktu styku ze wschodnią granicą działki obr. 307 nr 1, następnie w kierunku południowym wzdłuż granic obszaru S1 do punktu styku z południową granicą działki obr. 308 nr 11, następnie w kierunku południowym zachodnie granice działki obr. 317 nr 8, następnie w kierunku zachodnim południowa granica działki obr. 309 o nr: 9/1, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 309 o nr: 9/1, 6/16, 9/2, następnie w kierunku zachodnim południowe granice działek obr. 309 o nr: 10/2, 4, następnie w kierunku północnym i wschodnim kolejno zachodnia i północna granica działki obr. 309 nr 4, następnie w kierunku północnym zachodnie granice działek obr. 308 o nr: 12, 7/10, 7/15, 7/17, obr. 307 nr: 10/1, obr. 094 o nr: 99, 97, 98, obr. 307 o nr: 5/1, 4/1 do punktu styku z północną granicą działki obr. 307 nr 4/1,

- z wyłączeniem fragmentów innych obszarów, których granice znajdują się wewnątrz obszaru SZ.



Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska





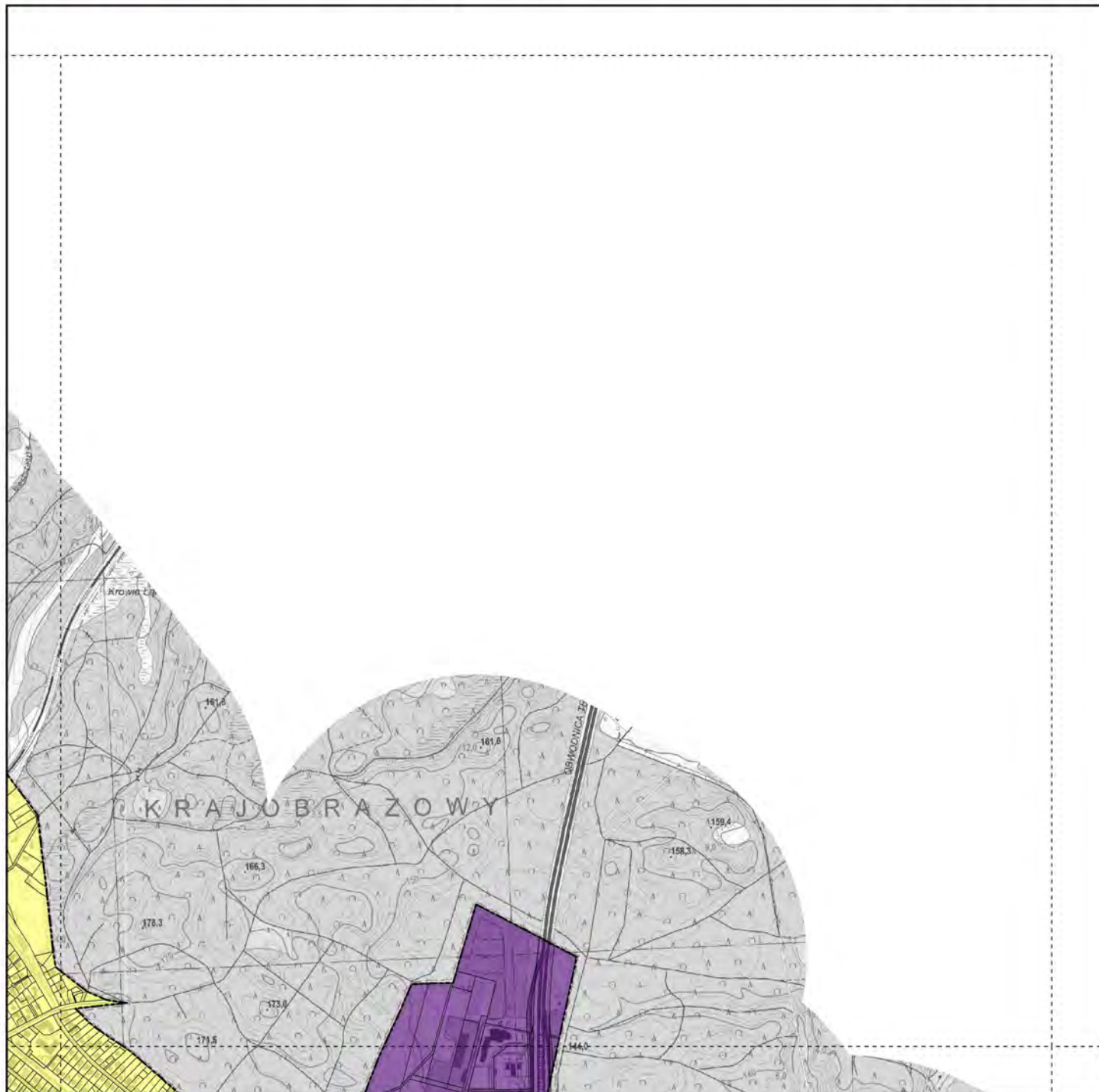
A1



Elementy informacyjne	Wyodrębnione obszary
------------------------------	-----------------------------

-  granica Miasta Gdańska
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody
-  Obszar SZ
 Obszar S0
 Obszar SR
 Obszar S1
 Obszar S2
 Obszar S3
 Obszar SI
 Obszar SP





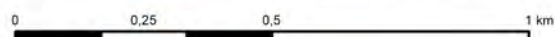
Legenda

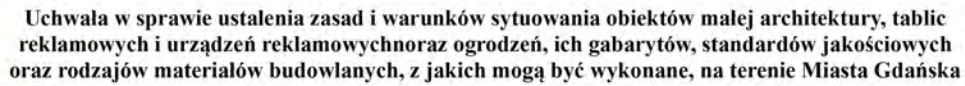
Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granice działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

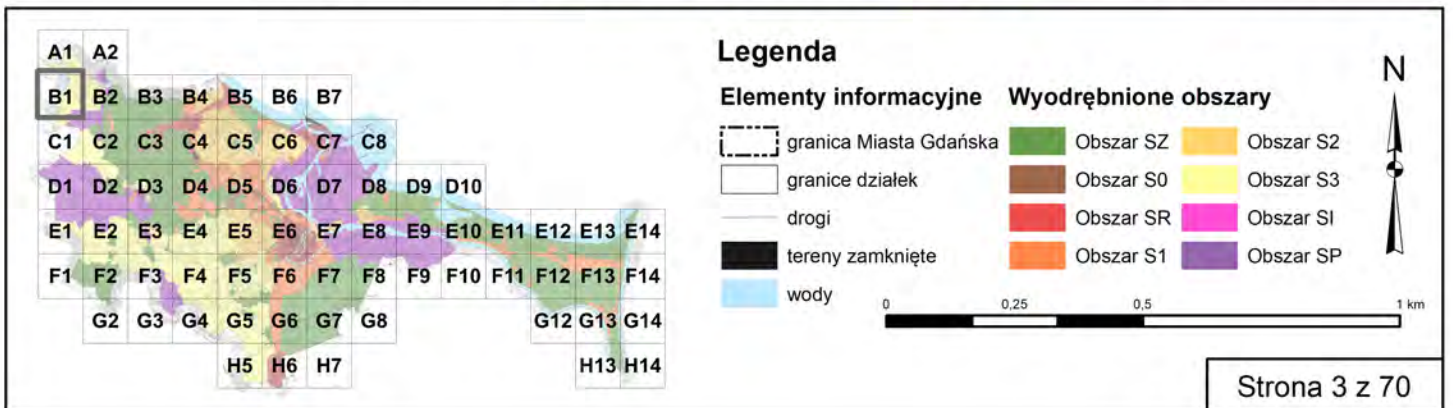
Wyodrębnione obszary

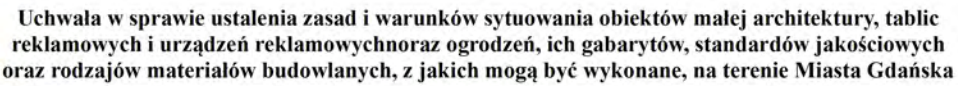
- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP



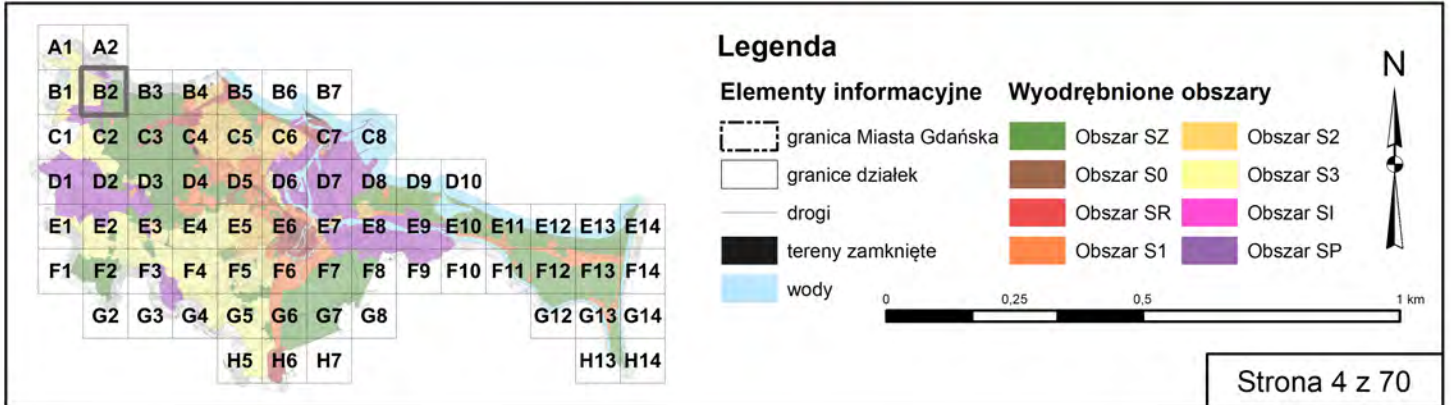


B1





B2

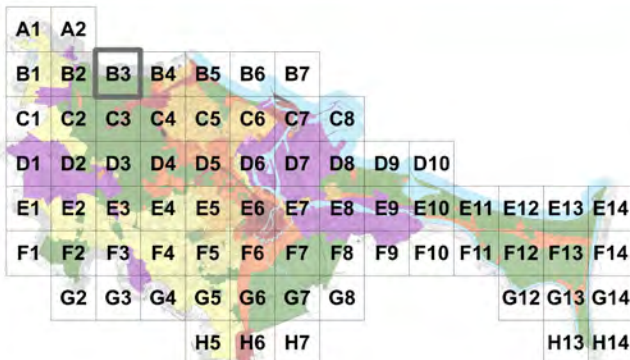
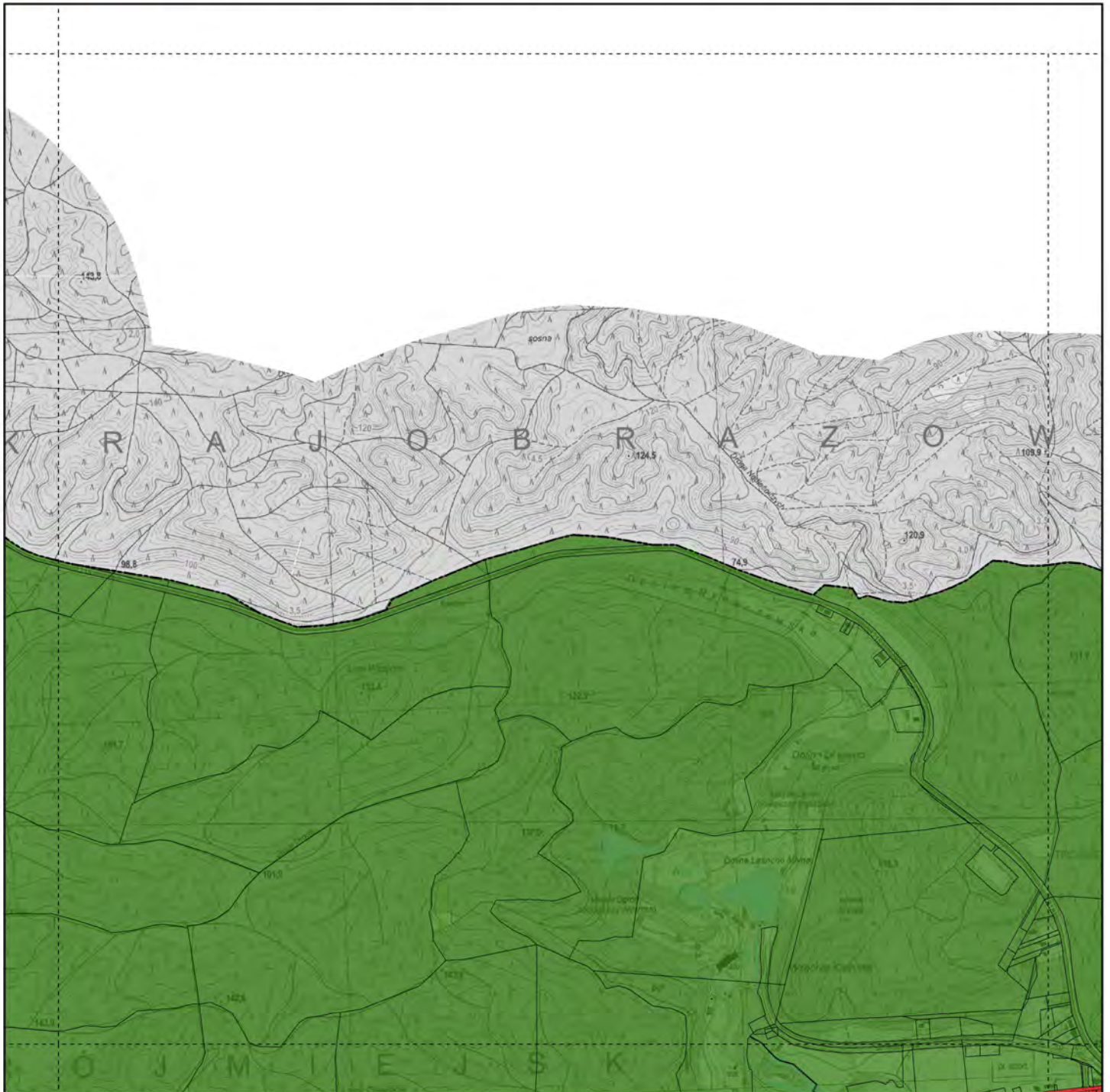




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

B3



Legenda

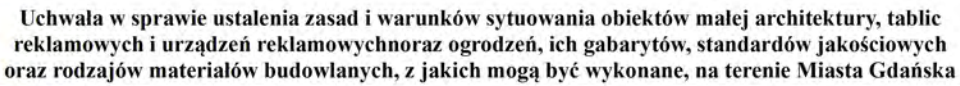
Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granicz działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

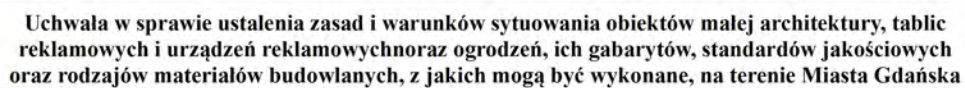
0 0,25 0,5 1 km



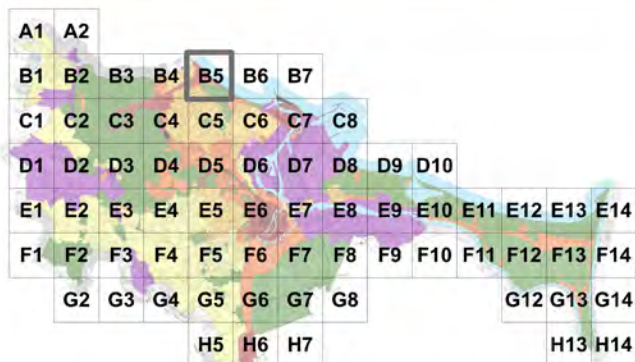
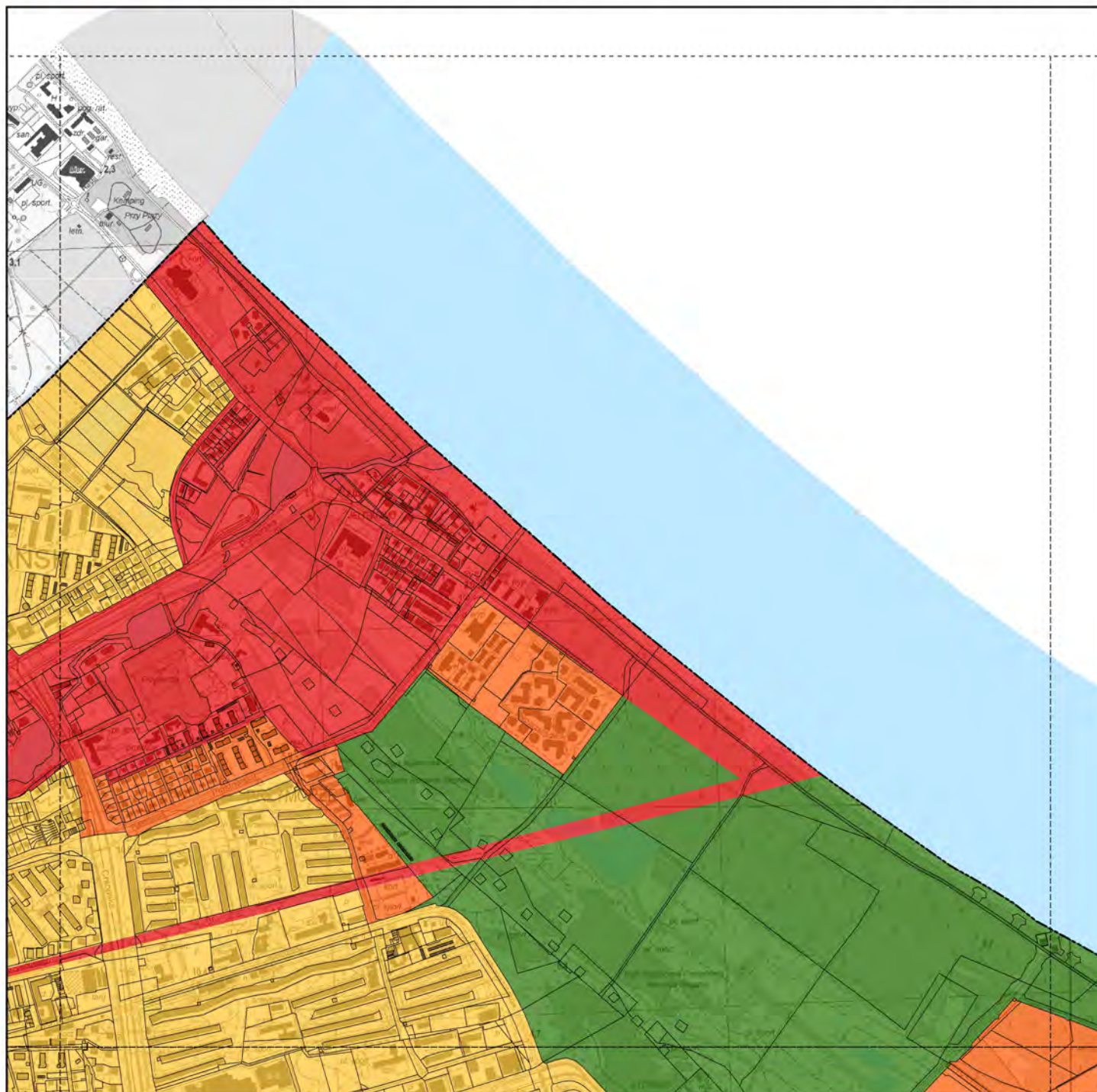
 granica Miasta Gdańska
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody

	Obszar SZ		Obszar S2
	Obszar S0		Obszar S3
	Obszar SR		Obszar SI
	Obszar S1		Obszar SP





B5



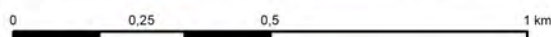
Legenda

Elementy informacyjne

-  granica Miasta Gdańska
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody

Wyodrębnione obszary

- | | | | |
|---|-----------|---|-----------|
|  | Obszar SZ |  | Obszar S2 |
|  | Obszar S0 |  | Obszar S3 |
|  | Obszar SR |  | Obszar SI |
|  | Obszar S1 |  | Obszar SP |

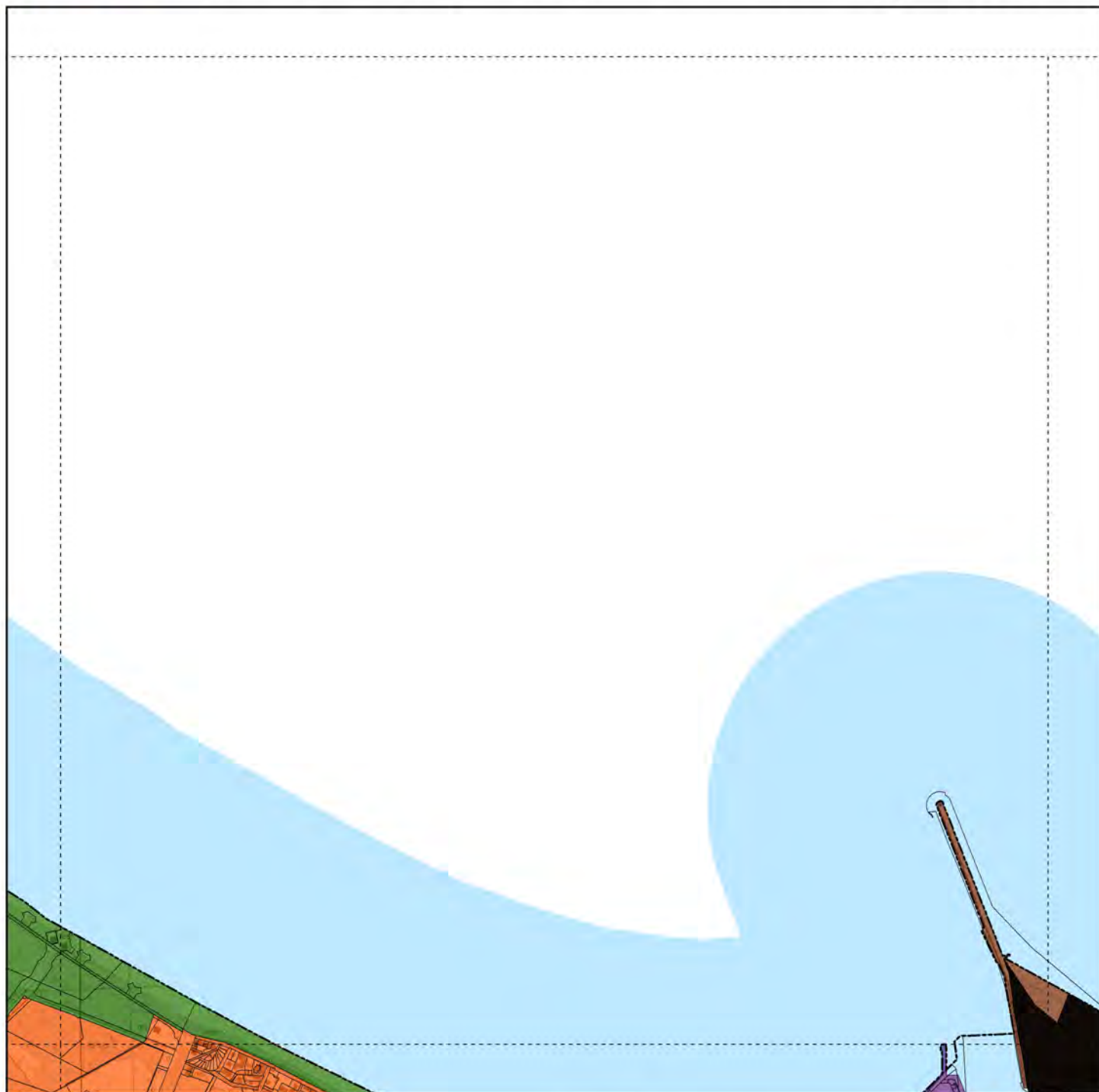




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

B6



Legenda

Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granice działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

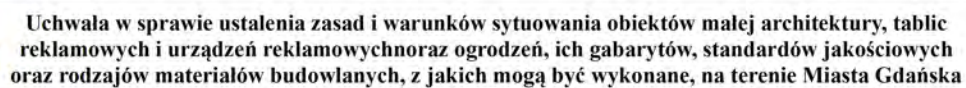
Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0,25 0,5 1 km

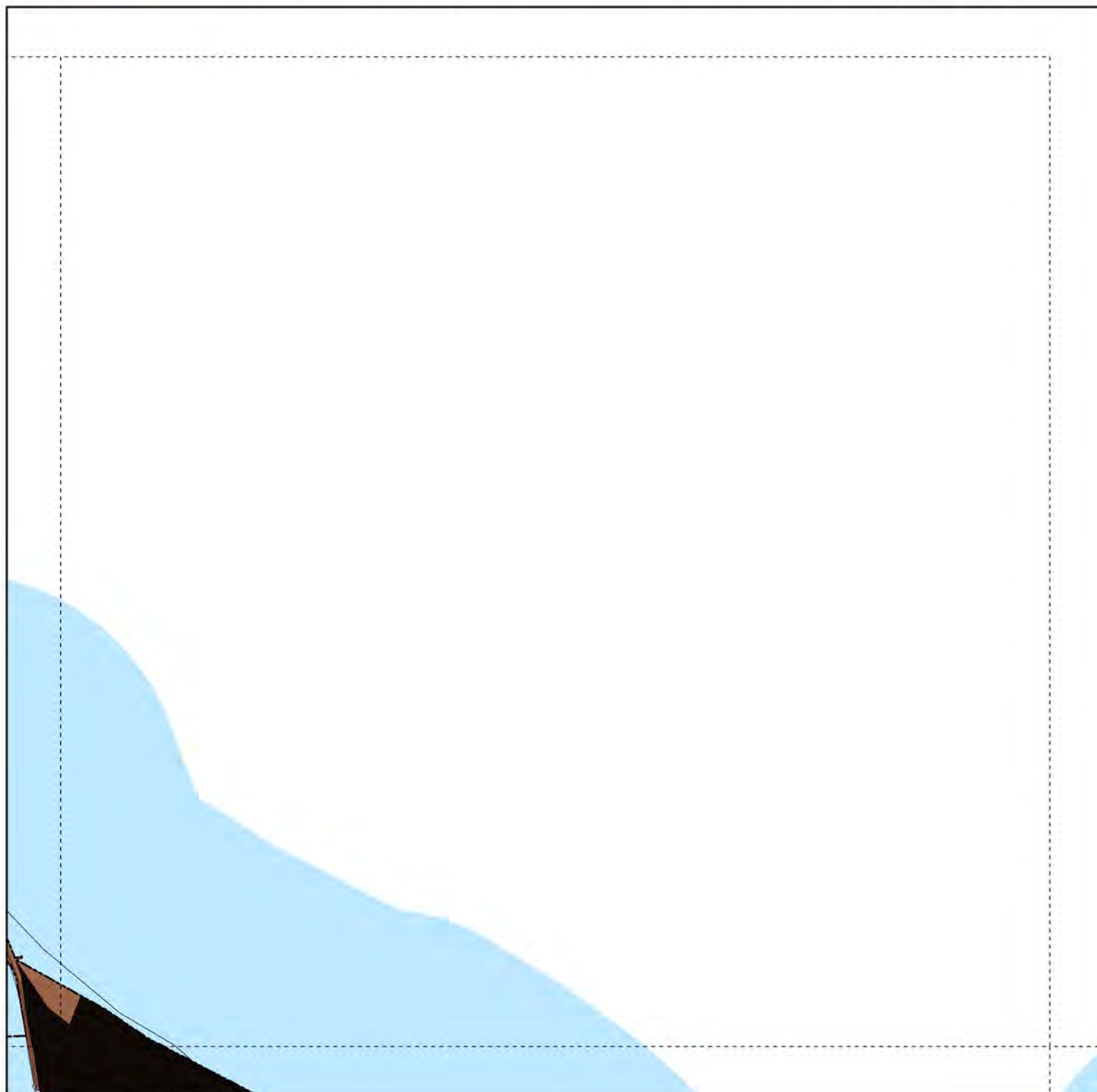


Strona 8 z 70



Karta terenu Nr	
-----------------------	--

B7



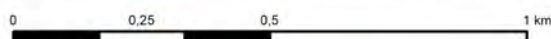
Legenda

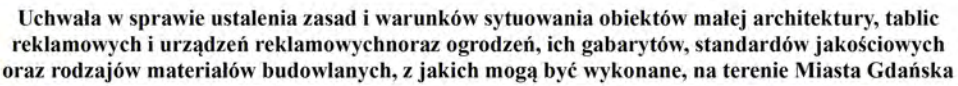
Elementy inform

-  granica Miasta Gdańska
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody

Wyodrębnione obszary

- | | | | |
|---|-----------|---|-----------|
|  | Obszar SZ |  | Obszar S2 |
|  | Obszar S0 |  | Obszar S3 |
|  | Obszar SR |  | Obszar SI |
|  | Obszar S1 |  | Obszar SP |





The map displays a topographic view of the Barniewice area. Key features include:

- Topographic Elements:** Contour lines indicating elevation, with labels such as 120, 130, 140, and 150. Specific elevation points are marked: 137.5, 139.3, 142.6, and 122.7.
- Settlements:** Barniewice is labeled in the upper right, and Rebiechowo is labeled in the lower left. Other smaller locations like 'Dąbrowa' and 'Kórnik' are also visible.
- Color-coded Areas:**
 - Yellow:** Covers the top right and bottom right portions of the map, likely representing agricultural or forested land.
 - Purple:** Covers the top left and bottom left portions, possibly indicating urban or developed areas.
 - Grey:** A central-left area, possibly a water body or a specific land use zone.
- Infrastructure:** Roads and railways are shown as lines across the map. A railway line is visible running vertically through the center.

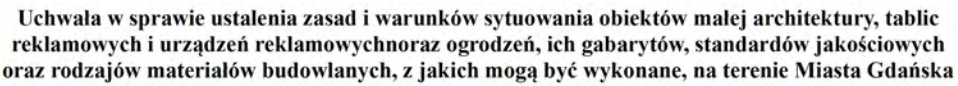
[illegible]

Elementy informacyjne

 wody

0.25 0.5





This is a detailed topographic map of the Gdansk region. The map features several distinct areas: a yellow-shaded urban area labeled 'GDAŃSK' in the lower-left; a large green-shaded area labeled 'TROJMIJSKI' and 'KRAJOBRAZOWY' in the center and right; and a purple-shaded area in the upper-left. A prominent orange-shaded area labeled 'WYCZARNIA' is located in the upper-right. The Vistula River (Wisła) flows through the center, with various tributaries and islands. Elevation contours are marked with numbers such as 100, 110, 120, 130, 140, 150, 160, 170, 180, 190, 200, 210, 220, 230, 240, 250, 260, 270, 280, 290, 300, 310, 320, 330, 340, 350, 360, 370, 380, 390, 400, 410, 420, 430, 440, 450, 460, 470, 480, 490, 500, 510, 520, 530, 540, 550, 560, 570, 580, 590, 600, 610, 620, 630, 640, 650, 660, 670, 680, 690, 700, 710, 720, 730, 740, 750, 760, 770, 780, 790, 800, 810, 820, 830, 840, 850, 860, 870, 880, 890, 900, 910, 920, 930, 940, 950, 960, 970, 980, 990, 1000, 1010, 1020, 1030, 1040, 1050, 1060, 1070, 1080, 1090, 1100, 1110, 1120, 1130, 1140, 1150, 1160, 1170, 1180, 1190, 1200, 1210, 1220, 1230, 1240, 1250, 1260, 1270, 1280, 1290, 1300, 1310, 1320, 1330, 1340, 1350, 1360, 1370, 1380, 1390, 1400, 1410, 1420, 1430, 1440, 1450, 1460, 1470, 1480, 1490, 1500, 1510, 1520, 1530, 1540, 1550, 1560, 1570, 1580, 1590, 1600, 1610, 1620, 1630, 1640, 1650, 1660, 1670, 1680, 1690, 1700, 1710, 1720, 1730, 1740, 1750, 1760, 1770, 1780, 1790, 1800, 1810, 1820, 1830, 1840, 1850, 1860, 1870, 1880, 1890, 1900, 1910, 1920, 1930, 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010, 2020, 2030, 2040, 2050, 2060, 2070, 2080, 2090, 2100, 2110, 2120, 2130, 2140, 2150, 2160, 2170, 2180, 2190, 2200, 2210, 2220, 2230, 2240, 2250, 2260, 2270, 2280, 2290, 2300, 2310, 2320, 2330, 2340, 2350, 2360, 2370, 2380, 2390, 2400, 2410, 2420, 2430, 2440, 2450, 2460, 2470, 2480, 2490, 2500, 2510, 2520, 2530, 2540, 2550, 2560, 2570, 2580, 2590, 2600, 2610, 2620, 2630, 2640, 2650, 2660, 2670, 2680, 2690, 2700, 2710, 2720, 2730, 2740, 2750, 2760, 2770, 2780, 2790, 2800, 2810, 2820, 2830, 2840, 2850, 2860, 2870, 2880, 2890, 2900, 2910, 2920, 2930, 2940, 2950, 2960, 2970, 2980, 2990, 3000, 3010, 3020, 3030, 3040, 3050, 3060, 3070, 3080, 3090, 3100, 3110, 3120, 3130, 3140, 3150, 3160, 3170, 3180, 3190, 3200, 3210, 3220, 3230, 3240, 3250, 3260, 3270, 3280, 3290, 3300, 3310, 3320, 3330, 3340, 3350, 3360, 3370, 3380, 3390, 3400, 3410, 3420, 3430, 3440, 3450, 3460, 3470, 3480, 3490, 3500, 3510, 3520, 3530, 3540, 3550, 3560, 3570, 3580, 3590, 3600, 3610, 3620, 3630, 3640, 3650, 3660, 3670, 3680, 3690, 3700, 3710, 3720, 3730, 3740, 3750, 3760, 3770, 3780, 3790, 3800, 3810, 3820, 3830, 3840, 3850, 3860, 3870, 3880, 3890, 3900, 3910, 3920, 3930, 3940, 3950, 3960, 3970, 3980, 3990, 4000, 4010, 4020, 4030, 4040, 4050, 4060, 4070, 4080, 4090, 4100, 4110, 4120, 4130, 4140, 4150, 4160, 4170, 4180, 4190, 4200, 4210, 4220, 4230, 4240, 4250, 4260, 4270, 4280, 4290, 4300, 4310, 4320, 4330, 4340, 4350, 4360, 4370, 4380, 4390, 4400, 4410, 4420, 4430, 4440, 4450, 4460, 4470, 4480, 4490, 4500, 4510, 4520, 4530, 4540, 4550, 4560, 4570, 4580, 4590, 4600, 4610, 4620, 4630, 4640, 4650, 4660, 4670, 4680, 4690, 4700, 4710, 4720, 4730, 4740, 4750, 4760, 4770, 4780, 4790, 4800, 4810, 4820, 4830, 4840, 4850, 4860, 4870, 4880, 4890, 4900, 4910, 4920, 4930, 4940, 4950, 4960, 4970, 4980, 4990, 5000, 5010, 5020, 5030, 5040, 5050, 5060, 5070, 5080, 5090, 5100, 5110, 5120, 5130, 5140, 5150, 5160, 5170, 5180, 5190, 5200, 5210, 5220, 5230, 5240, 5250, 5260, 5270, 5280, 5290, 5300, 5310, 5320, 5330, 5340, 5350, 5360, 5370, 5380, 5390, 5400, 5410, 5420, 5430, 5440, 5450, 5460, 5470, 5480, 5490, 5500, 5510, 5520, 5530, 5540, 5550, 5560, 5570, 5580, 5590, 5600, 5610, 5620, 5630, 5640, 5650, 5660, 5670, 5680, 5690, 5700, 5710, 5720, 5730, 5740, 5750, 5760, 5770, 5780, 5790, 5800, 5810, 5820, 5830, 5840, 5850, 5860, 5870, 5880, 5890, 5900, 5910, 5920, 5930, 5940, 5950, 5960, 5970, 5980, 5990, 6000, 6010, 6020, 6030, 6040, 6050, 6060, 6070, 6080, 6090, 6100, 6110, 6120, 6130, 6140, 6150, 6160, 6170, 6180, 6190, 6200, 6210, 6220, 6230, 6240, 6250, 6260, 6270, 6280, 6290, 6300, 6310, 6320, 6330, 6340, 6350, 6360, 6370, 6380, 6390, 6400, 6410, 6420, 6430, 6440, 6450, 6460, 6470, 6480, 6490, 6500, 6510, 6520, 6530, 6540, 6550, 6560, 6570, 6580, 6590, 6600, 6610, 6620, 6630, 6640, 6650, 6660, 6670, 6680, 6690, 6700, 6710, 6720, 6730, 6740, 6750,

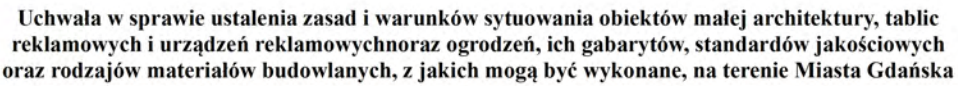
[illegible]

Elementy informacyjne

 wody

0.25 0.5





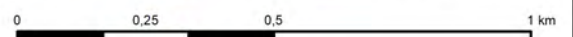
The map shows the Ustronie Śląskie area, with the Ustronie Śląskie Park (USTRONIE PARK) highlighted in red. The park is situated in the Ustronie Śląskie area, near the town of Ustronie Śląskie. The map includes contour lines and elevation points, indicating the terrain's topography. Key locations labeled include Ustronie Śląskie, Ustronie Park, and Ustronie Śląskie Park. The map is oriented with North at the top.

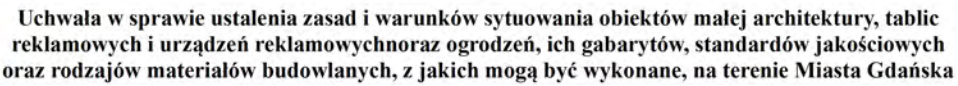
The figure shows a grid of 14x14 cells, labeled A1 through H14. The grid is irregular, with some cells missing. A 3x3 neighborhood is highlighted around cell C3, which is the center cell. The cells in the neighborhood are C3, C4, C5, D3, D4, D5, E3, E4, and E5. The cells are colored in a pattern that suggests a spatial distribution of values, with colors ranging from light blue to dark blue. The grid is divided into four quadrants by a vertical line between columns 7 and 8, and a horizontal line between rows 7 and 8.

Elementy informacyjne

 wody

0.25 0.5





This map illustrates the Oliva area, featuring a large green forested region on the left, a red urban area in the center, and a yellow urban area on the right. A black lake is visible in the lower center. A purple rectangular area is highlighted in the yellow urban region. The map includes various labels such as 'OLIVA', 'SAMBORON', and 'DOLINA'.

A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8

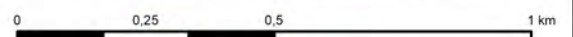
H5 H6 H7

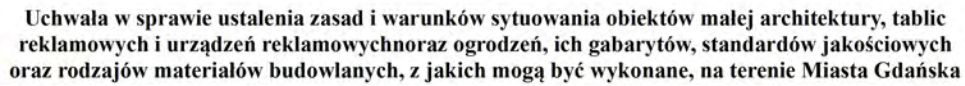
H12 H13 H14

Elementy informacyjne

wody

Obszar S1 Obszar SP





A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8

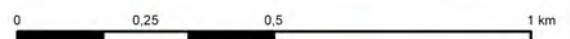
G12 G13 G14

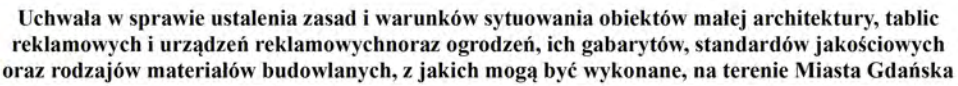
H5 H6 H7

H13 H14

wody 0

0,25 0,5



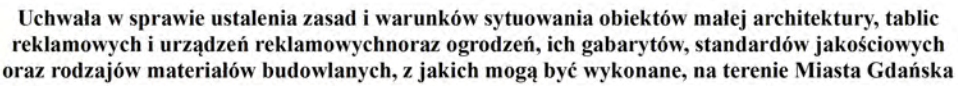
[illegible]

Elementy informacyjne

 wody

0.25 0.5



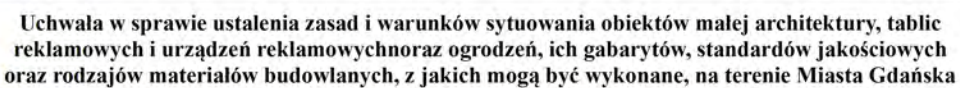


Elementy informacyjne

wody

0.25 0.5



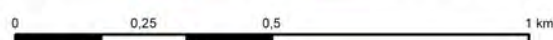


A1	A2																
B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7											
C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8										
D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10								
E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14				
F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14				
	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8					G12	G13	G14			
				H5	H6	H7								H13	H14		

Elementy informacyjne

 wody

Obszar SI Obszar SI

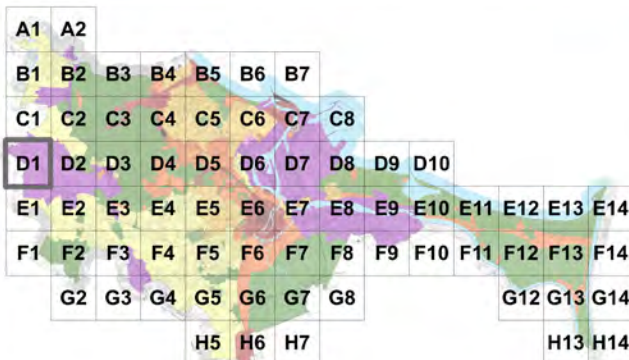
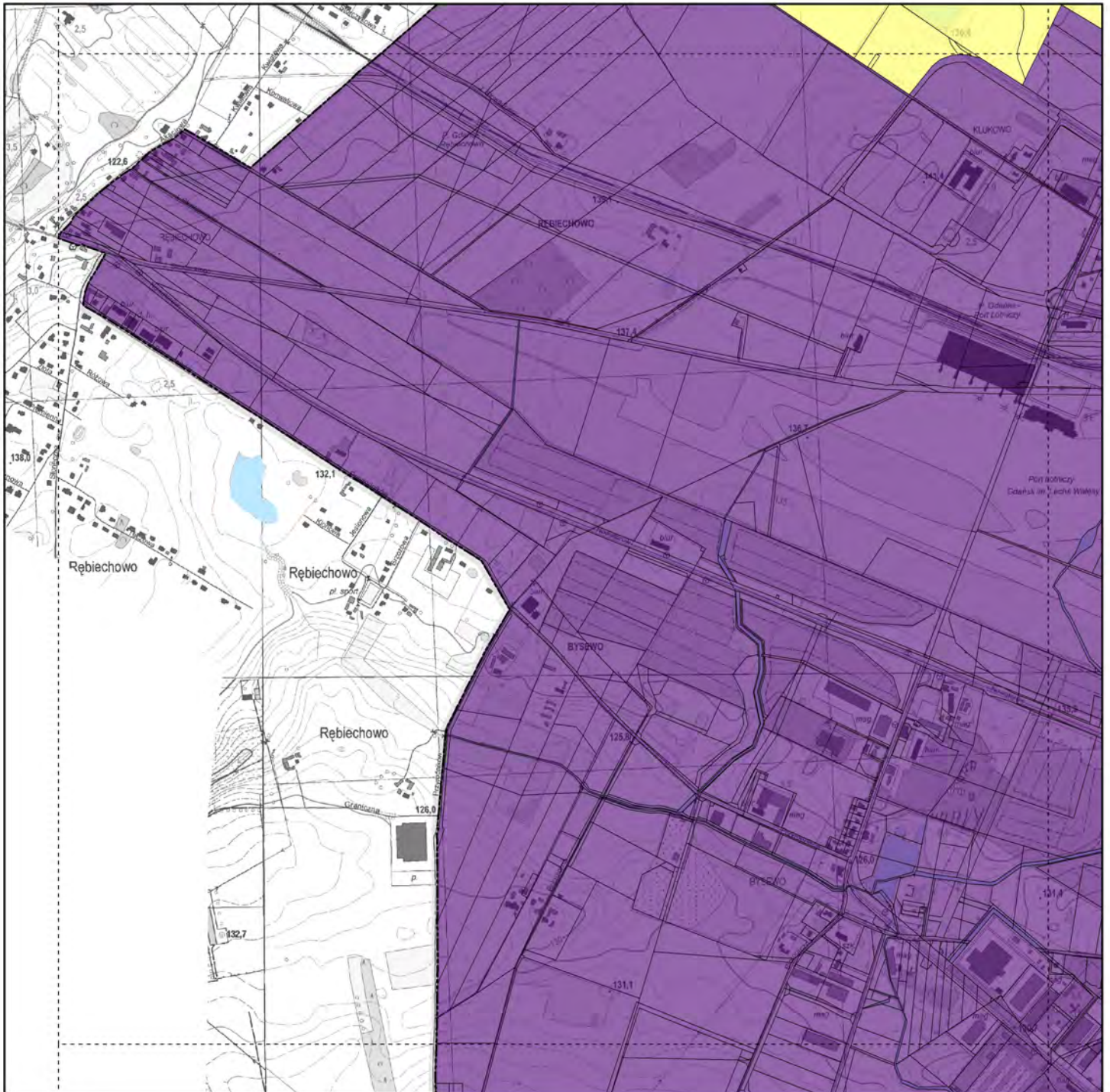




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

D1



Legenda

Elementy informacyjne

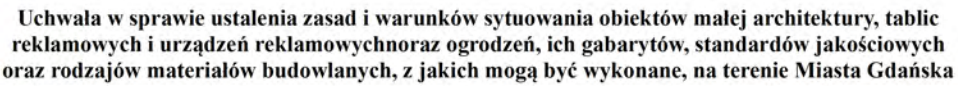
- granica Miasta Gdańska
- granicz działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

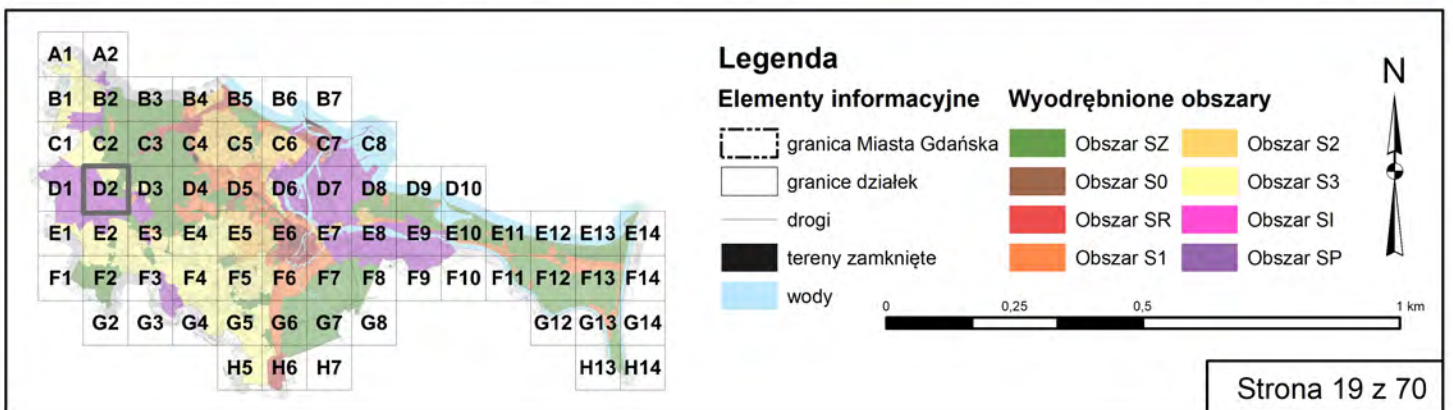
- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

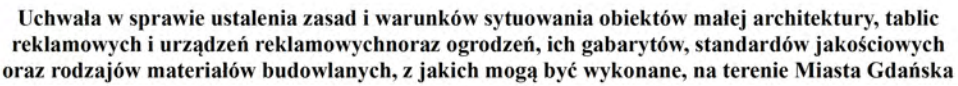
0 0,25 0,5 1 km





D2





The image is a topographic map of the Matarnia area in Poland. It features contour lines indicating elevation, with labels such as 138.7, 136.6, 136.4, 136.2, 135.8, 135.6, 135.4, 135.2, 135.0, 134.8, 134.6, 134.4, 134.2, 134.0, 133.8, 133.6, 133.4, 133.2, 133.0, 132.8, 132.6, 132.4, 132.2, 132.0, 131.8, 131.6, 131.4, 131.2, 131.0, 130.8, 130.6, 130.4, 130.2, 130.0, 129.8, 129.6, 129.4, 129.2, 129.0, 128.8, 128.6, 128.4, 128.2, 128.0, 127.8, 127.6, 127.4, 127.2, 127.0, 126.8, 126.6, 126.4, 126.2, 126.0, 125.8, 125.6, 125.4, 125.2, 125.0, 124.8, 124.6, 124.4, 124.2, 124.0, 123.8, 123.6, 123.4, 123.2, 123.0, 122.8, 122.6, 122.4, 122.2, 122.0, 121.8, 121.6, 121.4, 121.2, 121.0, 120.8, 120.6, 120.4, 120.2, 120.0, 119.8, 119.6, 119.4, 119.2, 119.0, 118.8, 118.6, 118.4, 118.2, 118.0, 117.8, 117.6, 117.4, 117.2, 117.0, 116.8, 116.6, 116.4, 116.2, 116.0, 115.8, 115.6, 115.4, 115.2, 115.0, 114.8, 114.6, 114.4, 114.2, 114.0, 113.8, 113.6, 113.4, 113.2, 113.0, 112.8, 112.6, 112.4, 112.2, 112.0, 111.8, 111.6, 111.4, 111.2, 111.0, 110.8, 110.6, 110.4, 110.2, 110.0, 109.8, 109.6, 109.4, 109.2, 109.0, 108.8, 108.6, 108.4, 108.2, 108.0, 107.8, 107.6, 107.4, 107.2, 107.0, 106.8, 106.6, 106.4, 106.2, 106.0, 105.8, 105.6, 105.4, 105.2, 105.0, 104.8, 104.6, 104.4, 104.2, 104.0, 103.8, 103.6, 103.4, 103.2, 103.0, 102.8, 102.6, 102.4, 102.2, 102.0, 101.8, 101.6, 101.4, 101.2, 101.0, 100.8, 100.6, 100.4, 100.2, 100.0, 99.8, 99.6, 99.4, 99.2, 99.0, 98.8, 98.6, 98.4, 98.2, 98.0, 97.8, 97.6, 97.4, 97.2, 97.0, 96.8, 96.6, 96.4, 96.2, 96.0, 95.8, 95.6, 95.4, 95.2, 95.0, 94.8, 94.6, 94.4, 94.2, 94.0, 93.8, 93.6, 93.4, 93.2, 93.0, 92.8, 92.6, 92.4, 92.2, 92.0, 91.8, 91.6, 91.4, 91.2, 91.0, 90.8, 90.6, 90.4, 90.2, 90.0, 89.8, 89.6, 89.4, 89.2, 89.0, 88.8, 88.6, 88.4, 88.2, 88.0, 87.8, 87.6, 87.4, 87.2, 87.0, 86.8, 86.6, 86.4, 86.2, 86.0, 85.8, 85.6, 85.4, 85.2, 85.0, 84.8, 84.6, 84.4, 84.2, 84.0, 83.8, 83.6, 83.4, 83.2, 83.0, 82.8, 82.6, 82.4, 82.2, 82.0, 81.8, 81.6, 81.4, 81.2, 81.0, 80.8, 80.6, 80.4, 80.2, 80.0, 79.8, 79.6, 79.4, 79.2, 79.0, 78.8, 78.6, 78.4, 78.2, 78.0, 77.8, 77.6, 77.4, 77.2, 77.0, 76.8, 76.6, 76.4, 76.2, 76.0, 75.8, 75.6, 75.4, 75.2, 75.0, 74.8, 74.6, 74.4, 74.2, 74.0, 73.8, 73.6, 73.4, 73.2, 73.0, 72.8, 72.6, 72.4, 72.2, 72.0, 71.8, 71.6, 71.4, 71.2, 71.0, 70.8, 70.6, 70.4, 70.2, 70.0, 69.8, 69.6, 69.4, 69.2, 69.0, 68.8, 68.6, 68.4, 68.2, 68.0, 67.8, 67.6, 67.4, 67.2, 67.0, 66.8, 66.6, 66.4, 66.2, 66.0, 65.8, 65.6, 65.4, 65.2, 65.0, 64.8, 64.6, 64.4, 64.2, 64.0, 63.8, 63.6, 63.4, 63.2, 63.0, 62.8, 62.6, 62.4, 62.2, 62.0, 61.8, 61.6, 61.4, 61.2, 61.0, 60.8, 60.6, 60.4, 60.2, 60.0, 59.8, 59.6, 59.4, 59.2, 59.0, 58.8, 58.6, 58.4, 58.2, 58.0, 57.8, 57.6, 57.4, 57.2, 57.0, 56.8, 56.6, 56.4, 56.2, 56.0, 55.8, 55.6, 55.4, 55.2, 55.0, 54.8, 54.6, 54.4, 54.2, 54.0, 53.8, 53.6, 53.4, 53.2, 53.0, 52.8, 52.6, 52.4, 52.2, 52.0, 51.8, 51.6, 51.4, 51.2, 51.0, 50.8, 50.6, 50.4, 50.2, 50.0, 49.8, 49.6, 49.4, 49.2, 49.0, 48.8, 48.6, 48.4, 48.2, 48.0, 47.8, 47.6, 47.4, 47.2, 47.0, 46.8, 46.6, 46.4, 46.2, 46.0, 45.8, 45.6, 45.4, 45.2, 45.0, 44.8, 44.6, 44.4, 44.2, 44.0, 43.8, 43.6, 43.4, 43.2, 43.0, 42.8, 42.6, 42.4, 42.2, 42.0, 41.8, 41.6, 41.4, 41.2, 41.0, 40.8, 40.6, 40.4, 40.2, 40.0, 39.8, 39.6, 39.4, 39.2, 39.0, 38.8, 38.6, 38.4, 38.2, 38.0, 37.8, 37.6, 37.4, 37.2, 37.0, 36.8, 36.6, 36.4, 36.2, 36.0, 35.8, 35.6, 35.4, 35.2, 35.0, 34.8, 34.6, 34.4, 34.2, 34.0, 33.8, 33.6, 33.4, 33.2, 33.0, 32.8, 32.6, 32.4, 32.2, 32.0, 31.8, 31.6, 31.4, 31.2, 31.0, 30.8, 30.6, 30.4, 30.2, 30.0, 29.8, 29.6, 29.4, 29.2, 29.0, 28.8, 28.6, 28.4, 28.2, 28.0, 27.8, 27.6, 27.4, 27.2, 27.0, 26.8, 26.6, 26.4, 26.2, 26.0, 25.8, 25.6, 25.4, 25.2, 25.0, 24.8, 24.6, 24.4, 24.2, 24.0, 23.8, 23.6, 23.4, 23.2, 23.0, 22.8, 22.6, 22.4, 22.2, 22.0, 21.8, 21.6, 21.4, 21.2, 21.0, 20.8, 20.6, 20.4, 20.2, 20.0, 19.8, 19.6, 19.4, 19.2, 19.0, 18.8, 18.6, 18.4, 18.2, 18.0, 17.8, 17.6, 17.4, 17.2, 17.0, 16.8, 16.6, 16.4, 16.2, 16.0, 15.8, 15.6, 15.4, 15.2, 15.0, 14.8, 14.6, 14.4, 14.2, 14.0, 13.8, 13.6, 13.4, 13.2, 13.0, 12.8, 12.6, 12.4, 12.2, 12.0, 11.8, 11.6, 11.4, 11.2, 11.0, 10.8, 10.6, 10.4, 10.2, 10.0,

A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

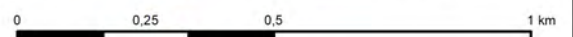
G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8 G12 G13 G14

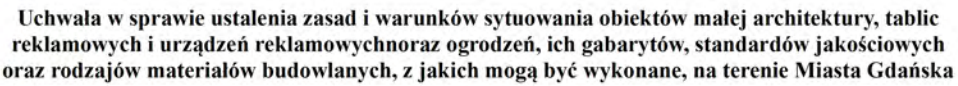
H5 H6 H7 H13 H14

Elementy informacyjne

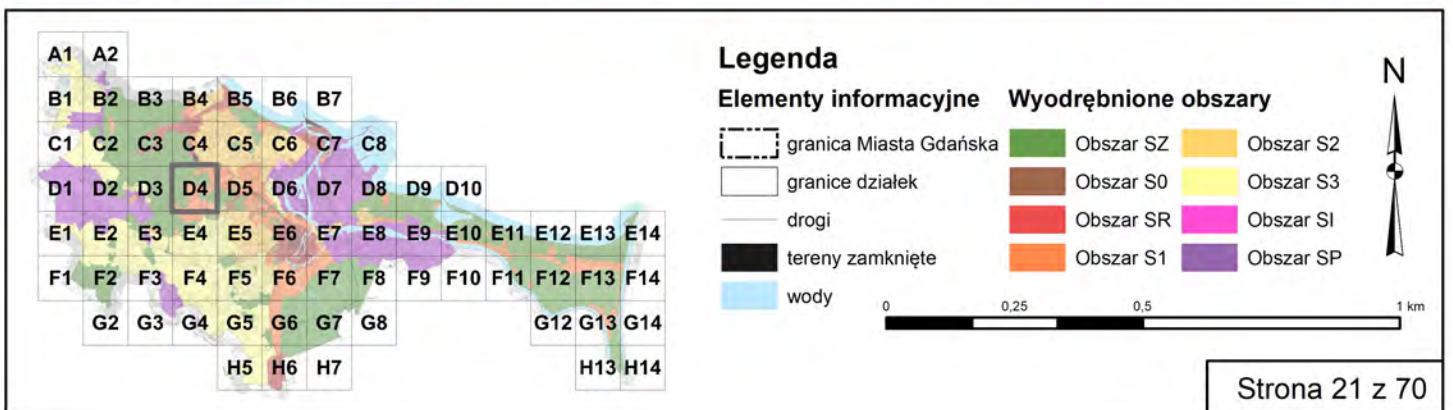
 wody

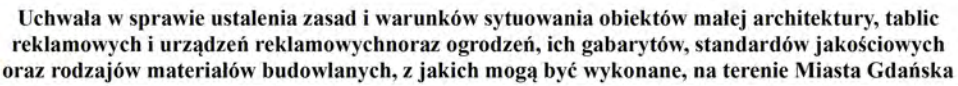
0.25 0.5



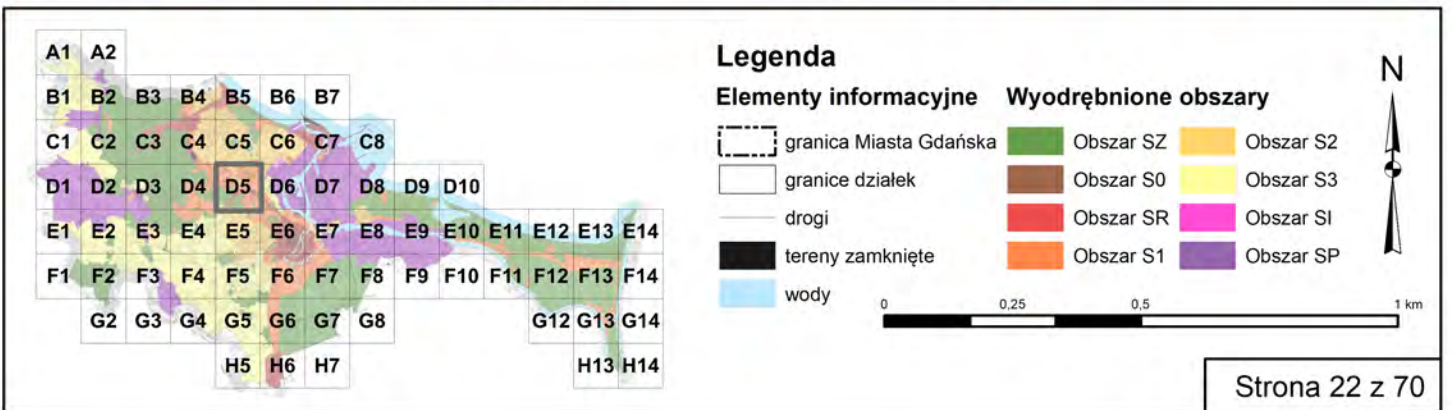


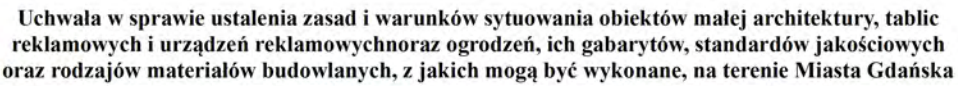
D4



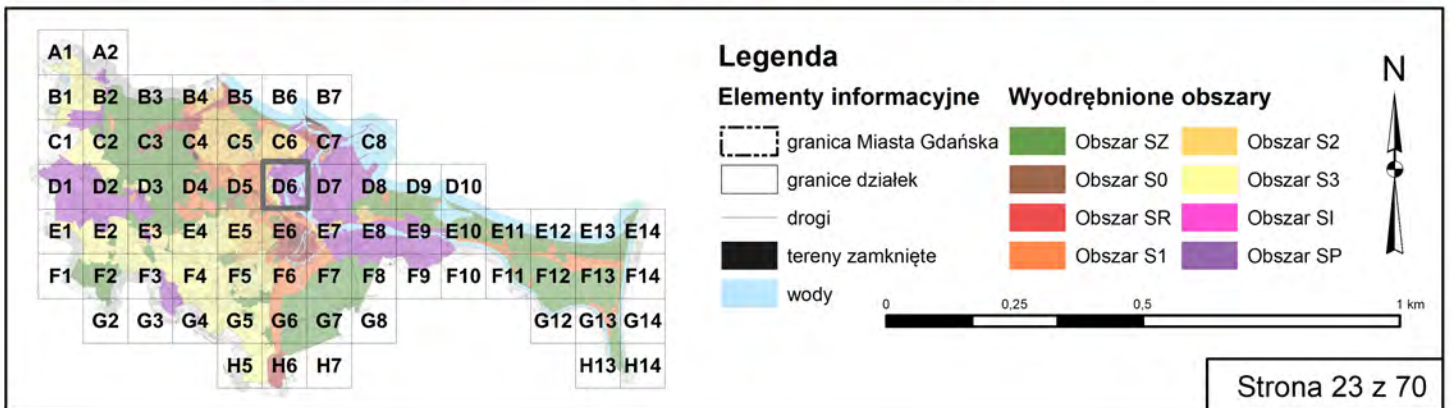


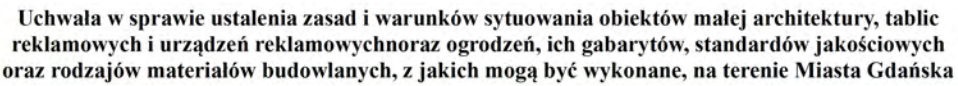
D5



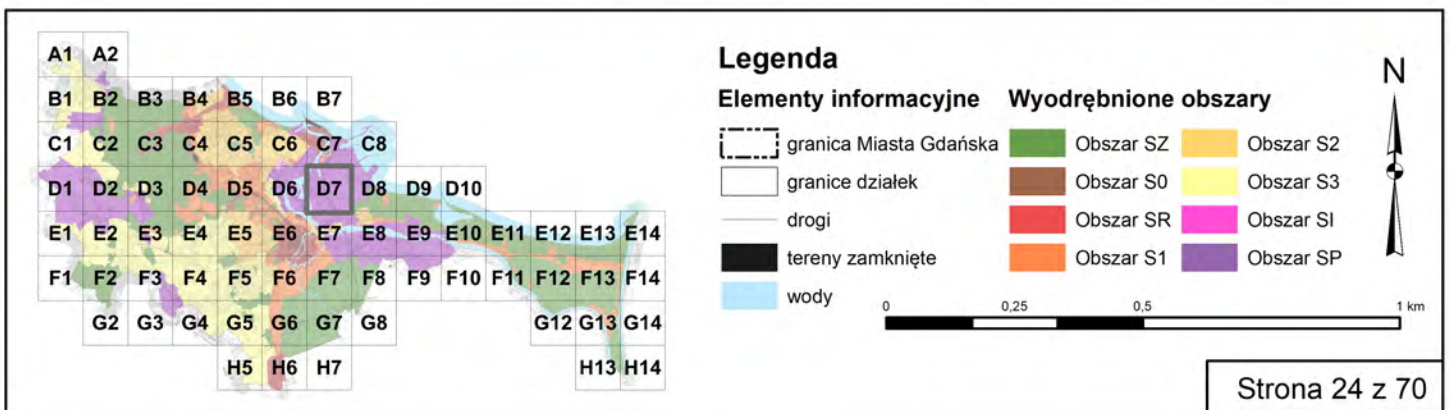


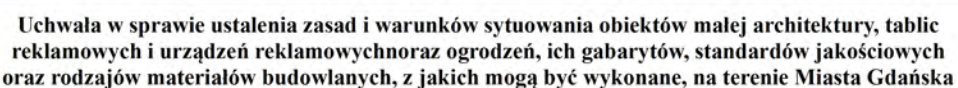
D6





D7





The map displays the Mierzeja Wiślna area, characterized by various land use zones. The purple zone covers the northern and central parts, including the 'Mierzeja Wiślna' label. The green zone is located in the southern and eastern parts, with labels for 'Stogi' and 'Góra Łysa'. The orange zone is situated in the southeastern part, and the yellow zone is in the southwestern part. The blue area represents the Vistula River. The map also shows a network of roads and railways, and a large blue area representing the Vistula River.

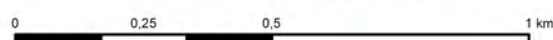
A1	A2																			
B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7														
C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8													
D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10											
E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14							
F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14							
	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8					G12	G13	G14						
				H5	H6	H7								H13	H14					

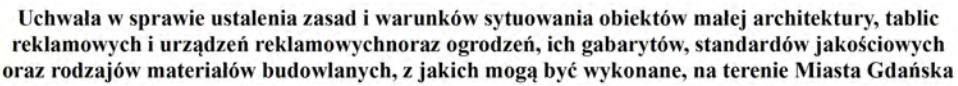
Elementy informacyjne

 granica Miasta Gdańska

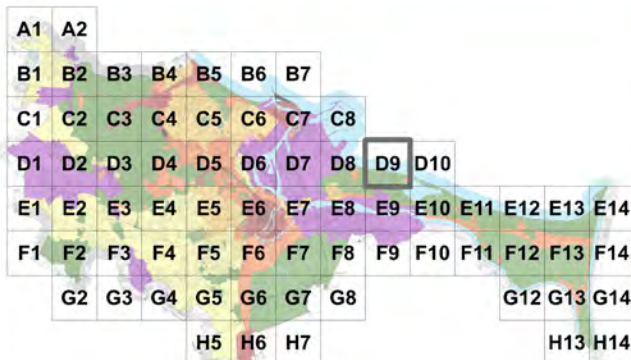
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody

	Obszar SZ		Obszar S2
	Obszar S0		Obszar S3
	Obszar SR		Obszar SI
	Obszar S1		Obszar SP





D9

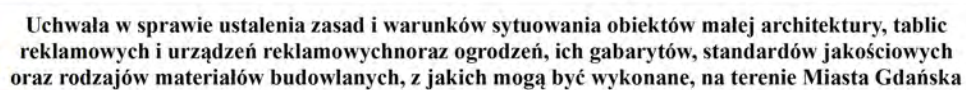


Elementy informacyjne

 wody

0.25 0.5





A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8

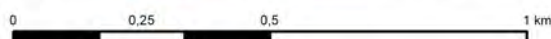
G12 G13 G14

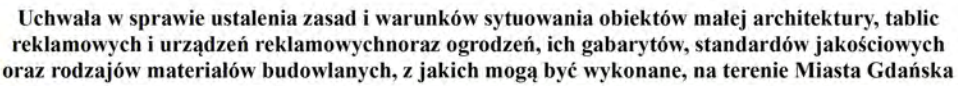
H5 H6 H7

H13 H14

 granica Miasta Gdańska
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody

	Obszar SZ		Obszar S2
	Obszar S0		Obszar S3
	Obszar SR		Obszar SI
	Obszar S1		Obszar SP





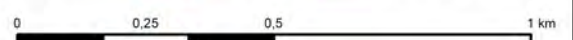
The map shows a topographic representation of a landscape. A yellow highlighted area is located in the upper right, and a purple highlighted area is located in the lower right. The map includes contour lines, elevation points, and labels for 'Czaple', 'słonecznik', and 'słonecznik'.

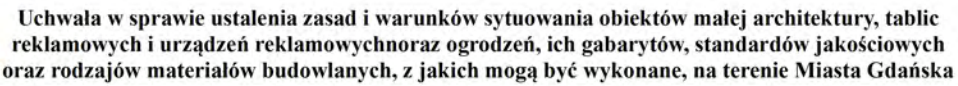
[illegible]

Elementy informacyjne

 wody

0.25 0.5



[illegible]

A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8

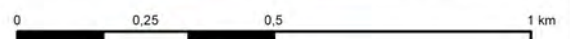
H5 H6 H7

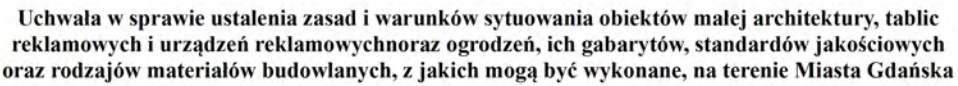
H13 H14

Elementy informacyjne

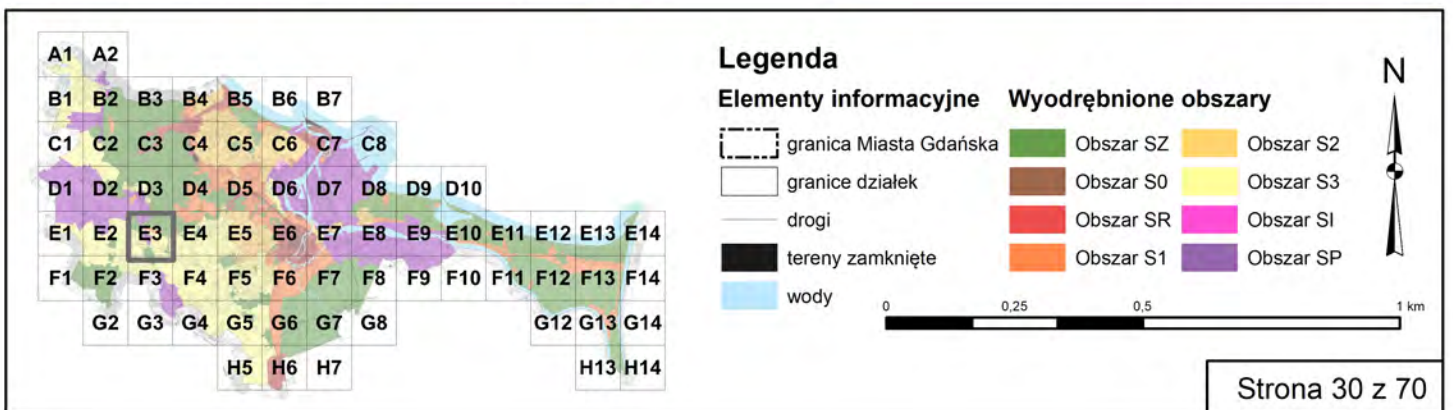
wody

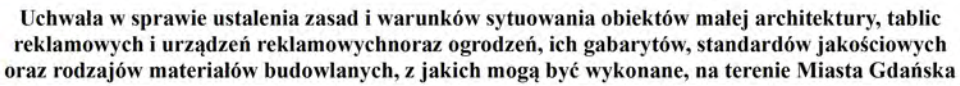
0.25 0.5





E3





A detailed map of the Gdansk region, showing urban areas in red, green, and yellow, with a river and surrounding landscape. The map includes labels for 'GDAŃSK' and 'WIEJSKI'. The red areas represent urban zones, green areas represent parks or green spaces, and yellow areas represent other land uses. A river flows through the center of the map, and various roads and infrastructure are visible. The map is oriented with North at the top.

A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

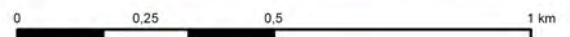
F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

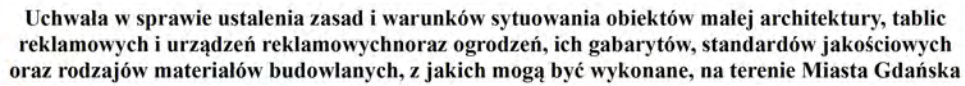
G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8

H5 H6 H7

H13 H14

0,25 0,5



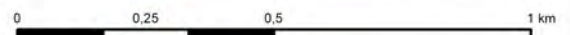


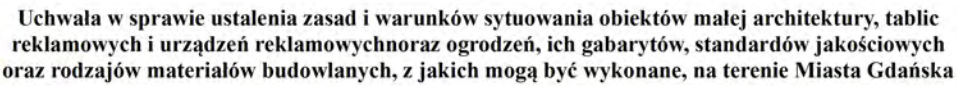
A detailed map of a residential area, likely a suburban neighborhood. The map is color-coded into several zones: green for parks or undeveloped land, yellow for residential areas, orange for commercial or industrial areas, and red for high-density or urban areas. The map shows a complex network of streets, including major thoroughfares and local roads. Several street names are visible, such as 'SIEDGE' and 'HANING'. The map also depicts various landmarks, including schools, churches, and public facilities. The overall layout suggests a well-planned suburban development with a mix of housing types and amenities.

Elementy informacyjne

 wody

0.25 0.5





A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8

G12 G13 G14

H5 H6 H7

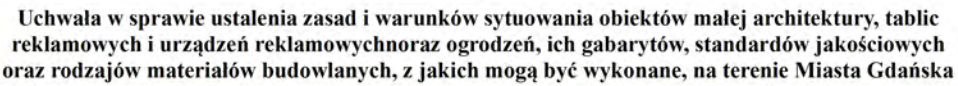
H13 H14

Elementy informac

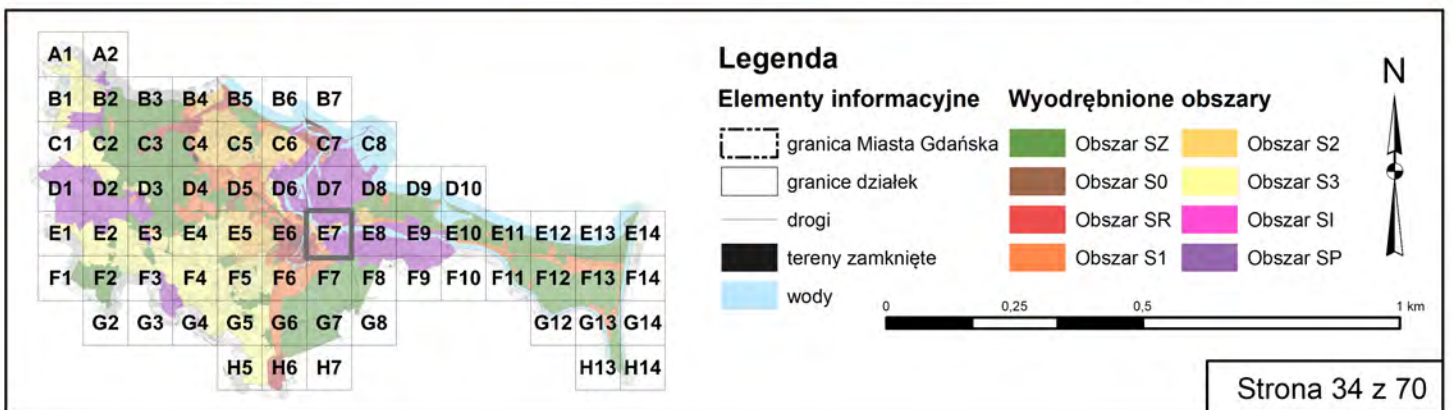
 wody

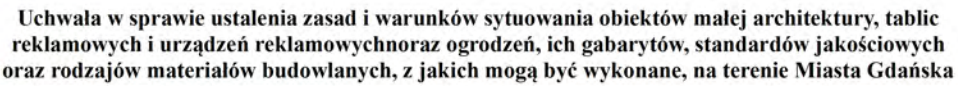
0.25 0.5





E7



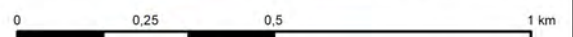


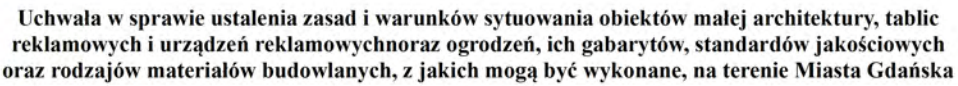
A triangular grid of 14x14 cells, each labeled with a letter and a number. The grid is colored with a complex pattern of overlapping translucent shapes in various colors (yellow, green, blue, red, purple, orange). The cell E8 is highlighted with a black border.

Elementy informacyjne

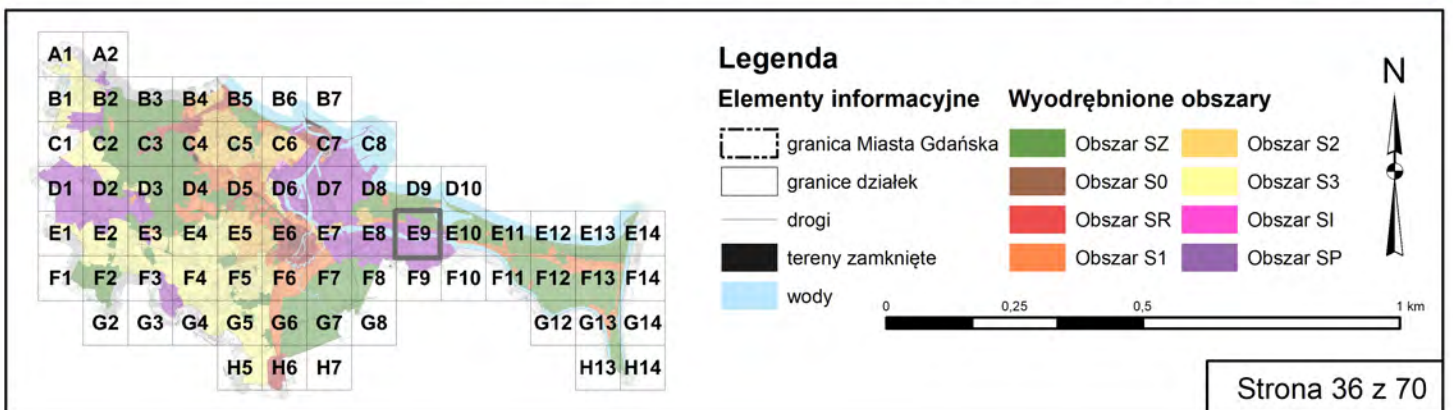
 wody

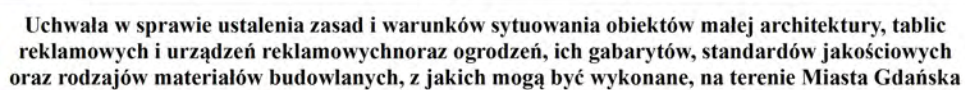
Obszar S1 Obszar SP





E9



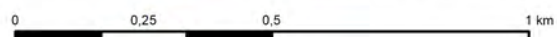


The map displays the Sobieszewo Peninsula (Wyspa Sobieszewska) in a stylized, color-coded manner. The central area is green, labeled 'RAJ' and 'WYSPA SOBIESZEWSKA'. A large orange area along the southern coast is labeled 'LAS MIERZWI'. A smaller orange area on the left is labeled 'GÓRA WISZNICOWA'. The surrounding water is light blue. A purple area on the left represents the mainland. A railway line is shown at the bottom, with a station labeled 'Wielinka'. The map is overlaid with a grid of dashed lines.

Elementy informacyjne

 wody

0.00 0.05 0.10 0.15 0.20 0.25 0.30 0.35 0.40 0.45 0.50 0.55 0.60 0.65 0.70 0.75 0.80 0.85 0.90 0.95 1.00

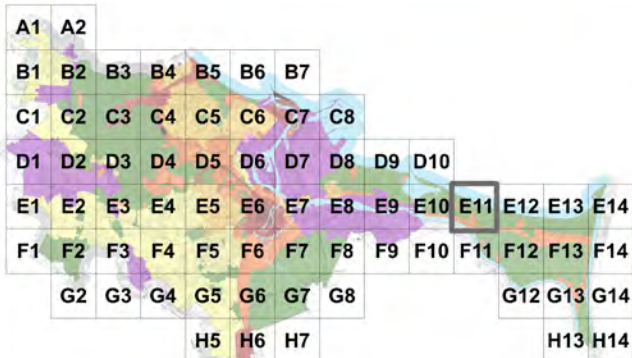
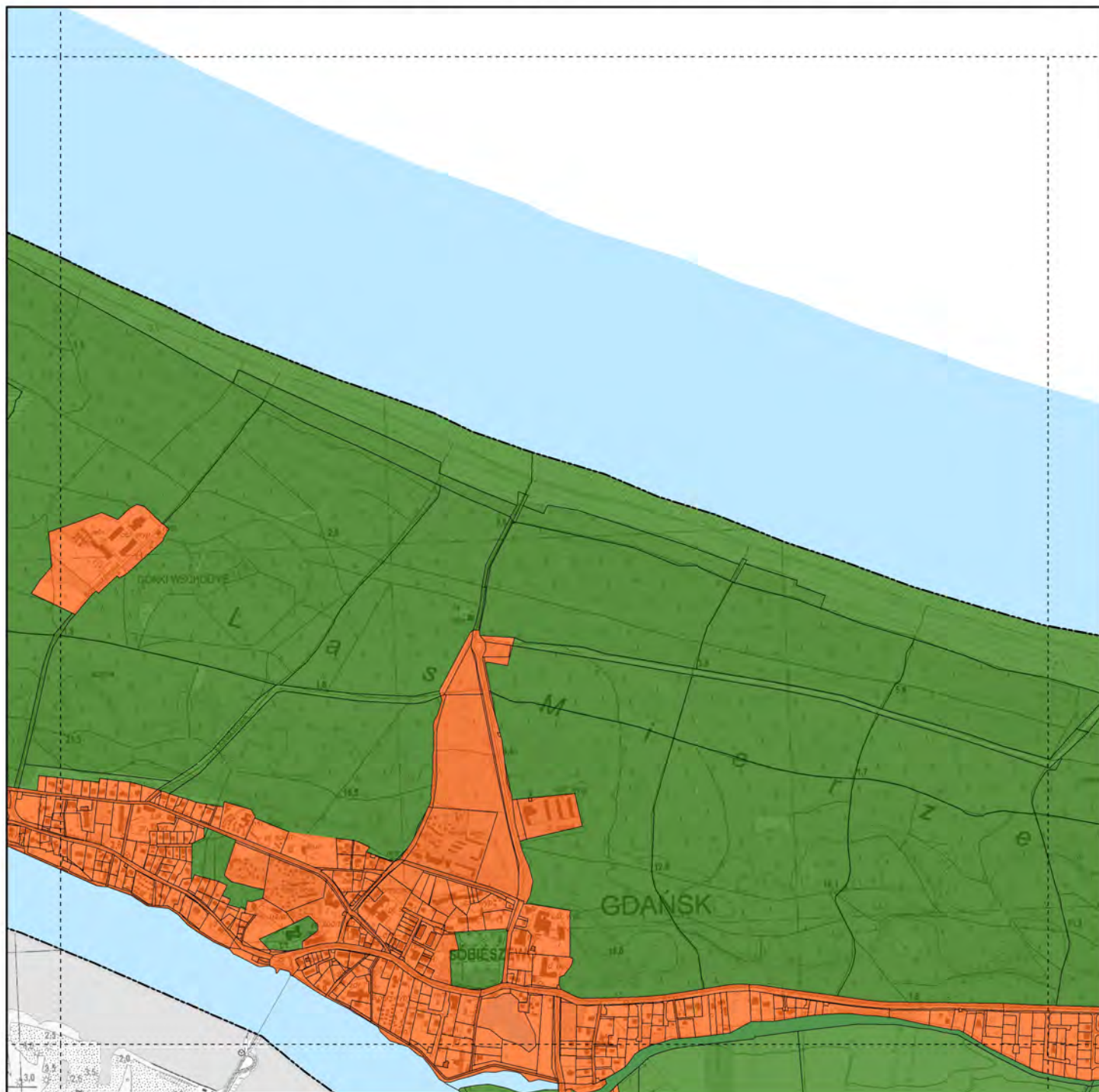




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

E11



Legenda

Elementy informacyjne

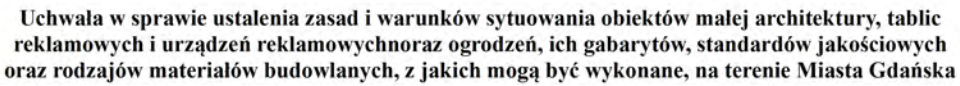
- granica Miasta Gdańska
- granice działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

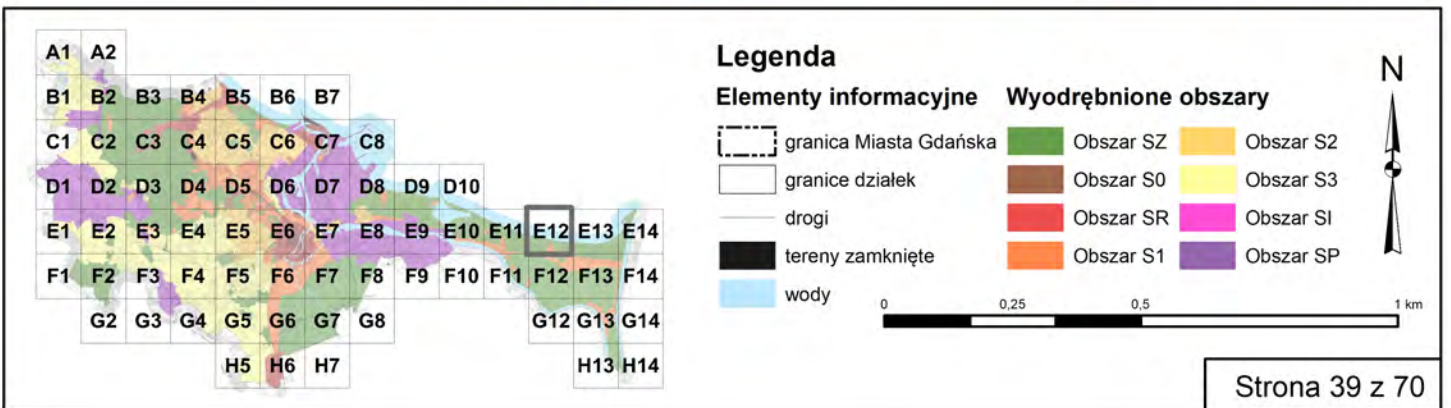
- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

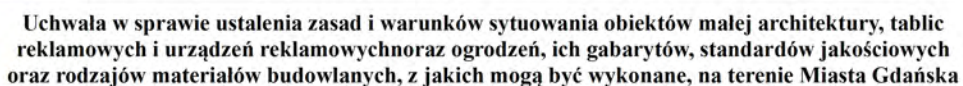
0 0,25 0,5 1 km





E12





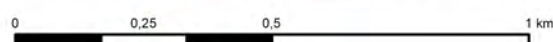
The map shows Wyspa Sobieszewska (Sobieszewo Island) in the Baltic Sea. The island is green and connected to the mainland by a dike. The mainland is also green and labeled 'RZECZA WIELKA' (Pomerania). The sea is light blue. The island is labeled 'WYSPA SOBIEZEWSKA'. The map includes a scale bar (0-10 km) and a compass rose. The island is connected to the mainland by a dike. The surrounding regions are labeled 'POMERANIA' and 'KASZUBIA'.

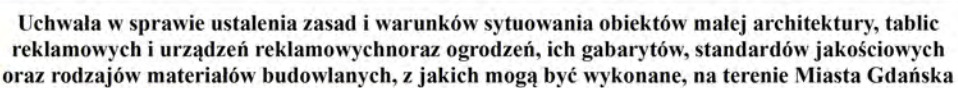


Elementy informacyjne

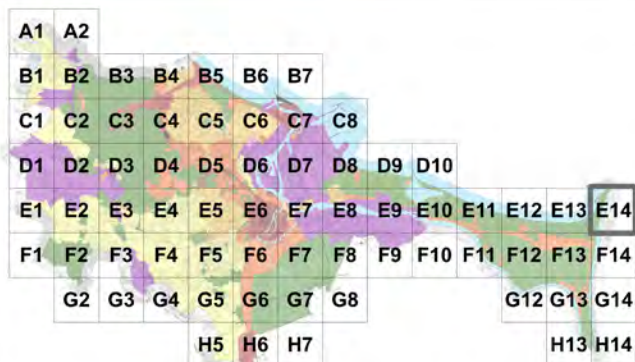
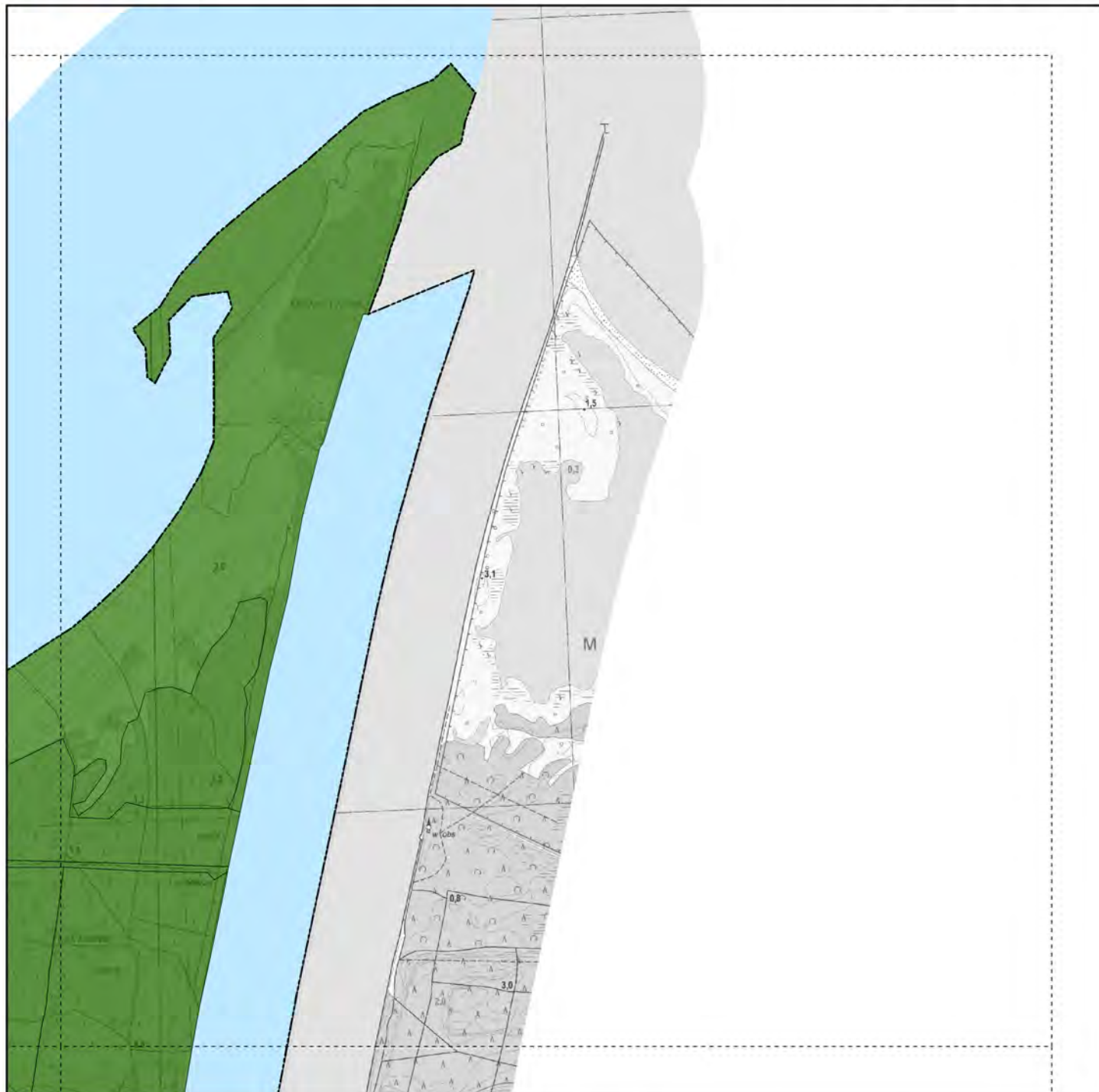
wody

0.25 0.5





E14



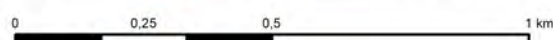
Legenda

Elementy informacyjne

-  granica Miasta Gdańska
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody

Wyodrębnione obszary

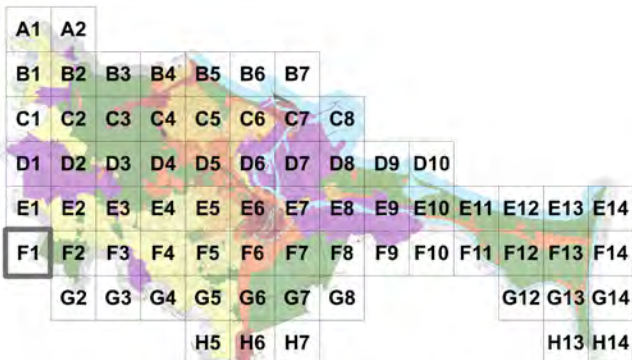
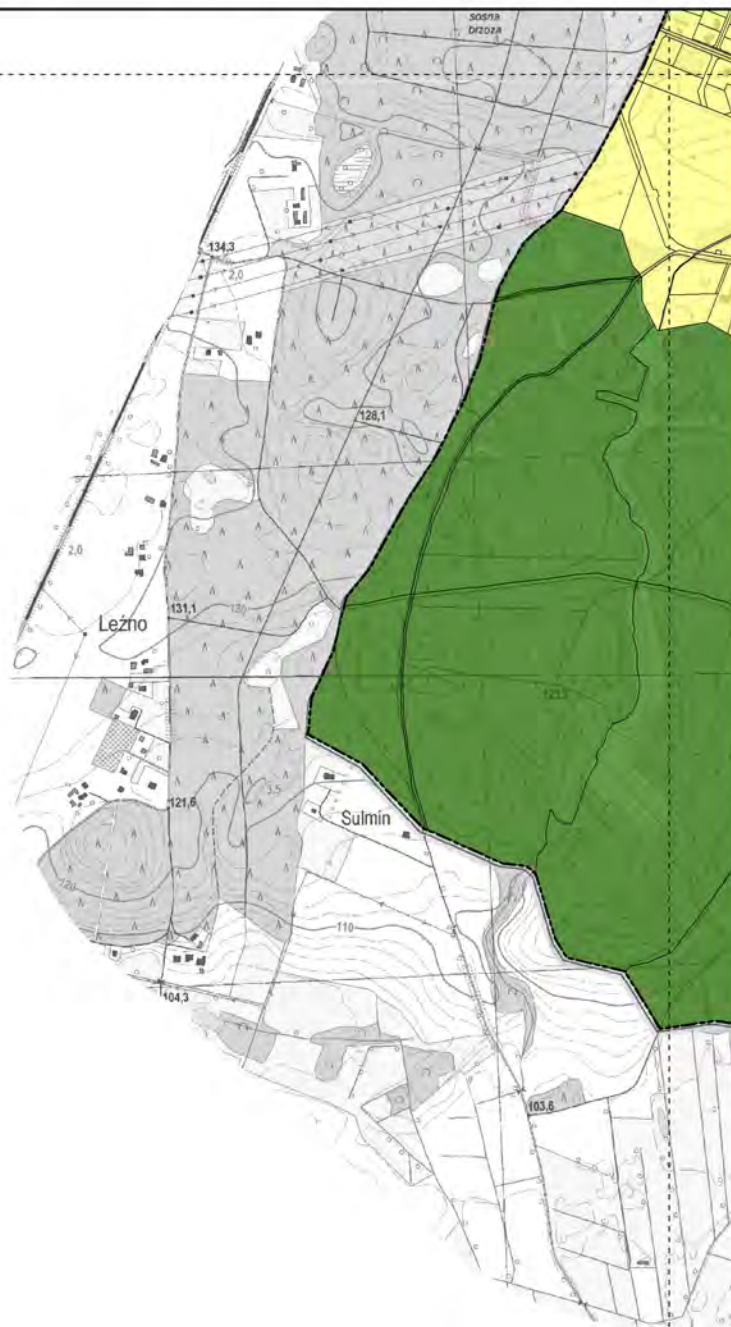
- | | | | |
|---|-----------|---|-----------|
|  | Obszar SZ |  | Obszar S2 |
|  | Obszar S0 |  | Obszar S3 |
|  | Obszar SR |  | Obszar SI |
|  | Obszar S1 |  | Obszar SP |





Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr **F1**



Legenda

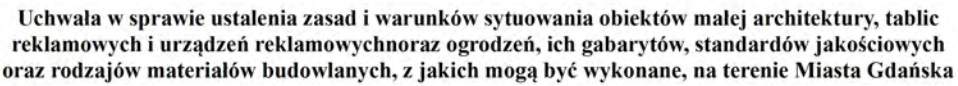
Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granice działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0.25 0.5 1 km



The map displays a topographic view of a section of San Jose, California. A large, irregularly shaped green area dominates the center, representing the proposed city center. This area is bordered by yellow regions, which likely represent existing urban areas or undeveloped land. In the bottom right corner, a grey-shaded area contains detailed topographic contour lines and numerical elevation markers (e.g., 141.0, 134.5, 115.5, 114.3, 106.1, 100.3, 2.5, 3.0). The map is overlaid with a grid of dashed lines, possibly indicating property boundaries or planning zones. The overall layout suggests a planning or zoning map for the City of San Jose.

A triangular grid of colored squares representing a 2D lattice. The grid is composed of squares with various colors (purple, green, yellow, orange, red, blue, pink, etc.) and black borders. The squares are arranged in a triangular pattern, with the top row having 2 squares (A1, A2), the second row having 7 squares (B1-B7), and so on, down to the bottom row having 14 squares (H5-H14). The squares are labeled with letters and numbers, and some are highlighted with a thick black border.

A1	A2																		
B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7													
C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8												
D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10										
E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14						
F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14						
	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8					G12	G13	G14					
				H5	H6	H7									H13	H14			

Elementy informac

wody

0.25 0

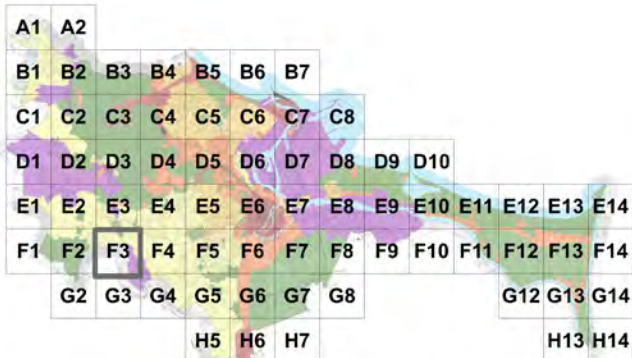
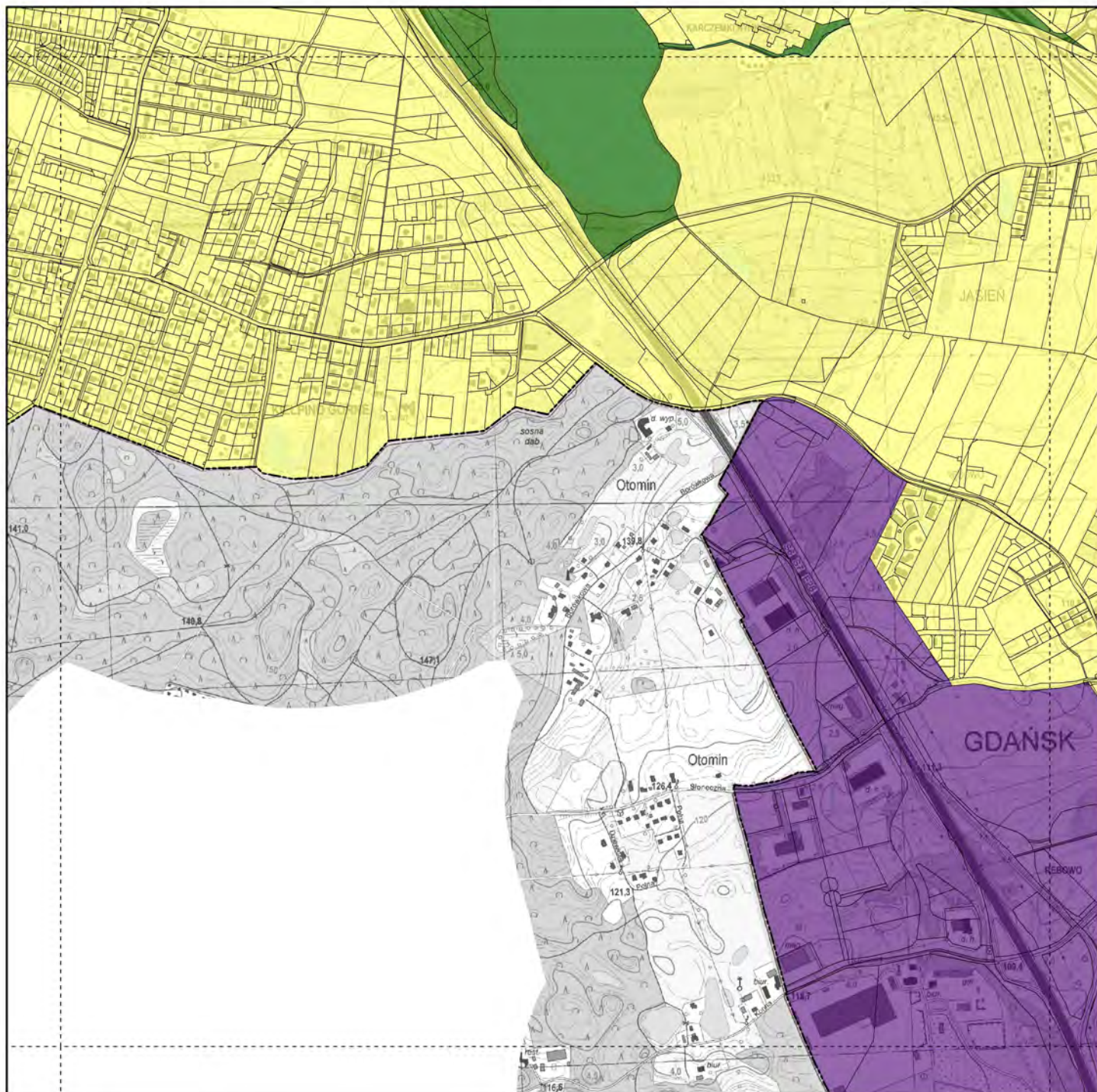




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

F3



Legenda

Elementy informacyjne

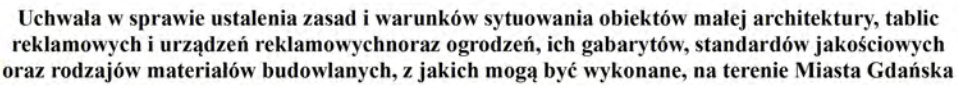
- granica Miasta Gdańska
- granicze działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0.25 0.5 1 km



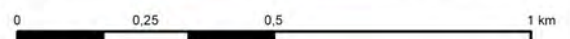


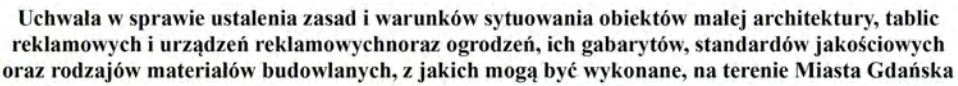
A1	A2														
B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7									
C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8								
D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10						
E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14		
F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14		
		G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8					G12	G13	G14
				H5	H6	H7								H13	H14

Elementy informacyjne

wody 0

0,25 0,5





A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

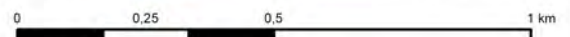
G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8 G12 G13 G14

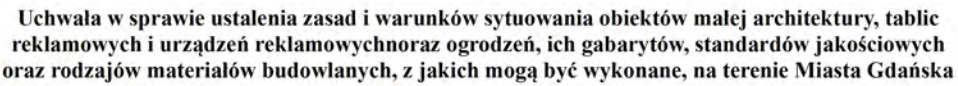
H5 H6 H7 H13 H14

Elementy informacyjne

wody 0

0.25 0.5





This is a detailed urban planning map of the Ptasznik area. The map uses a color-coded system to delineate different land use zones: red for residential or commercial areas, orange for industrial or utility zones, yellow for agricultural or undeveloped land, and green for parks or forested areas. A prominent river, the Ręka, flows through the eastern part of the map. A dense network of roads and streets is shown throughout the urban area. Key locations labeled on the map include 'PTASZNIK' in the center, 'GRUNIA' at the bottom, 'KOTŁOWNIA' (power station) in the middle-left, 'STARA WIEŚ' (old village) on the far left, and 'KOPALNIA GÓRKA' (mine) at the top. The map also shows various smaller plots and structures within these zones.

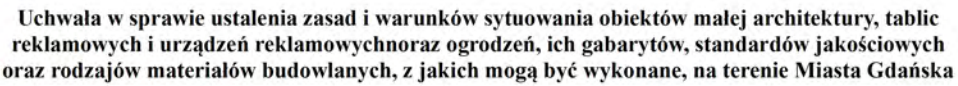
A triangular grid of 28 cells, each labeled with a letter and a number. The grid is arranged in rows: Row 1 has 2 cells (A1, A2), Row 2 has 7 cells (B1-B7), Row 3 has 8 cells (C1-C8), Row 4 has 10 cells (D1-D10), Row 5 has 14 cells (E1-E14), Row 6 has 14 cells (F1-F14), Row 7 has 8 cells (G1-G8, G12-G14), and Row 8 has 3 cells (H5-H7, H13-H14). The cells are colored in a repeating pattern of yellow, green, and purple. A thick black border highlights the cell labeled F6.

Elementy informac

 wody

0.25 0.5





This map shows the Olszynka area in Gdańsk. The city grid is visible, with the Vistula river (Wisła) flowing through it. The Olszynka district is highlighted in orange, and the surrounding areas are in green. The map includes labels for 'OLSZYNKA' and 'GDAŃSK'.

A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8

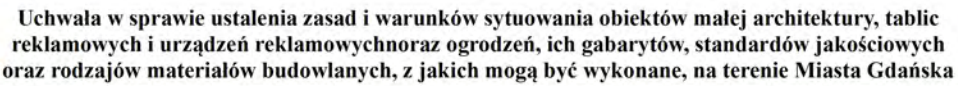
H5 H6 H7

G12 G13 G14

H13 H14

	Obszar SZ		Obszar S2
	Obszar S0		Obszar S3
	Obszar SR		Obszar SI
	Obszar S1		Obszar SP

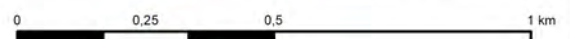




Elementy informacyjne

wody 0

0,25 0,5

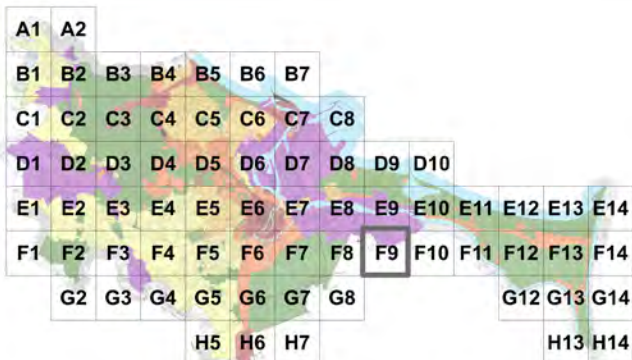




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

F9



Legenda

Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granice działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0.25 0.5 1 km

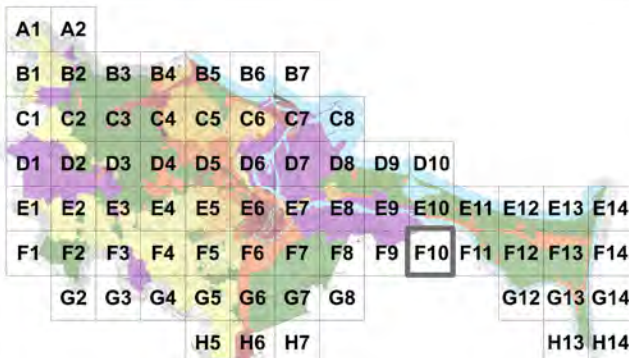




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

F10



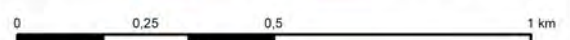
Legenda

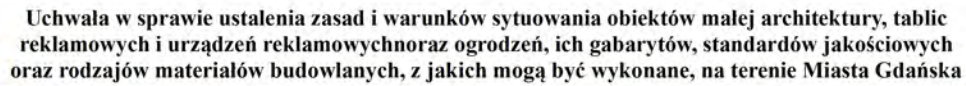
Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granicz działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP





The map shows the Vistula River (Wisla) flowing from the top left towards the bottom right. On the left bank, the village of Wislinka is depicted with several buildings and streets. A road labeled 'Kujawski' runs along the riverbank. The right bank features a large green area labeled 'WYSPA SOBIEZEWO' (Sobieszewo Island). Within this island, there are orange-colored areas labeled 'SOBIEZEWKO' and 'SOBIEZEWKO'. The map includes numerous contour lines and elevation points, such as 2.5, 3.0, 3.5, 4.0, 4.5, 5.0, 5.1, 5.5, 6.0, 6.5, 7.0, 7.5, 8.0, 8.5, 9.0, 9.5, 10.0, 10.5, 11.0, 11.5, 12.0, 12.5, 13.0, 13.5, 14.0, 14.5, 15.0, 15.5, 16.0, 16.5, 17.0, 17.5, 18.0, 18.5, 19.0, 19.5, 20.0, 20.5, 21.0, 21.5, 22.0, 22.5, 23.0, 23.5, 24.0, 24.5, 25.0, 25.5, 26.0, 26.5, 27.0, 27.5, 28.0, 28.5, 29.0, 29.5, 30.0, 30.5, 31.0, 31.5, 32.0, 32.5, 33.0, 33.5, 34.0, 34.5, 35.0, 35.5, 36.0, 36.5, 37.0, 37.5, 38.0, 38.5, 39.0, 39.5, 40.0, 40.5, 41.0, 41.5, 42.0, 42.5, 43.0, 43.5, 44.0, 44.5, 45.0, 45.5, 46.0, 46.5, 47.0, 47.5, 48.0, 48.5, 49.0, 49.5, 50.0, 50.5, 51.0, 51.5, 52.0, 52.5, 53.0, 53.5, 54.0, 54.5, 55.0, 55.5, 56.0, 56.5, 57.0, 57.5, 58.0, 58.5, 59.0, 59.5, 60.0, 60.5, 61.0, 61.5, 62.0, 62.5, 63.0, 63.5, 64.0, 64.5, 65.0, 65.5, 66.0, 66.5, 67.0, 67.5, 68.0, 68.5, 69.0, 69.5, 70.0, 70.5, 71.0, 71.5, 72.0, 72.5, 73.0, 73.5, 74.0, 74.5, 75.0, 75.5, 76.0, 76.5, 77.0, 77.5, 78.0, 78.5, 79.0, 79.5, 80.0, 80.5, 81.0, 81.5, 82.0, 82.5, 83.0, 83.5, 84.0, 84.5, 85.0, 85.5, 86.0, 86.5, 87.0, 87.5, 88.0, 88.5, 89.0, 89.5, 90.0, 90.5, 91.0, 91.5, 92.0, 92.5, 93.0, 93.5, 94.0, 94.5, 95.0, 95.5, 96.0, 96.5, 97.0, 97.5, 98.0, 98.5, 99.0, 99.5, 100.0. A port area is visible at the bottom right, labeled 'port'. The map is framed by a dashed line on the left and bottom, and a solid line on the top and right.

 granica Miasta Gdańska
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody

 Obszar SZ
 Obszar S0
 Obszar SR
 Obszar S1

 Obszar S2
 Obszar S3
 Obszar SI
 Obszar SP

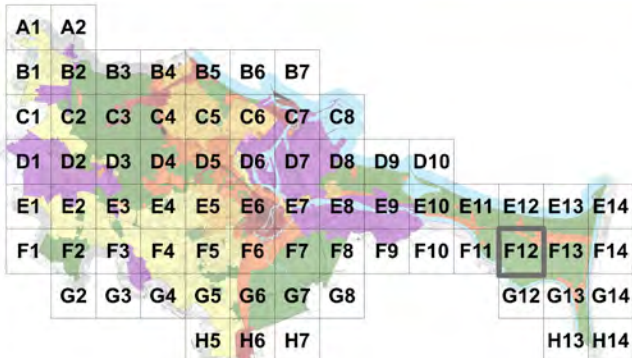
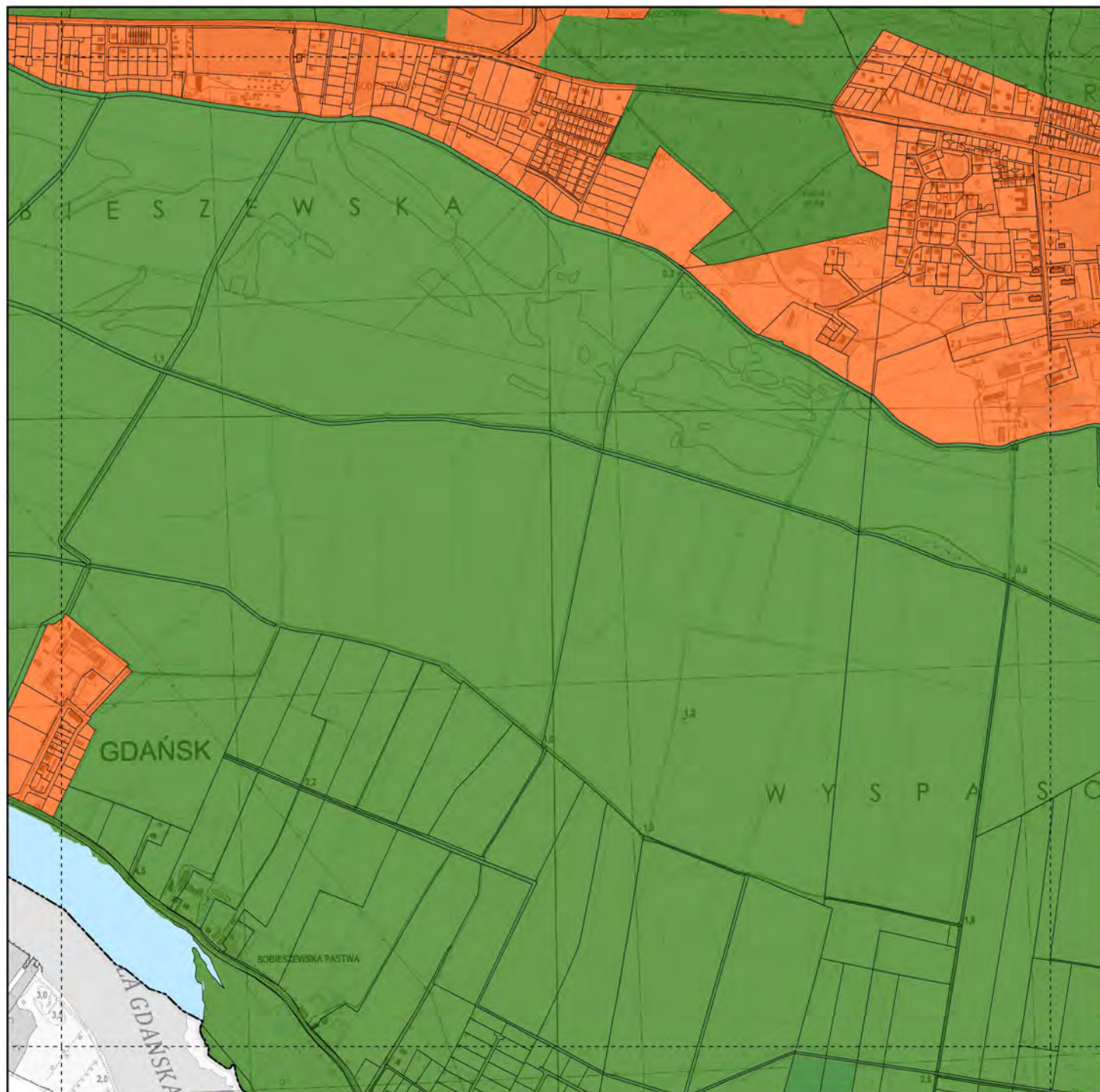




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

F12



Legenda

Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granice działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0,25 0,5 1 km

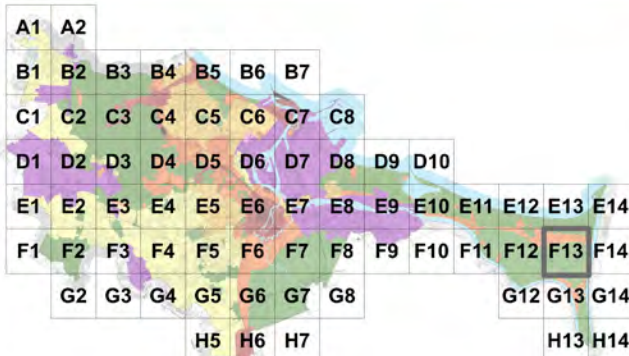
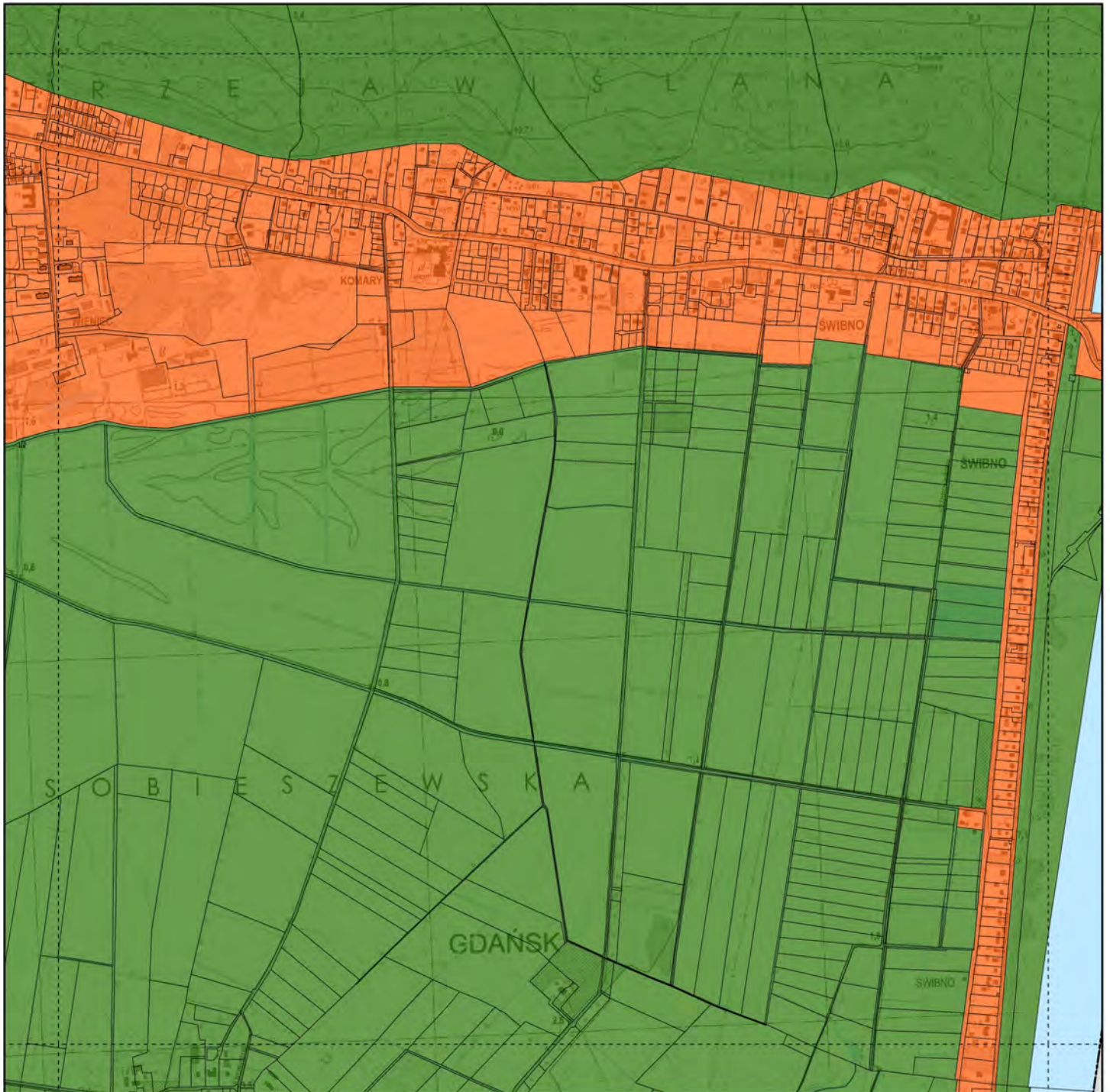




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

F13



Legenda

Elementy informacyjne

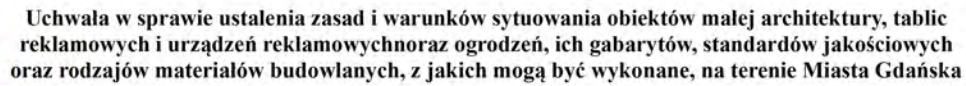
- granica Miasta Gdańska
- granicz dzialek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

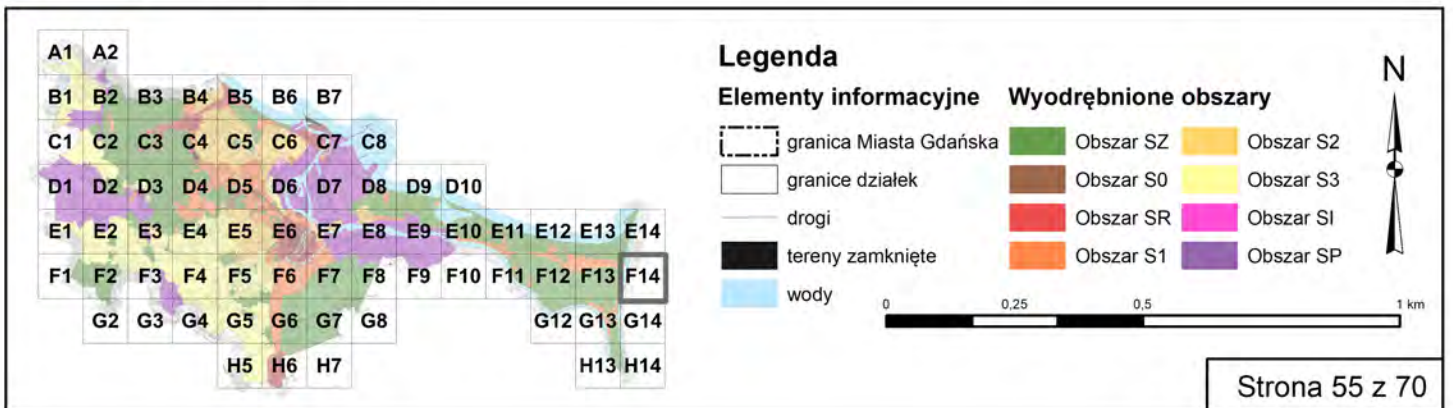
- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0,25 0,5 1 km





F14

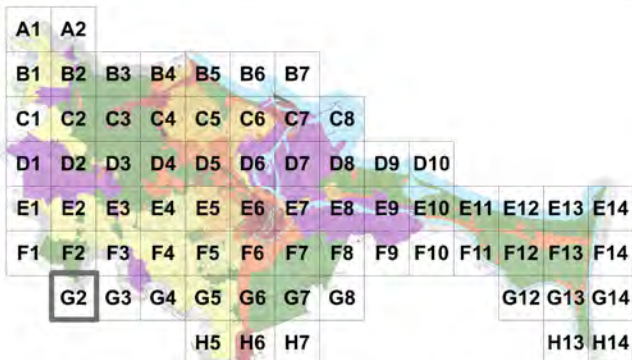
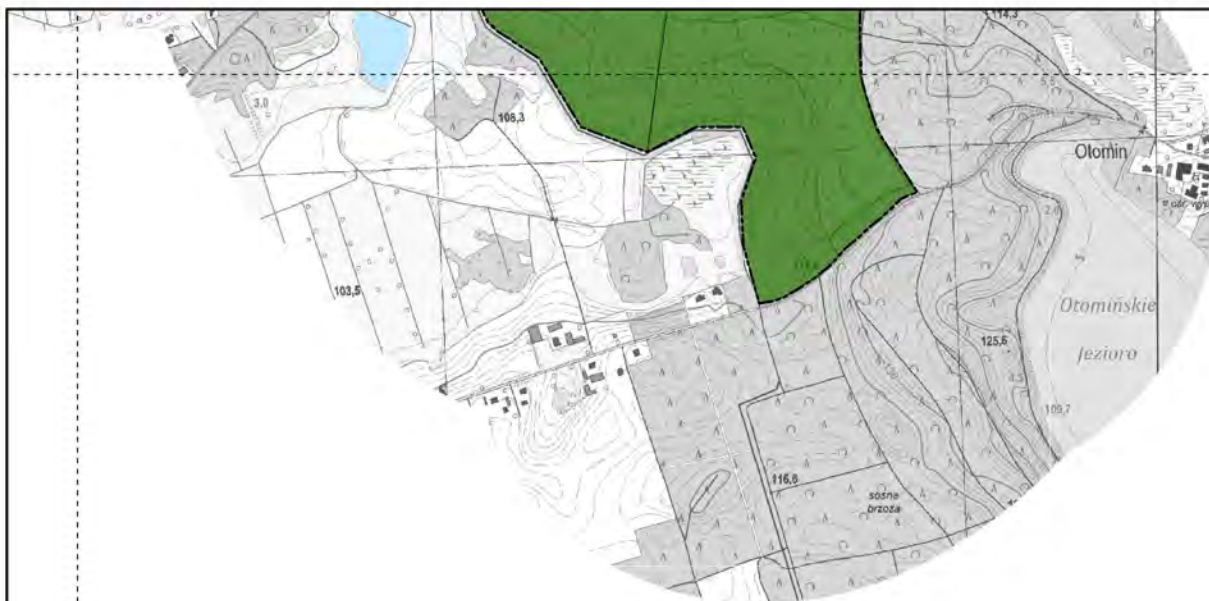




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

G2



Legenda

Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granice działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0.25 0.5 1 km

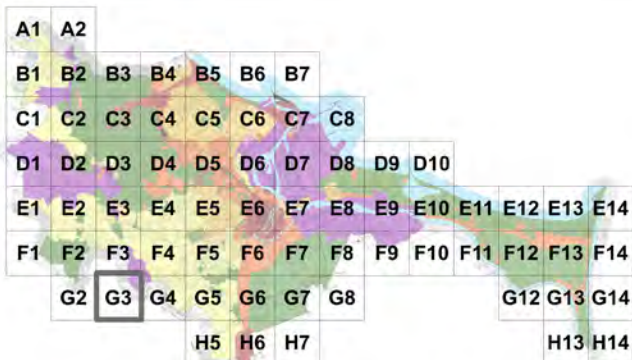




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

G3



Legenda

Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granicz działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

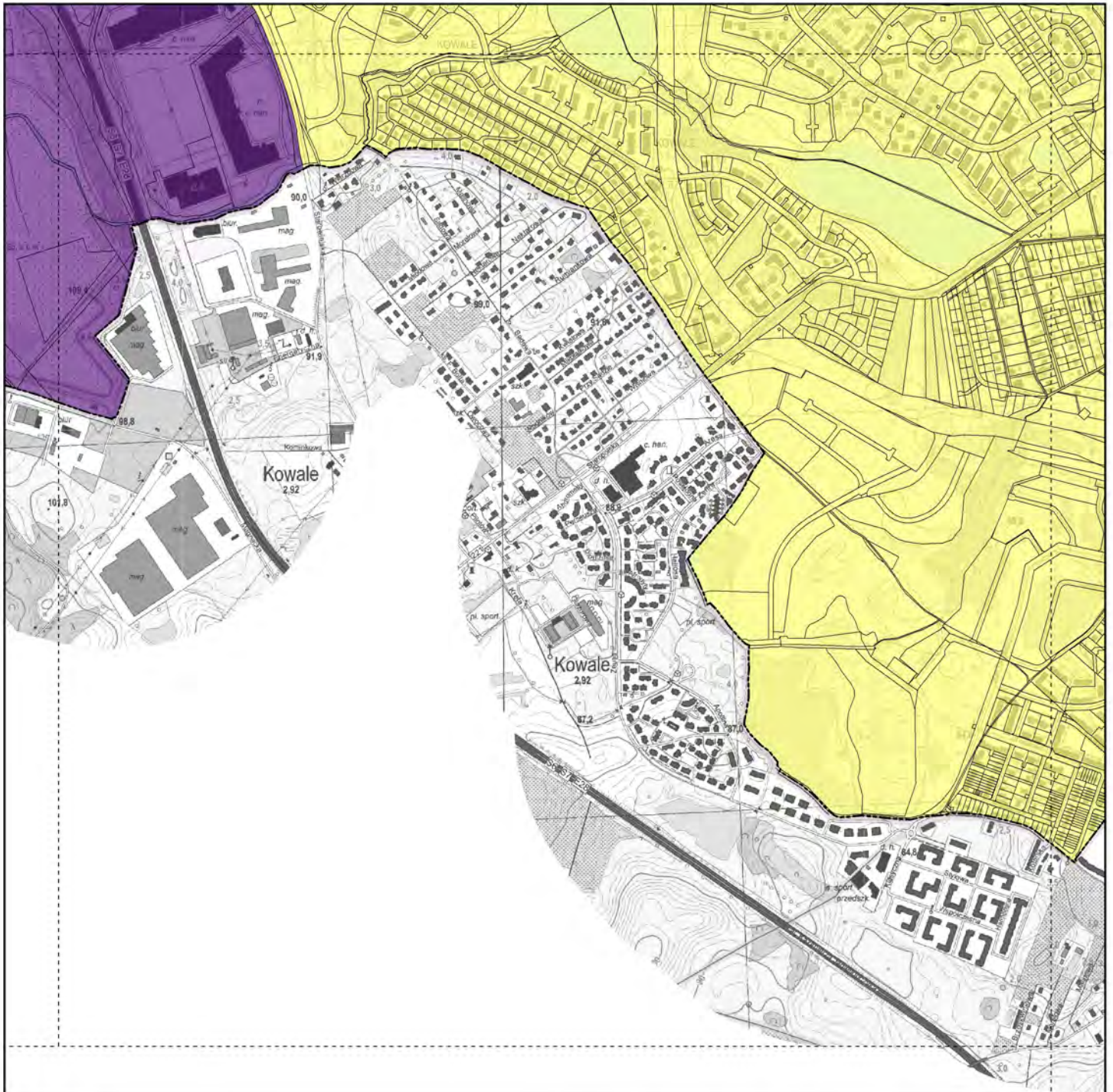
- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0.25 0.5 1 km



Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta terenu
Nr **G4**



Legenda

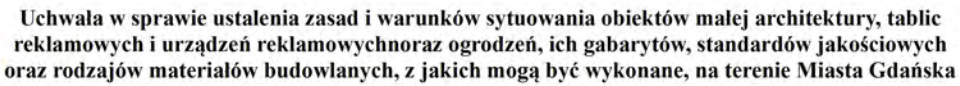
Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granicz działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0.25 0.5 1 km



A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

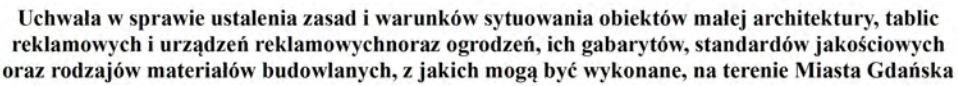
G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8 G12 G13 G14

H5 H6 H7 H13 H14

Wyodrębnione obszary

-  granica Miasta Gdańska
  Obszar SZ
  Obszar S2
-  granice działek
  Obszar S0
  Obszar S3
-  drogi
  Obszar SR
  Obszar SI
-  tereny zamknięte
  Obszar S1
  Obszar SP
-  wody





A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

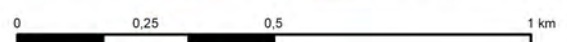
G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8 G12 G13 G14

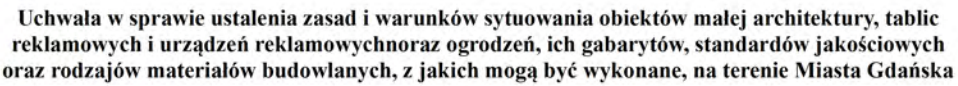
H5 H6 H7 H13 H14

Elementy informacyjne

 wody

Obszar S1 Obszar SP





This topographic map shows a section of the Wisła river and the surrounding landscape. The river, depicted in light blue, flows from the top left towards the bottom right. The area to the left of the river is characterized by green fields with black contour lines indicating elevation. Labels such as 'WIEGOWO' and 'WIEGOWO 0,09' are visible. To the right of the river, there are more fields and some buildings. Labels include 'Krepiec 0,09' and 'Mokry Dwór'. A road or path is shown running horizontally across the middle of the map. The map also includes various numerical values (e.g., 0,3, 0,4, 2,0, 2,4, 2,5) and symbols representing different features like buildings and infrastructure.

A triangular grid of colored squares. The grid is composed of squares labeled A1 through H14. The path starts at A1, goes to B1, then C1, D1, E1, F1, G1, H1, and continues through various other squares, ending at H14. The squares are colored in a repeating pattern of purple, yellow, green, and blue. The highlighted path is shown in a darker shade of the grid's colors.

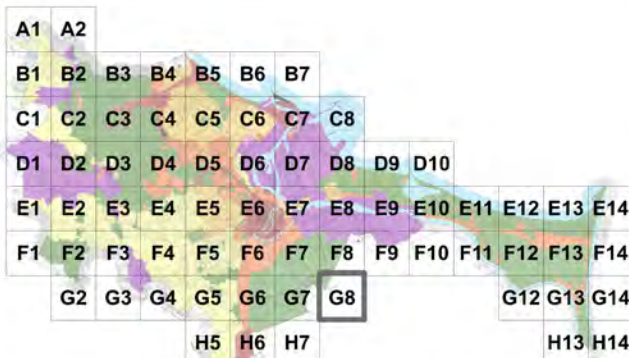
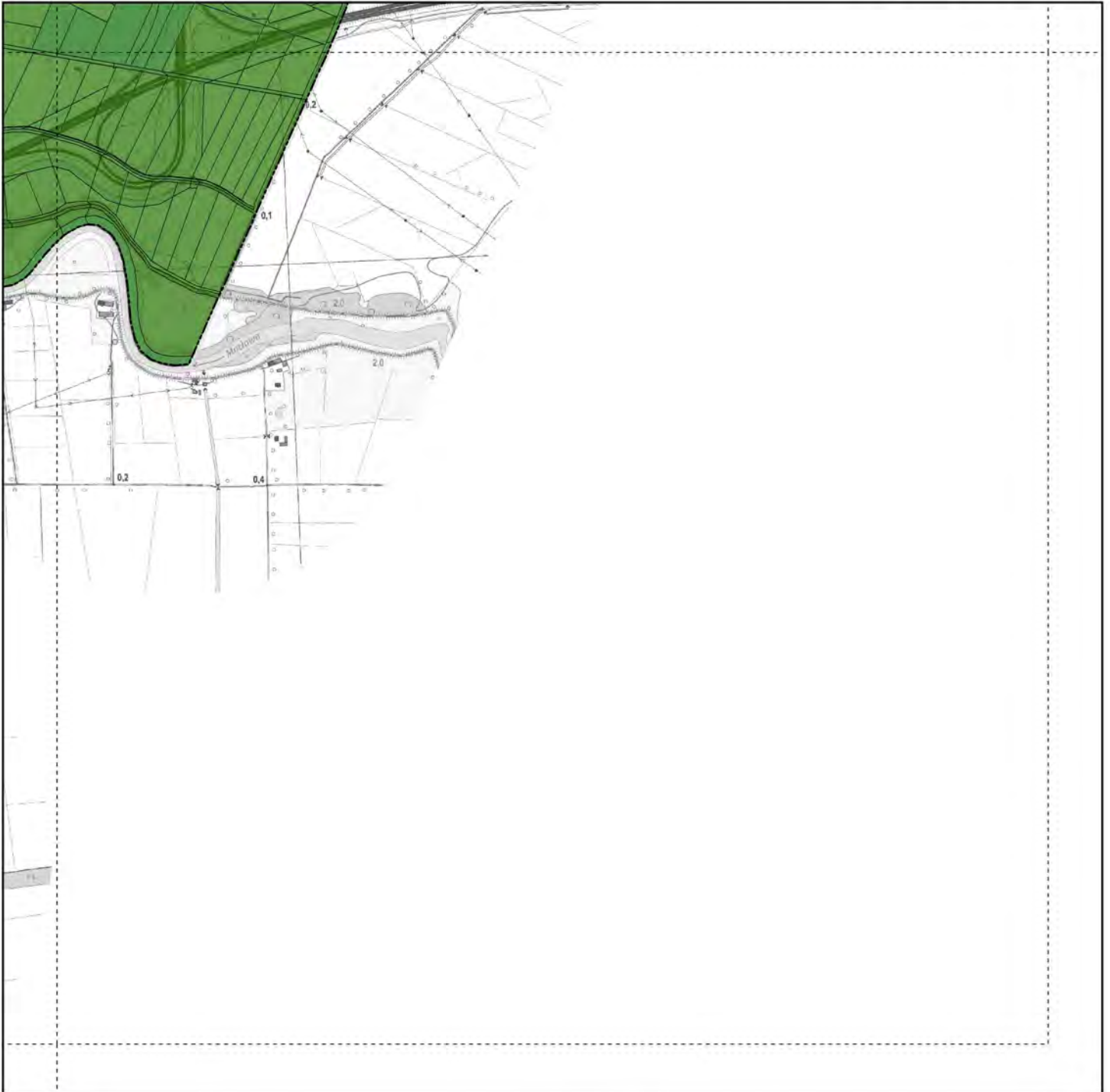
Elementy informac

 wody

0.25 0.5

10. *Journal of the American Medical Association*, 2000; 283: 2689-2696.





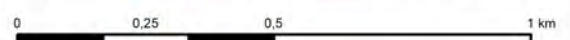
Legenda

Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granice działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

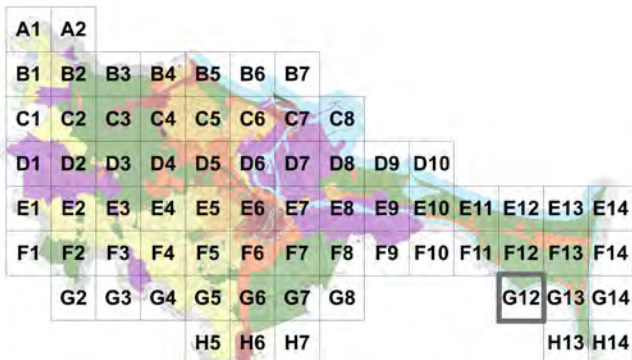




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

G12



Legenda

Elementy informacyjne

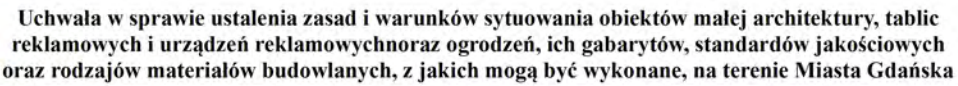
- granica Miasta Gdańska
- granice działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

0 0.25 0.5 1 km





A1 A2

B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

D1 D2 D3 D4 D5 D6 D7 D8 D9 D10

E1 E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8 E9 E10 E11 E12 E13 E14

F1 F2 F3 F4 F5 F6 F7 F8 F9 F10 F11 F12 F13 F14

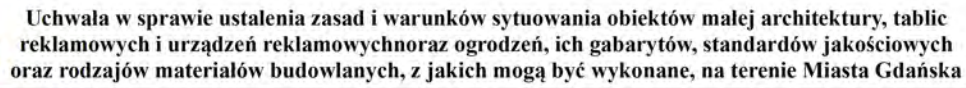
G2 G3 G4 G5 G6 G7 G8 G12 G13 G14

H5 H6 H7 H13 H14

Wyodrębnione obszary

-  granica Miasta Gdańska
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody
-  Obszar SZ
 Obszar S0
 Obszar SR
 Obszar S1
-  Obszar S2
 Obszar S3
 Obszar SI
 Obszar SP



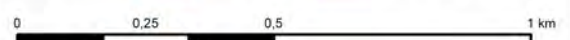
[illegible][illegible]

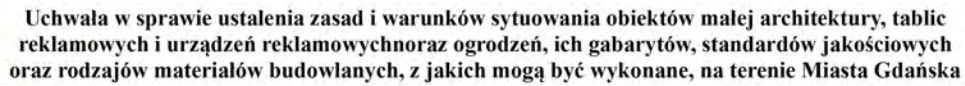
Elementy informac

 wody

0.25 0

Obszar SP



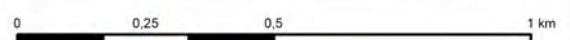


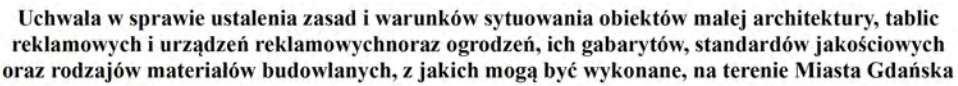
The map shows a topographic representation of the Borkowo and Straszyn area. A proposed road route, labeled S7 E28 E75, is highlighted in yellow. The route starts near Borkowo and extends towards the east, passing through Straszyn. The map includes contour lines indicating elevation, with labels such as 60.4, 58.4, 52.6, 50.4, 48.0, 45.0, 42.0, 39.0, 36.0, 33.0, 30.0, 27.0, 24.0, 21.0, 18.0, 15.0, 12.0, 9.0, 6.0, 3.0, 0.0, and -3.0. The city of Gdańsk is visible to the east, and the area is bounded by a dashed line. The map also shows various buildings, roads, and a railway line.

Elementy informacyjne

 wody

Obszar S1 Obszar SP





A triangular grid of colored squares representing a hexagonal lattice. The grid is composed of yellow, green, blue, red, and purple squares. A specific path or set of squares is highlighted in black, forming a zig-zag pattern across the grid.

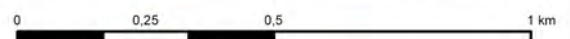
Elementy informac

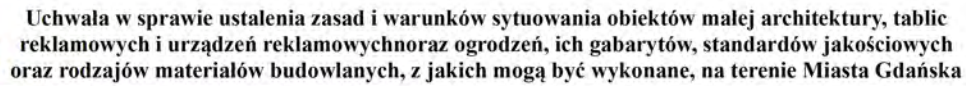
 wody

Wyodrębnione obszary

0.25 0.5

 Obszar SP





A diagram showing a triangular arrangement of colored squares (yellow, green, red, blue, purple) representing a hexagonal lattice. The squares are labeled with letters and numbers:

- Row 1:** A1, A2
- Row 2:** B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7
- Row 3:** C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8
- Row 4:** D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10
- Row 5:** E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E13, E14
- Row 6:** F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10, F11, F12, F13, F14
- Row 7:** G2, G3, G4, G5, G6, G7, G8, G12, G13, G14
- Row 8:** H5, H6, H7, H13, H14

Elementy informac

-  granica Miasta Gdańska
 granice działek
 drogi
 tereny zamknięte
 wody

Wyodrębnione obszary

- | | | | |
|---|-----------|---|-----------|
|  | Obszar SZ |  | Obszar S2 |
|  | Obszar S0 |  | Obszar S3 |
|  | Obszar SR |  | Obszar SI |
|  | Obszar S1 |  | Obszar SP |





Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

H13



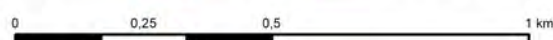
Legenda

Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granicz działek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP

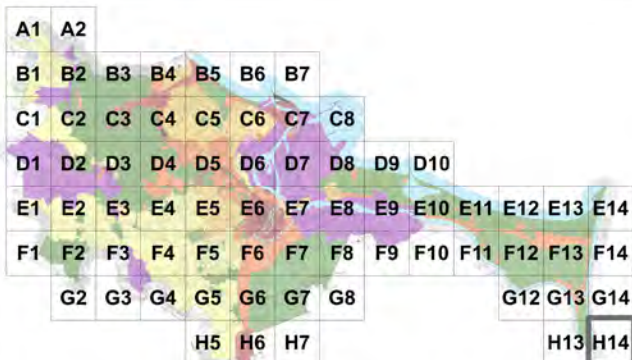




Uchwała w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, na terenie Miasta Gdańska

Karta
terenu
Nr

H14



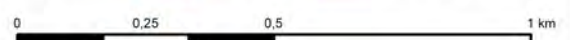
Legenda

Elementy informacyjne

- granica Miasta Gdańska
- granicz dzialek
- drogi
- tereny zamknięte
- wody

Wyodrębnione obszary

- Obszar SZ
- Obszar S0
- Obszar SR
- Obszar S1
- Obszar S2
- Obszar S3
- Obszar SI
- Obszar SP



Załącznik Nr 3 do Uchwały Nr

Rady Miasta Gdańska

z dnia 22 lutego 2018 r.

Lista uwag w całości lub w części nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Gdańska

Lp.	Uwagi w całości lub części nieuwzględnione do projektu Uchwały wyłożonego do publicznego wglądu, zgodnie z art. 37b ust. 2 ustawy z dnia 27 marca 2013 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym		Sposób rozpatrzenia uwag przez Prezydenta Miasta Gdańska	Uzasadnienie do sposobu rozpatrzenia uwag przez Prezydenta Miasta Gdańska	Rozstrzygnięcie Rady Miasta Gdańska o sposobie rozpatrzenia uwag w całości lub w części nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Gdańska
	Zakres uwagi	Treść uwagi			

OSOBY PRYWATNE

Monika M. z dn. 22.09.2017 r.:

1.	Braki	1. Brak zapisów dotyczących sankcji za nieprzestrzeganie Uchwały: forma (itp. mandat), wysokość kar (na tyle wysokie, żeby wieszanie zakazanych form było nieopłacalne). 2. Kto będzie miał obowiązek i uprawnienia do egzekwowania zapisów tej Uchwały ? 3. Likwidacja reklam, szyldów itp. dla których trudno ustalić właściciela, a które od lat straszą na wlotówkach.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zasady odpowiedzialności z tytułu nieprzestrzegania uchwały krajobrazowej zostały uregulowane w art. 37d ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, który przewiduje m.in. nakładanie kar pieniężnych, ich maksymalną wysokość, obowiązek dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do przepisów uchwały albo usunięcia tablicy lub urządzenia. Stosownie do art. 37e ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w sprawach nieuregulowanych, dotyczących kar pieniężnych, o których mowa w art. 37d, stosuje się odpowiednio przepisy działu III ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2017 r. poz. 201, 648 i 768), z tym że uprawnienia organów podatkowych przysługują wójtowi (burmistrzowi,	
----	-------	--	-----------------------	--	--

				prezydentowi miasta). Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie upoważnia gmin do nakładania innych sankcji niż przewidziane w ustawie. W konsekwencji uchwała krajobrazowa nie może regulować sankcji za jej nieprzestrzeganie, gdyż zostały one już uregulowane w przepisach ustawy. Ponadto zgodnie z art. 37d ust. 1 i 2 powołanej wyżej ustawy podmiot, który umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe niezgodne z przepisami uchwały, o której mowa w art. 37a ust. 1, podlega karze pieniężnej. Jeżeli nie jest możliwe ustalenie tego podmiotu, karę pieniężną wymierza się odpowiednio właścicielowi, użytkownikowi wieczystemu lub posiadaczowi samoistnemu nieruchomości lub obiektu budowlanego, na których umieszczono tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe.	
--	--	--	--	--	--

Jacek M. – z dn. 10.10.2017 r.:

2.	Uwaga ogólna opłata reklamowa	Niezwykle istotne jest zapewnienie odpowiednich zapisów (nie wiem w jakim dokumencie i czy nie powinno być to w tej uchwale, a w projekcie tego nie ma) precyzujących, kto sprawdzać będzie w terenie, czy uchwała jest realizowana, i kto i jaką drogą podejmuje decyzje o nałożeniu kar dla podmiotów niestosujących się do zapisów uchwały (droga ta powinna być prosta i szybka).	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zasady odpowiedzialności z tytułu nieprzestrzegania uchwały krajobrazowej zostały uregulowane w art. 37d ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, który przewiduje m.in. nakładanie kar pieniężnych, ich maksymalną wysokość, obowiązek dostosowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do przepisów uchwały albo usunięcia tablicy lub urządzenia. Stosownie do art. 37e ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w sprawach nieuregulowanych, dotyczących kar pieniężnych, o których mowa w art. 37d, stosuje się odpowiednio przepisy działu III ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Ordynacja podatkowa (Dz. U. z 2017 r. poz. 201, 648 i 768), z tym że uprawnienia organów podatkowych przysługują wójtowi (burmistrzowi, prezydentowi miasta). Delegacja ustawowa zawarta w art. 37a ustawy	
----	----------------------------------	---	-----------------------	---	--

				o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie upoważnia gmin do regulowania procedury sprawdzania, czy dane reklamy są zgodne z przepisami uchwały krajobrazowej. Postępowanie w tych sprawach jak wyżej wskazano uregulowano bowiem w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, a w zakresie w niej nieuregulowanym zastosowanie będą miały ww. przepisy Ordynacji podatkowej.	
3.	Uwaga ogólna	Reklama jest szkodliwa. Ona nie informuje (nie dotyczy to szyldów), ale manipuluje ludźmi (z czego zdecydowana większość nie zdaje sobie sprawy), zmuszając do kupowania rzeczy niepotrzebnych, po to aby nie czuli się niemodni, nie „na czasie”, a więc powoduje konsumpcyjny styl życia, który przyczynia się nadmiernego eksploataowania dóbr naturalnych i produkcji odpadów. Reklama zewnętrzna zaś jest najbardziej szkodliwą i trudną do uniknięcia można zrezygnować z oglądania emitującej reklamy telewizji, ale nie można zrezygnować z wychodzenia z domu. To jest więc podstawowy argument ważniejszy nawet niż koszmar krajobrazowy, który reklama zewnętrzna nam zafundowała. Argument ten jest silniejszy od argumentu przedsiębiorców kierujących się krótkoterminowym zyskiem, którzy najpewniej będą wnioskować o więcej swobody dla reklamy niż zaproponowano. Można dyskutować czy ma być ładnie czy mamy zarabiać, ale jeśli dołączymy do tego dobro Ziemi (odpady, zanieczyszczenie, klimat) oraz problem manipulacji człowiekiem, to widać co należy wybrać. A zaczyna się właśnie od małych kroków na poziomie lokalnym, tak jak Państwo proponujecie.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uwaga nie dotyczy ustaleń projektu uchwały krajobrazowej. Opinia pozytywna uniemożliwia uwzględnienie uwagi.	

Eugeniusz M.– z dn. 21.10.2017 r.:

4.	Ogólna	Temat maila: „Na ziemi prywatnych właścicieli reklamy powinny pozostać ponieważ stoją na prywatnym terenie i wara od tego”	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uwaga nie dotyczy ustaleń projektu uchwały krajobrazowej. Ustawodawca przyznał kompetencje radzie gminy do ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. W odniesieniu do szyldów w uchwale, o której mowa w ust. 1, określa się zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. Ustawodawca zatem dopuścił możliwość uregulowania wyżej wskazanych kwestii także w odniesieniu do nieruchomości prywatnych.
----	--------	---	-----------------------	--

Rafał M. - z dn. 23.10.2017 r.:

5.	Reklama na urządzeniach technicznych	Należałoby zakazać nośników na urządzeniach technicznych – ani to ładne ani bezpieczne.	Uwaga częściowo uwzględniona	Usunięto zapis o sytuowaniu reklam na urządzeniach technicznych w obszarach SZ, S0 i SR.
6.	Reklama wyborcza	Tradycyjnie przyjętym materiałem usztywniającym plakaty wyborcze jest dykta. Biorąc pod uwagę krótki czas trwania kampanii wyborczej oraz ponoszone koszty należałoby zezwolić na dykty (nie licząc słupów trakcyjnych bo to niebezpieczne).	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona ze względu na niską jakość estetyczną proponowanego w uwadze materiału (tzw. dykty) oraz jego niską odporność na warunki atmosferyczne. Proponowane w projekcie Uchwały materiały są optymalnymi zarówno pod względem zapewnienia interesu prywatnego oraz celu, jakim jest ochrona krajobrazu.
7.	Przepisy szczegółowe - Reklama wolnostojąca	Istnieje wg mnie duże ryzyko inwazji flag – należałoby sprawdzić jeszcze raz ustalenia uchwały i zakazać flag, które mogłyby zostać wykorzystane jako furka (wiszący baner).	Uwaga częściowo uwzględniona	Dopuszczono flagi na masztach flagowych, dla których określono odległości od innych nośników i punktów w przestrzeni a na wysięgnikach wyłącznie w obszarze S0.
8.	Ogrodzenia	Wykreślić z uchwały nieprawidłowe ustalenia dot. sytuowania ogrodzeń – np. w liniach rozgraniczających planu lub w liniach zabudowy	Uwaga częściowo uwzględniona	Pozostawia się treść przepisu dot. sytuowania ogrodzeń w obowiązujących liniach zabudowy. Intencją przepisu jest sytuowanie ogrodzenia w liniach zabudowy w przypadkach, kiedy zabudowa nie istnieje w celu poprawy kompozycji przestrzennej ulicy w zgodzie z przepisami

				miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego. Usuwa się treść przepisu dot. linii rozgraniczających.	
9.	Ogrodzenia	Wykreślić z uchwały zakaz grodzenia terenów otwartych - zapisy dot. zakazu grodzenia a wymagania przy organizacji imprez masowych /plenerowych np. obszarze OCHK Wyspy Sobieszewskiej	Uwaga częściowo uwzględniona	Zostanie wprowadzone ograniczenie czasowe. albo Zostanie wprowadzone wyłączenie dla imprez masowych wg. def. w przepisach szczególnych – ustawa z dnia 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych: Art. 3. Ilekroć w ustawie jest mowa o: 1) imprezie masowej – należy przez to rozumieć imprezę masową artystyczno-rozrywkową, masową imprezę sportową, w tym mecz piłki nożnej, o których mowa w pkt 2–4, z wyjątkiem imprez: a) organizowanych w teatrach, operach, operetkach, filharmoniach, kinach, muzeach, bibliotekach, domach kultury i galeriach sztuki lub w innych podobnych obiektach, b) organizowanych w szkołach i placówkach oświatowych przez zarządzających tymi szkołami i placówkami, c) organizowanych w ramach współzawodnictwa sportowego dzieci i młodzieży, d) sportowych organizowanych dla sportowców niepełnosprawnych, e) sportu powszechnego o charakterze rekreacji ruchowej, ogólnodostępnym i nieodpłatnym, organizowanych na terenie otwartym, f) zamkniętych organizowanych przez pracodawców dla ich pracowników – jeżeli rodzaj imprezy odpowiada przeznaczeniu obiektu lub terenu, gdzie ma się ona odbyć;	
10.	Przepisy ogólne	Zweryfikować interpretację „przecięcia krawędzi jezdni” Dodać średnik	Uwaga częściowo uwzględniona	§ 4 ust. 2. Ustala się na potrzeby pomiarów parametrów, o których mowa w Uchwale, że: 5) odległości od skrzyżowań liczone są jako najkrótszy odcinek od przecięcia krawędzi jezdni, przy czym pojęcie skrzyżowania jest równoznaczne z definicją skrzyżowania zawartą w ustawie z dnia 20 czerwca 1997 r. Prawo o ruchu drogowym Uwaga uwzględniona średnik po przepisie.	

11.	Przepisy szczegółowe – reklama	Zapisy dot. oświetlenia nośników jako przekroczenie uprawnienia		WSA w Łodzi nie zakwestionował wprost takiej możliwości. Inne sądy administracyjne nie odniosły się do tej kwestii. Przepisy art. 42a i 43 ustawy o drogach publicznych odnoszą się do reklam, natomiast powołują się na Rozporządzenie Ministra Infrastruktury i Budownictwa w sprawie maksymalnej <i>luminancji</i> powierzchni informacji wizualnej, które nigdy nie powstało.	
-----	--------------------------------	---	--	--	--

Irena W. - z dn. 23.10.2017 r.:

12.	Ogólna	„W imieniu własnym wnoszę sprzeciw do projektu uchwały sporządzonej przez GZDIZ dotyczące nośników reklamowych. Niniejszym jako IRENA W. posiadam na swojej posesji reklamę firmy Stroer i uważam że projektowana uchwała jest pogwałceniem nabytych praw jako właściciela nieruchomości i nie służy realnemu rozwiązaniu problemu pseudo - reklam.”	Uwaga nieuwzględniona	Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw. zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17 dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy	
-----	--------	--	-----------------------	---	--

				było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny”.	
--	--	--	--	---	--

Krzysztof G. - z dn. 23.10.2017 r.:

13.	Ogólna	„Witam. W imieniu własnym zgłaszam oficjalny sprzeciw przeciwko projektowi GZDIZ Gdańsk odnośnie projektu uchwały dotyczącym lokalizacji tablic reklamowych. projekt wzmiankowanej uchwały jest pogwałceniem dotychczas nabytych praw przez właścicieli nieruchomości i nie służy rozwiązaniu problemu tzw. pseudo reklam. jeszcze jedno autor tegoż projektu niech się podpisze nazwiskiem pod tym knotem prawnym.”	Uwaga nieuwzględniona	Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw. zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17 dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opolu z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p.	
-----	--------	--	-----------------------	---	--

				nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny”.	
--	--	--	--	---	--

Teresa K. – z dn. 23.10.2017 r.:

14.	§ 6 pkt 1 lit. d	W zabudowie jednorodzinnej wysokość ogrodzenia nie powinna przekraczać 1,8 m.	Uwaga nieuwzględniona	W związku ze stosunkowo dużą liczbą ogrodzeń wokół zabudowy jednorodzinnej podjęto decyzję o nieuwzględnieniu uwagi ponieważ mogłaby narazić zbyt wielu użytkowników nieruchomości na poniesienie kosztów niewspółmiernych do celu, jakim jest ochrona krajobrazu.	
15.	§ 21 ust. 1	Termin dostosowania dla ogrodzeń istniejących (zwłaszcza wykonanych z prefabrykowanych paneli betonowych) powinien być krótszy – do 24 miesięcy.	Uwaga nieuwzględniona	Zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	

Aleksander O. – z dn. 23.10.2017 r.:

16.	§4 ust 1 pkt 28	Należy usunąć reklamę typu C. Maksymalnym nośnikiem w krajobrazie miejskim powinna być reklama typu B (do 9m2).	Uwaga częściowo uwzględniona	Reklama typu C dopuszczona została jedynie w granicach obszaru S3 oraz SP, przy zachowaniu szczególnych ograniczeń dot. odległości jej sytuowania (m.in. sytuowanie z zachowaniem odległości 100 m pomiędzy reklamami typu C), co znacznie ograniczy ich ilość i uporządkuje istniejące nośniki reklamowe. Natomiast w celu ochrony krajobrazu miejskiego zdecydowano o zmianie obszaru S3 na S2 w dzielnicach Zaspa i Przymorze, co wyeliminuje wspomniane w uwadze nośniki z krajobrazu miejskiego w tych dzielnicach.	
17.	§8 ust 2	Należy pozostawić wybór nośnika do jednego szyldu równoległego albo semaforowego. Należy ograniczyć liczbę maks. szyldów do 2 dla nieruchomości. Aktualnie jest możliwość	Uwaga częściowo uwzględniona	W celu wzmocnienia ochrony krajobrazu postanowiono o częściowym uwzględnieniu postulatu. W § 8 ust. 2 pkt 2 dot. liczby dodatkowych szyldów ustala się możliwość sytuowania wyłącznie	

		posiadania nawet do 4 szyldów dla lokalu narożnego co zdecydowanie negatywnie może wpłynąć na odbiór wizualny.		jednego dodatkowego szyldu poprzez zmianę wyrazu „lub” na wyraz „albo” oraz umożliwienie sytuowania dodatkowego szyldu wyłącznie na innej elewacji niż inny szyld.	
18.	§9 ust 1 pkt c	Należy zwiększyć odległość nośników reklamy od skrzyżowań dla dróg z Załącznika nr 3 z 70 m do 90 metrów.	Uwaga częściowo uwzględniona	Rezultatem uwzględniania innych uwag jest rezygnacja z Załącznika Nr 3 - <i>Wykazu ulic o dużym znaczeniu komunikacyjnym i podwyższonym standardzie bezpieczeństwa</i> wraz ze wszystkimi ustaleniami, które go dotyczyły. Z regulacji tej zrezygnowano z powodu braku możliwości regulowania standardów bezpieczeństwa uchwałą krajobrazową – zasady bezpieczeństwa ruchu regulowane są przepisami szczególnymi. Dokument tym samym nie stanowi już integralnej części uchwały.	

Natalia O. - z dn. 23.10.2017 r.

19.	Ustalenia wstępne Rozdział 1 par. 3 ust. 2 pkt 3 lit. f	dot. Biskupiej Górki dla zabudowy Biskupiej Górki powinno obowiązywać S0	Uwaga nieuwzględniona	Zabudowa Biskupiej Górki mieści się w obszarze objętym ochroną konserwatorską. Zgodnie z ustaleniami Pomorskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków wszystkie obszary rejestrowe ujęte zostały w granicach obszaru SR, z wyjątkiem terenów o unikatowych historycznych formach zabudowy i zagospodarowania przestrzeni, dla których zarezerwowano obszar S0.	
-----	--	--	-----------------------	---	--

STOWARZYSZENIA

Paweł M., Forum Rozwoju Aglomeracji Gdańskiej – z dn. 23.10.2017 r.:

20.	§20 pkt 1	Wnosi się o skrócenie okresu dostosowania dla reklama powstałych w oparciu o zgłoszenie budowlane do 18 miesięcy.	Uwaga nieuwzględniona	Rezultatem uwzględniania uwag jest zmiana ustaleń dot. przepisów dostosowawczych, poprzez wydłużenie okresów na dostosowanie do ustaleń uchwały wszystkich tablic i urządzeń reklamowych do 24 miesięcy, niezależnie od posiadania lub nie pozwoleń na budowę, lub zgłoszeń budowlanych. Uznaje się, że zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu	
-----	-----------	---	-----------------------	---	--

				z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17 dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „Dostrzec też trzeba, iż art. 37a u.p.z.p. nie nakładał na organy obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, a tymi jakie funkcjonują nielegalnie”.	
21.	Odległości	Dla przeciwdziałania zagęszczeniu reklam należy zwiększyć odległość od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy – dla reklamy typu B do 50 m, dla reklamy typu C do 75 m.	Uwaga nieuwzględniona	Zaproponowane odległości są optymalnymi wartościami wyważającymi cele ochrony krajobrazu oraz interesy społeczne m.in. uwzględnienie interesu użytkowników sąsiednich nieruchomości oraz ominięcie konfliktu dotyczącego odległości pomiędzy nośnikami sytuowanymi na sąsiednich nieruchomościach. W związku z powyższym zwiększania tych wartości jest bezzasadne.	

Stowarzyszenie Forum Rozwoju Aglomeracji Gdańskiej, reprezentowane przez pana Karola Spieglańin – z dn. 23.10.2017 r.:

22.	§4 ust 1 pkt 28	Należy usunąć reklamę typu C. Maksymalnym nośnikiem w krajobrazie miejskim powinna być reklama typu B (do 9m2).	Uwaga częściowo uwzględniona	Reklama typu C dopuszczona została jedynie w granicach obszaru S3 oraz SP, przy zachowaniu szczególnych ograniczeń dot. odległości jej sytuowania (m.in. sytuowanie na działkach o długości frontu min. 50 m, z zachowaniem odległości 100 m pomiędzy reklamami typu C), co znacznie ograniczy ich ilość i uporządkuje istniejące nośniki reklamowe. Ponadto przeniesiono Zaspę i Przymorze z obszaru S3 do S2 co usunie nośniki wymienione w uwadze z krajobrazu miejskiego w tych dzielnicach.	
23.	§8 ust 2	Należy pozostawić wybór nośnika do jednego szyldu równoległego albo semaforowego. Należy ograniczyć liczbę maks. szyldów do 2 dla nieruchomości. Aktualnie jest możliwość posiadania nawet do 4 szyldów dla lokalu narożnego.	Uwaga częściowo uwzględniona	W celu wzmocnienia ochrony krajobrazu postanowiono o częściowym uwzględnieniu postulatu. W § 8 ust. 2 pkt 2 dot. liczby dodatkowych szyldów ustala się możliwość sytuowania wyłącznie jednego dodatkowego szyldu poprzez zamianę wyrazu „lub” na wyraz „albo”. Dodatkowy szyld można sytuować wyłącznie na innej elewacji.	

24.	§9 ust 1 pkt c	Należy zwiększyć odległość nośników reklamy od skrzyżowań dla dróg z Załącznika nr 3 z 70 m do 100 metrów.	Uwaga częściowo uwzględniona	Rezultatem uwzględniania uwag jest rezygnacja z Załącznika Nr 3 - <i>Wykazu ulic o dużym znaczeniu komunikacyjnym i podwyższonym standardzie bezpieczeństwa</i> wraz ze wszystkimi ustaleniami, które go dotyczyły. Z regulacji tej zrezygnowano z powodu braku możliwości regulowania standardów bezpieczeństwa uchwałą krajobrazową – zasady bezpieczeństwa ruchu regulowane są przepisami szczególnymi. Dokument tym samym nie stanowi już integralnej części uchwały.	
25.	§9 ust 2 pkt f	Należy zwiększyć odległość pomiędzy nośników małych formatów z 35 m do min. 50 metrów.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
26.	§20 pkt 1	Wnosi się o skrócenie okresu dostosowania dla reklama powstałych w oparciu o zgłoszenie budowlane do 18 miesięcy.	Uwaga nieuwzględniona	Rezultatem uwzględniania uwag jest zmiana ustaleń dot. przepisów dostosowawczych, poprzez wydłużenie okresów na dostosowanie do ustaleń uchwały wszystkich tablic i urządzeń reklamowych do 24 miesięcy, niezależnie od posiadania lub nie pozwoleń na budowę, lub zgłoszeń budowlanych. Uznaje się, że zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17 dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „Dostrzec też trzeba, iż art. 37a u.p.z.p. nie nakładał na organy obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, a tymi jakie funkcjonują nielegalnie”.	

27.	§12 ust 4 pkt 3	Preferencja dot. murali jest niezrozumiała, zwłaszcza gdy często nie różnią się one jakością wykonania niczym w stosunku do siatki reklamowej. Ich obecność w strefie S0 lub SR jest daleko idącym zliberalizowaniem zasad dot. możliwości ekspozycji reklam w kluczowych dla tożsamości miasta obszarach.	Uwaga częściowo uwzględniona	W obszarach S0 i SR dopuszczono mural wyłącznie w formie znaków bez tła oraz zakazano sytuowanie muralu na ścianach licowanych ceramiką (np. cegłą) lub drewnem.	
28.	Reklama wolnostojąca	Dla przeciwdziałania zagęszczeniu reklam należy zwiększyć odległość od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy – dla reklamy typu B do 50 m, dla reklamy typu C do 75 m.	Uwaga nieuwzględniona	Zaproponowane odległości są optymalnymi wartościami wyważającymi cele ochrony krajobrazu oraz interesy społeczne, m.in. uwzględnienie interesu użytkowników sąsiednich nieruchomości oraz ominięcie konfliktu dotyczącego odległości pomiędzy nośnikami sytuowanymi na sąsiednich nieruchomościach. W związku z powyższym zwiększania tych wartości jest bezzasadne.	

Stowarzyszenie Biskupia Górka, ul. Biskupia 4, 80-875 Gdańsk, reprezentowane przez Prezes Stowarzyszenia Krystynę Ejsmont – z dn. 23.10.2017 r.:

29.	Dział I, rozdział 1, par. 3, ust.2, pkt 2	„2) w obszarze S0 zawierają się wyjątkowo cenne tereny założeń historycznych, na których znajdują się autentyczne i odtworzone obiekty oraz pola ekspozycji, w szczególności tereny, krajobrazy, obiekty, jednostki urbanistyczne lub dzielnice takie jak: Główne Miasto, Twierdza Wisłoujście, Półwysep Westerplatte, Wyspa Spichrzów na rzece Motławie, część Zespołu Klasztoru Cystersów (bez Parku Olińskiego), tereny dawnej Stoczni Cesarskiej;” Biskupia Górka powinna znaleźć się w obszarze S0, bo jest to „wyjątkowo cenny teren założeń historycznych, na którym znajdują się autentyczne i odtworzone obiekty oraz pola ekspozycji, w szczególności tereny, krajobrazy, obiekty, jednostki urbanistyczne”	Uwaga nieuwzględniona	Zabudowa Biskupiej Górki mieści się w obszarze objętym ochroną konserwatorską. Zgodnie z ustaleniami Pomorskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków wszystkie obszary rejestrowe ujęte zostały w granicach obszaru SR, z wyjątkiem terenów o unikatowych historycznych formach zabudowy i zagospodarowania przestrzeni, dla których zarezerwowano obszar S0.	
30.	Dział II, rozdział 3, par. 12, ust. 4, pkt 3	„3) mural reklamowy” Całe płaszczyzny elewacji budynków w strefie S0 mogłyby pokrywać murale artystyczne, ale nie reklamowe.	Uwaga częściowo uwzględniona	W obszarach S0 i SR dopuszczono mural wyłącznie w formie znaków bez tła oraz zakazano sytuowanie muralu na ścianach licowanych ceramiką (np. cegłą) lub drewnem.	

31.	Dział II, rozdział 3, par. 12, ust. 7	„Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania w graniach obszaru S0 elementów Systemu Informacji Lokalnej (SIL):” W granicach obszaru S0 należałoby dopuścić możliwość umieszczania reklam dotyczących wyborów do Rad Dzielnic.	Uwaga nieuwzględniona	W związku z ochroną krajobrazu obszaru S0 o szczególnych wartościach krajobrazu historycznego nie dopuszcza się sytuowania w nim urządzeń wyborczych.	
-----	---------------------------------------	--	-----------------------	---	--

WSPÓLNOTY MIESZKANIOWE, ZARZĄDY I RADY DZIELNIC

Rada Dzielnicy Oliwa, reprezentowana przez Przewodniczącego Rady Andrzeja Osipów– z dn. 12.10.2017 r. (data wpływu: 16.10.17 r.):

32.	§ 3 ust. 2	Wnioskujemy o zmianę klasyfikacji dla obszaru całego zespołu urbanistycznego Oliwy wraz z terenami sąsiadującymi z S1 na S0.	Uwaga nieuwzględniona	Zabudowa tzw. Starej Oliwy mieści się w obszarze objętym ochroną konserwatorską. Zgodnie z ustaleniami Pomorskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków obszary rejestrowe ujęte zostały w granicach obszaru SR, z wyłączeniem zespołu klasztorowego ujętego w obszarze S0.	
33.	Ogrodzenia	Wnioskuje się o utrzymanie zakazu grodzień w istniejących dokumentach planistycznych dotyczących Oliwy.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. W momencie wejścia w życie uchwały krajobrazowej przepisy w miejscowych planach zagospodarowania przestrzeni dotyczące ogrodzeń tracą ważność, z wyłączeniem ustaleń dotyczących obiektów dóbr kultury.	

Zarząd Wspólnoty Mieszkaniowej przy Al. Grunwaldzkiej 532 w Gdańsku, reprezentowany przez "ZBM i S-KA" A.Tutaj i Wspólnicy sp.j. - z dn. 20.10.2017 r.:

34.	Reklama na budynku	W nawiązaniu do projektu uchwały Rady Miasta Gdańska, w sprawie m.in. ustalenia zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych, mieszkańcy Wspólnoty Mieszkaniowej przy Al. Grunwaldzkiej 532 w Gdańsku nie zgadzają się na utratę dochodów z nośników reklamowych usytuowanych na wyżej wymienionym budynku. Nasza Wspólnota na dzień dzisiejszy posiada wysoki kredyt zaciągnięty na remont budynku i utrata dochodu wynikająca z usunięcia reklamy spowoduje podwyższenie stawki funduszu remontowego o co najmniej 150%. Gdyby Wspólnota nie posiadała nośnika reklamowego nie zdecydowałyby się na zaciągnięcie tak wysokiego kredytu, a remont wykonywałyby latami w miarę posiadanych środków. Ta uchwała uderzy również w budżet miasta, uszczuplając go o przychody z tytułu podatku, które Wspólnota płaci za posiadanie reklamy na budynku. W związku z powyższym wnosimy o odrzucenie projektu w/w uchwały, który godzi w interesy mieszkańców.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Uwzględnienie postulatu uniemożliwiłoby realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
-----	--------------------	---	-----------------------	--	--

Zarząd Wspólnoty Mieszkaniowej przy Al. Grunwaldzkiej 498 w Gdańsku, reprezentowany przez "ZBM i S-KA" A.Tutaj i Wspólnicy sp.j. - z dn. 20.10.2017 r.:

35.	Reklama na budynku	Jako Zarząd Wspólnoty Mieszkaniowej przy Al. Grunwaldzkiej 498 w Gdańsku w nawiązaniu do projektu uchwały krajobrazowej Rady Miasta Gdańska, informujemy, iż nie wyrażamy zgody na utratę dochodów z tytułu posiadanych nośników reklamowych zamieszczonych na budynku. Pozbawienie przychodów z reklam w znacznym stopniu pogorszy kondycję finansową Wspólnoty. Spowoduje to także konieczność podwyższenia stawki funduszu remontowego, a tym samym znaczną podwyżkę opłat za lokale oraz zatrzymanie realizacji planowanych inwestycji. Obecnie Wspólnota spłaca zaciągnięty kredyt, wykorzystany na docieplenie i remont elewacji, który to remont spowodował podwyższenie estetyki budynku usytuowanego przy głównym ciągu komunikacyjnym Trójmiasta. Państwa propozycja uchwały godzi w swobodę dysponowania nieruchomością, której jesteśmy właścicielami. W związku z powyższym wnosimy o odrzucenie w/w projektu uchwały.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Uwzględnienie postulatu uniemożliwiłoby realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
-----	--------------------	--	-----------------------	--	--

Zarząd Dzielnicy Jasień – z dn. 22.10.17r.

36.	§ 9 ust. 1 pkt 1 lit. c	- zamienić: w odległości mniejszej niż 70 m od skrzyżowania, dla ulic wymienionych na: w odległości mniejszej niż 70 m od ulic wymienionych	Uwaga częściowo uwzględniona	Rezultatem uwzględniania uwag jest rezygnacja z Załącznika Nr 3 - Wykazu ulic o dużym znaczeniu komunikacyjnym i podwyższonym standardzie bezpieczeństwa wraz ze wszystkimi ustaleniami, które go dotyczyły. Z regulacji tej zrezygnowano z powodu braku możliwości regulowania standardów bezpieczeństwa uchwałą krajobrazową – zasady bezpieczeństwa ruchu regulowane są przepisami szczególnymi. Dokument tym samym nie stanowi już integralnej części uchwały. Natomiast wprowadzono zróżnicowane odległości od skrzyżowań dla różnej wielkości nośników.	
37.	§ 9 ust. 1 pkt 1 lit. c	- wykreślić „reklam przenośnych”	Uwaga częściowo	Rezultatem uwzględniania uwag jest rezygnacja z Załącznika Nr 3 - Wykazu ulic o dużym znaczeniu	

			uwzględniona	komunikacyjnym i podwyższonym standardzie bezpieczeństwa wraz ze wszystkimi ustaleniami, które go dotyczyły. Z regulacji tej zrezygnowano z powodu braku możliwości regulowania standardów bezpieczeństwa uchwałą krajobrazową – zasady bezpieczeństwa ruchu regulowane są przepisami szczególnymi. Dokument tym samym nie stanowi już integralnej części uchwały. W związku z powyższym nie ma możliwości uwzględnienia uwagi.	
38.	§ 19 ust. 1	- zamienić 24 miesiące na 3 miesiące	Uwaga nieuwzględniona	Proponowany termin jest niezgodny z art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, zgodnie z którym: „Uchwała, o której mowa w ust. 1, określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, nie krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały”. Zaproponowany w projekcie uchwały termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
39.	§ 21 ust. 1	- zamienić 60 miesięcy na 12 miesięcy Uzasadnienie: Szczególny charakter ulic o dużym znaczeniu wymaga zapewnienia warunków minimalizujących rozpraszanie i odwracanie uwagi kierujących pojazdami. Należy dążyć zwłaszcza do eliminacji tzw. lawet reklamowych, często ustawionych w miejscach pogarszających widoczność. Przedłużający się proces uchwalenia Uchwały Krajobrazowej wymaga naturalnego skrócenia czasu na dostosowanie przestrzeni publicznej do stworzonych wymagań. Założenia projektu uchwały znane są od wielu miesięcy, był już więc czas na rozpoczęcie przygotowań do dostosowania obecnych nośników reklamowych i ogrodzeń do wytycznych.	Uwaga nieuwzględniona	Zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto w przypadku reklam umieszczonych w pasie drogowym, zgody na ich posadowienie wydaje zarządca drogi. W przypadku reklam, które zostały posadowione bez stosownej decyzji o zajęciu pasa drogowego, zarządca drogi podejmuje stosowne kroki prawne, przewidziane w ustawie o drogach publicznych.	

**Wspólnota Mieszkaniowa Al. Grunwaldzka 480, reprezentowana przez Administratora Wspólnot Mieszkaniowych „ZBM i S-KA” A. Tutaj i Wspólnicy Sp.J.,
– z dn. 23.10.2017 r.:**

40.	Ogólna	W związku z udostępnieniem do wglądu projektu uchwały krajobrazowej Rady Miasta Gdańska w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane Zarząd Wspólnoty Mieszkaniowej przy Al. Grunwaldzkiej 480 w Gdańsku Oliwie informuje, iż nie akceptujemy tak radykalnej ingerencji miasta w prawa własności Mieszkańców. Na przestrzeni ostatnich lat sukcesywnie przeprowadzaliśmy bardzo kosztowne remonty, naprawy i modernizacje w naszym budynku oraz jego bezpośrednim otoczeniu. Były one niezbędne dla zapewnienia odpowiedniego stanu technicznego budynku i bezpieczeństwa mieszkańców oraz przechodniów. W ogromnej większości zostały sfinansowane ze środków pochodzących z wynajmu powierzchni reklamowych na ścianach naszego domu, które w całości przeznaczaliśmy na fundusz remontowy wspólnoty. Znaczna część tych prac była związana nie tylko z wiekiem budynku, ale również w znacznym stopniu wymuszona poprzez samo jego usytuowanie. Niedogodności takie jak: drgania, wstrząsy, hałas, spaliny i inne zanieczyszczenia związane z bliskością Al. Grunwaldzkiej, oraz sąsiednich ulic - Derdowskiego i Kaszubskiej - okalających nasz budynek z trzech stron w odległościach od niespełna 2 do ok. 20-30 m. miały znaczący wpływ na przyspieszoną degradację samego	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ład przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Uwzględnienie postulatu uniemożliwiłoby realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
-----	--------	---	-----------------------	---	--

	budynku (konstrukcja, tynki, infrastruktura wewnętrzna, itp.) jak również jego otoczenia. Cała podziemna infrastruktura miejska usytuowana również w podobnych odległościach wzdłuż tych ulic, a zwłaszcza ich obsługa (wszelkie prace ziemne, wykopy, ruch i postoje ciężkich maszyn na chodnikach i trawnikach, itp.) także znacząco wpływały na kolejne przyspieszone dewastacje zarówno domu jak i otoczenia. Dlatego wpływy z reklam, które mogliśmy przeznaczać na kolejne remonty i naprawy stanowiły jedyną rekompensatę za te wszystkie w/w niedogodności związane z takim a nie innym położeniem budynku. To samo dotyczy zapewne wielu innych wspólnot usytuowanych przy głównym ciągu komunikacyjnym Gdańsk - Sopot - Gdynia. Obecnie przygotowujemy się do zagospodarowania terenu przy budynku, co wiąże się z poniesieniem wysokich nakładów finansowych a jednocześnie zwalnia gminę z tego obowiązku. W związku z powyższym, w pełni rozumiejąc cel i doceniając niewątpliwie słuszne intencje związane z estetycznym uporządkowaniem przestrzeni miejskiej w imieniu właścicieli z budynku przy Al. Grunwaldzkiej 480, wnosimy o zmianę niekorzystnych zapisów w projekcie uchwały krajobrazowej, która ogranicza swobodę dysponowania naszą własnością lub przedstawienie w jaki sposób władze miasta chcą zrekompensować naszej Wspólnocie poniesione straty wynikające z likwidacji reklam. Wyrażamy nadzieję, że uda się znaleźć lepsze rozwiązania, które pogodzą interesy miasta i właścicieli. Nadmieniamy, że reklamy na naszym budynku zawsze były projektowane i umieszczane przez profesjonalistów i nigdy nie wpływały			
--	--	--	--	--

		negatywnie na estetykę budynku i otoczenia lub bezpieczeństwo przechodniów, kierowców ani mieszkańców.			
41.	Dział II, rozdział 6, §15, ust. 4, p. 3a, 3b - „dopuszcza się sytuowanie muralu na elewacji nieposiadającej okien lub posiadającej wyłącznie okna klatek schodowych; dopuszcza się wypełnienie murałem całej płaszczyzny elewacji, poza strefą cokołową (parterem)” - dotyczy obszaru S2, Al. Grunwaldzka 480	Zapisy uchwały nie uwzględniają sytuacji, w której znaczna część powierzchni elewacji jest pozbawiona okien i tworzy jednolite, puste pole. Umieszczenie muralu w takim polu, z zastrzeżeniem minimalnej odległości od najbliższych otworów okiennych i narożników budynku (proponowana odległość min. 1 m) i przy wyłączeniu strefy przyziemia nie będzie stanowiło naruszenia estetyki większego niż zatwierdzona lokalizacja na całej elewacji pozbawionej otworów okiennych. Ponadto warto wspomnieć, że wiele wspólnot mieszkaniowych (dotyczy to zwłaszcza budynków wielorodzinnych, wielokondygnacyjnych) w umowach z wykonawcami termomodernizacji ma zapisy zezwalające na umieszczenie na elewacji logo / nazwy wykonawcy / dostawcy systemu, w zamian za upust w wycenie robót budowlanych. W przypadku, gdyby zgodnie z proponowanymi zapisami uchwały tego typu murale miały podlegać likwidacji wspólnoty mieszkaniowe musiałyby ponieść nie tylko koszty ponownego malowania elewacji (nie wynikającego z jej stanu technicznego), ale także nie wywiązania się z umowy z wykonawcą termomodernizacji. Byłyby to znaczne i nieuzasadnione wydatki, na które budżet wspólnot nie jest przygotowany.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Funkcją uchwały jest ochrona krajobrazu a elewacja jest istotnym jego elementem. Otwory okienne i drzwiowe wyznaczają pionowe i poziome podziały elewacji, wyznaczające jej całościową kompozycję. Sytuowanie reklamy na pustych przestrzeniach elewacji do tego nieprzeznaczonych byłoby zaburzeniem kompozycji elewacji a co za tym idzie skutkowałoby pogorszeniem odbioru krajobrazu. Natomiast w przypadku elewacji bez okien mamy do czynienia ze ścianą szczytową, która w tkance miejskiej wynika albo z zagwarantowania możliwości kontynuacji lub uzupełnienia zabudowy, albo wynika z przyczyn techniczno-budowlanych (np. bloki z wielkiej płyty), a nie kompozycyjnych.	
42.	Dział II, rozdział 6, §15, ust. 4, p. 13a, 13b - „dopuszcza się sytuowanie reklamy na elewacji nieposiadającej okien lub posiadająca	Zapisy uchwały nie uwzględniają sytuacji, w której znaczna część powierzchni elewacji jest pozbawiona okien i tworzy jednolite, puste pole. Umieszczenie banera w takim polu, z zastrzeżeniem minimalnej odległości od najbliższych otworów okiennych i narożników	Uwaga częściowo uwzględniona	W Uchwale wykreślono ustalenia nakładające obowiązek zapewnienia swobodnego dojazdu, w postaci pasa terenu utwardzonego o szerokości min. 5 m i przylegającego do ściany, na której sytuowana jest reklama. Funkcją uchwały jest ochrona krajobrazu a elewacja	

	wyłącznie okna klatek schodowych, do której nie przylega żaden obiekt lub płaszczyzna ściany innego budynku oraz o wysokości nie mniejszej niż 9 m, liczonej od poziomu terenu do wysokości dolnej krawędzi okapu dachu przy elewacji, na której sytuowana jest reklama; dopuszcza się sytuowanie reklamy wyłącznie na elewacji, do której zapewniony jest swobodny dojazd w postaci pasa terenu utwardzonego (w szczególności z płyty chodnikowej, asfaltu, bruku), o szerokości min. 5 m, przylegającego do ściany na której sytuowana jest reklama" - dotyczy obszaru S2, Al. Grunwaldzka 480	budynku (proponowane 1 m) i przy wyłączeniu strefy przyziemia (lub minimalnej wysokości określonej w projekcie uchwały) nie będzie stanowiło naruszenia estetyki większego niż zatwierdzona lokalizacja na elewacji pozbawionej otworów okiennych. Proponuje się też skreślenie zapisu o konieczności zapewnienia dojazdu o szerokości minimalnej 5 m. Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz.U. 2002 nr 75 poz. 690, z późniejszymi zmianami) narzuca obowiązek zapewnienia dojazdu do budynków o szerokości nie mniejszej niż 3 m - zwiększanie tej wartości wydaje się więc nieuzasadnione. Ponadto białe reklamy są montowane nie tylko z podnośnika odpowiednio wyposażonego pojazdu, ale także z poziomu dachu, przez alpinistów. W takim przypadku dojazd do elewacji, na której eksponowany jest baner, w ogóle nie jest niezbędny.		jest istotnym jego elementem. Otwory okienne i drzwiowe wyznaczają pionowe i poziome podziały elewacji, wyznaczające jej całościową kompozycję. Sytuowanie reklamy na pustych przestrzeniach elewacji do tego nieprzeznaczonych byłoby zaburzeniem kompozycji elewacji a co za tym idzie skutkowałoby pogorszeniem odbioru krajobrazu. Natomiast w przypadku elewacji bez okien mamy do czynienia ze ścianą szczytową, która w tkance miejskiej wynika albo z zagwarantowania możliwości kontynuacji lub uzupełnienia zabudowy, albo wynika z przyczyn techniczno-budowlanych (np. bloki z wielkiej płyty), a nie kompozycyjnych.	
--	--	--	--	---	--

FIRMY I PRZEDSIĘBIORSTWA

Torus sp. z o.o. sp. k, Al. Grunwaldzka 415, 80-309 Gdańsk, reprezentowana przez Dyr. Działu Planowania Inwestycji Edytę Korycką – z dn. 20.10.2017 r.

43.	Reklama na obiekcie – znaki bez tła	§15, pkt 4.4 – dla obszaru oznaczonego symbolem S2. Zwracamy się o uwzględnienie poniższych uwag do projektu Uchwały: - umożliwienie stosowania reklam z tłem, - dopuszczenie stosowania reklam z tłem, o wysokości znaków powyżej 0,7 m przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m, Do uwag dołączono załącznik nr 6, obrazujący sytuację na budynkach biurowo-usługowych	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto, przyjęte ustalenia gwarantują czytelność przy jednoczesnej ochronie krajobrazu miasta przed	
-----	-------------------------------------	--	-----------------------	---	--

		Alchemii.		przeskalowanymi nośnikami reklamy.	
44.	Szyld główny lub Reklama na obiekcie – znaki bez tła	§15, pkt. 3. 4) – Zasady sytuowania (szyld główny) §15, pkt. 4. 4) – Zasady sytuowania (reklama na obiekcie) Zwracamy się o uwzględnienie poniższych uwag do projektu Uchwały: - zwiększenie dopuszczalnej wysokości szyldu głównego – powyżej 0,7 m w usytuowaniu poniżej 10,5 m, - opis definicji szyldu głównego nie tylko z nazwy wybranej działalności głównej na danej nieruchomości, ale również nazwy obiektu – np. Alchemia, - usytuowanie szyldu głównego powyżej 10,5m, z dopuszczalną wysokością znaków do 1/10 wysokości sytuowania, Do uwag dołączono załącznik nr 1, obrazujący sytuację na budynkach biurowo-usługowych Alchemii	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Nie wszystkie nazwy własne budynków i obiektów lub ich zespołów podlegają ustaleniom uchwały, więc nie zawsze stanowią one tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe w rozumieniu przepisów ustawy. Ponadto, przyjęte ustalenia gwarantują czytelność tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w jego otoczeniu przy jednoczesnej ochronie krajobrazu miasta przed przeskalowanymi nośnikami reklamy.	
45.	Reklama na obiekcie – znaki bez tła	§15, pkt. 4.4) Zwracamy się o uwzględnienie poniższych uwag do projektu Uchwały: - dodanie reklamy typu „Kaseton”, - zwiększenie maksymalnej wysokości znaków do 2 m, Do uwag dołączono załącznik nr 2, obrazujący sytuację na budynkach biurowo-usługowych Alchemii	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Przyjęte ustalenia gwarantują czytelność tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w jego otoczeniu przy jednoczesnej ochronie krajobrazu miasta przed przeskalowanymi nośnikami reklamy. Reklama typu „kaseton” została opisana w § 15 ust. 5 pkt 5) uchwały.	
46.	Szyld równoległy	§8, pkt. 2 oraz §15, pkt. 3 Zwracamy się o uwzględnienie poniższych uwag do projektu Uchwały: - dla jednego lokalu możliwa realizacja do 3 szyldów równoległych,	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Realizacja postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu, jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia, dotyczące m.in. maksymalnej liczby szyldów oraz ich wielkości są	

		- możliwość stworzenia szyldu na całej długości usługi z uwzględnieniem przerw na elementy typu: czerpnie, kraty wentylacyjne, pilastry, elementy dekoracyjne elewacji, - możliwość tworzenia szyldów równoległych o grubości 10-15 cm, na wejściach, Do uwag dołączono załącznik nr 3, obrazujący sytuację na budynkach biurowo-usługowych Alchemii		optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto detal architektoniczny jest istotnym elementem składowym całości kompozycji elewacji, stąd zaprzeczeniem idei ustawy krajobrazowej byłoby przesłanianie detalu architektonicznego, równoznaczne z pogorszeniem się odbioru krajobrazu, na który pozytywny wpływ mają elewacje z detalem. Nie dotyczy to elementów niebędących detalem architektonicznym, np. wtórnie wykonane czerpnie powietrza niebędące zaprojektowanym elementem kompozycji elewacji.	
47.	Billboard	§15 – opcje reklam w terenie S2 Zwracamy się o uwzględnienie poniższych uwag do projektu Uchwały: - brak możliwości umieszczania reklam typu „Billboard” w pasie drogowym oraz w pasie zieleni, ze względów bezpieczeństwa oraz walorów estetycznych miasta w terenie S2.	Uwaga nieuwzględniona	Usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Kwestię zakazu umieszczania reklam w pasach rozdziału (tzw. pasach zieleni) reguluje Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych.	
48.	Pylon wizytówkowy	§15, pkt. 5.5) Zwracamy się o uwzględnienie poniższych uwag do projektu Uchwały: - możliwość umieszczania większej ilości pylonów wizytówkowych na nieruchomości, - możliwość stosowania pylonów wizytówkowych, jako oznaczenia do wjazdów i wyjazdów np. z parkingów, Do uwag dołączono załącznik nr 4, obrazujący sytuację na budynkach biurowo-usługowych Alchemii	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia dotyczące maksymalnej ilości szyldów i ich rodzajów są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Kwestię znaków informacyjnych – tablic dojazdowo-kierunkowych, informujących m.in. o dojeździe do parkingu reguluje Ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych.	
49.	Sytuowanie szyldów w postaci Flag	§8, pkt. 1, 3) g) i pkt. 2 7) – sytuowanie szyldów w postaci flag Zwracamy się o uwzględnienie poniższych uwag do projektu Uchwały:	Uwaga uwzględniona częściowo	Dopuszcza się sytuowanie masztu flagowego w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność o dopuszczalnej wysokości masztu do 9 m.	

		- wprowadzenie możliwości montażu szyldów w postaci flag, na terenie nieruchomości w obszarze S2, - możliwość montażu flag na masztach, o dopuszczalnej długości masztu do 12 m w obszarze S2, Do uwag dołączono pisma dołączono załącznik nr 5, obrazujący sytuację na budynkach biurowo-usługowych Alchemii			
--	--	---	--	--	--

**Pomorska Kolej Metropolitalna S.A., ul Budowlanych 77, 80-298 Gdańsk, reprezentowana przez Prokurentów: Sylwię Kaluża-Ruesta, Urszulę Flis
– z dn. 23.10.2017 r.:**

50.	Ogólna	Pomorska Kolej Metropolitalna S.A. jako zarządca infrastruktury kolejowej oraz właściciel nieruchomości gruntowych, przebiegających w dużej mierze przez obszar objęty postanowieniami Decyzji Ministra Infrastruktury i Rozwoju z dnia 17 lipca 2014 roku nr 19 (Dz.U. MIR. poz. 51) wnosi o wyłączenie z regulacji terenów kolejowych, posiadających nadaną przez Ministra Infrastruktury i Rozwoju klauzulę – teren zamknięty. Głównym zadaniem zarządcy kolejowego jest utrzymywanie infrastruktury kolejowej w stanie zapewniającym bezpieczne prowadzenie ruchu kolejowego, właściwa obsługa tego procesu wymaga sporych nakładów finansowych. Jako jednostka o charakterze publicznym, dążąc do zminimalizowania dotacji ze środków publicznych, podejmujemy wszelakie inicjatywy gospodarcze w celu zapewnienia sobie wpływu dodatkowych środków finansowych, w tym również z wynajmu powierzchni pod reklamy zewnętrzne. Zwracamy się z prośbą o wyłączenie zapisów przedmiotowej Uchwały w obrębie terenów kolejowych. Jednocześnie deklarujemy, zachowanie odpowiednich proporcji i formy	Uwaga nieuwzględniona	Obszar objęty klauzulą „teren zamknięty”, nadaną postanowieniami Decyzji Ministra Infrastruktury i Rozwoju, nie jest wyłączony z władztwa planistycznego gminy w rozumieniu Ustawy Krajobrazowej (tj. Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu). Zgodnie z art. 37a ust. 5 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym uchwała krajobrazowa dotyczy całego obszaru gminy z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu. W związku z powyższym nie ma podstawy prawnej do wyłączenia obszaru należącego do Pomorskiej Kolei Metropolitalnej S.A. spod ustaleń tzw. Uchwały Krajobrazowej Gdańska.	
-----	--------	--	-----------------------	--	--

		zastosowanych nośników reklamowych, w stosunku do otaczającej zabudowy i krajobrazu. Linia PKM, a w szczególności przystanki są zaprojektowane z dbałością o najwyższy poziom estetyki i wzbogacają krajobraz Trójmiejskiej Metropolii. Dysponujemy znaczącym potencjałem ludzkim, know-how oraz nowoczesną infrastrukturą, dzięki którym jesteśmy w stanie zadbać, aby planowane w najbliższej przyszłości działania związane z wybudowaniem infrastruktury reklamowej, nie kolidowały z otaczającym krajobrazem. Poniżej przedstawiam swoją opinię oraz wątpliwości dotyczące zapisów ww. projektu Uchwały.			
51.	§ 2 ust. 1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż określone w niniejszej Uchwale.	Zapis dyskryminujący, niweluje kreowanie nowych form architektonicznych oraz reklamowych. Widzimy spore zagrożenia w zaproponowanych przez Państwa zapisach dotyczących zakazu sytuowania ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres dłuższy niż trzy dni w miesiącu w obrębie danej nieruchomości. Nasze wyświetlacze zbiorcze informacji pasażerskiej od ponad półtora roku funkcjonują w przestrzeni publicznej i nigdy nie spotkaliśmy się z zarzutem żeby sposób wyświetlania na nich informacji odwracał uwagę, a już tym bardziej powodował zagrożenie w ruchu drogowym. Ponadto proponowane zapisy mogą powodować spore utrudnienia i radykalny wzrost kosztów w prezentacji informacji turystycznej i pasażerskiej za pomocą infomatów wyposażonych w tzw. ekrany startowe i co przyjmujemy z dużym ubolewaniem. Uchwała zupełnie ignoruje tzw. systemy mieszane, w których reklama prezentowana jest obok istotnych informacji, finansując ich dostarczanie w sposób nowoczesny, przejrzysty i bieżący, a które to	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Wyświetlacze zbiorcze informacji pasażerskiej służą z definicji ekspozycji informacji pasażerskiej, w związku z czym nie wyczerpują definicji tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, o których mowa w art. 2 pkt 16b) i 16c) ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, a tym samym nie podlegają regulacji uchwały krajobrazowej jako tablice czy urządzenia reklamowe. Wspomniane urządzenia stanowią obiekty małej architektury i w tym zakresie będą podlegały regulacji uchwał krajobrazowej. Gmina w ramach upoważnienia ustawowego dokonała regulacji różnych rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, dopuszczając ich sytuowanie na obszarze Gminy, uwzględniając cel, jakim jest ochrona krajobrazu Gminy oraz powszechnie obowiązujące w tym zakresie standardy, typy nośników przekazu reklamowego.	

		systemy z powodzeniem funkcjonują w systemach komunikacyjnych na świecie. Dostrzegamy także spore ograniczenie w zakresie prezentacji nowych usług oferowanych przez komunikację publiczną pasażerom. W interesie nas wszystkich powinno być zwiększanie świadomości o dostępnej ofercie komunikacyjnej i kierowanie potoków pasażerów z samochodów do środków komunikacji zbiorowej. Z tego względu zwracamy się z wnioskiem o modyfikację zapisów dotyczących ekranów świetlnych i wyłączenie z nich systemów informacji pasażerskiej i turystycznej, pod warunkiem przeznaczenia pod reklamę nie więcej niż 30% powierzchni ekranu oraz zachowaniem wymogów o których mowa w art. 42a ustawy o drogach publicznych (Dz. U. z 2015 r. poz. 460). Jako przykład przesyłamy propozycję prezentacji takiej reklamy na tablicach informacji pasażerskiej PKM.			
52.	§ 5 ust. 1. Lit. b Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury: nakazuje się: sytuowanie obiektów małej architektury w sposób nieutrudniający ruchu pieszego i rowerowego, dla obiektów stanowiących urządzenia, takie jak automaty sprzedażowe i parkomaty, stosowanie materiałów matowych, barw materiałów naturalnych lub koloru szarego.	Możliwość powstania problemów wynikających z ujednolicenia kolorystyki automatów sprzedażowych. Rozumiemy ideę, która zapewne dotyczyła automatów vendingowych natomiast należy mieć na względzie, że automatem sprzedażowym są również biletomaty. Ujednolicenie ich koloru może powodować utrudnienia dla podróżnych w przypadku ustawiania np. automatów biletowych dwóch różnych operatorów obok siebie, co ma miejsce choćby w rejonie głównego dworca kolejowego w Gdańsku.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ujednolicenie kolorystyki obiektów małej architektury w przestrzeni miasta jest jednym z głównych założeń projektu Uchwały. W tej kwestii wypowiedział się Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi w uzasadnieniu do wyroku z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 w sprawie tamtejszej uchwały krajobrazowej, uznając że kolorystyka jest istotnym elementem krajobrazu, którego narzędziem ochrony jest uchwała krajobrazowa.	

53.	Strefowanie Zmiana obszaru SZ	Wnosimy również o zmianę w zakresie obszarów. Trójkąt zarysowany przez ulicę Budowlanych, ulicę Słowackiego i linię kolejową PKM na Matarni (m.in. działki 137/21, 137/22, 137/19, 137/16, 172/2, 172/6 w obrębie Firoga) został oznaczony jako tereny SZ. Na tym terenie zlokalizowane są siedziby Pomorskiej Kolei Metropolitalnej, firmy Skanska i kilku pomniejszych. W naszej opinii tym terenom znacznie bliżej do terenów przemysłowych SP niż do terenów zielonych. Ponadto w najbliższej przyszłości na tym terenie powstanie przystanek PKM Firoga. Pragniemy również zauważyć, że teren znajdujący się pomiędzy linią PKM, a ul. Słowackiego ciągnący się od ul. Budowlanych a dawną bocznicą Petrolotu i ul. Szybowcową jest bardzo atrakcyjnym terenem inwestycyjnym. PKM nie ukrywa, że starać się będzie o jego odlesienie i prowadzenie tam inwestycji, a także rozważa lokalizację kolejnego przystanku w sąsiedztwie szybko rozbudowującej się strefy biurowej. W okresie realizacji inwestycji PKM na mocy decyzji Dyrektora Regionalnej Dyrekcji Lasów Państwowych w Gdańsku zapłaciła odszkodowanie za przedwczesny wyręb drzewostanu oraz za wyłączenie z produkcji gruntów leśnych na ww. nieruchomościach. Tym samym wnosimy o uprzednie uznanie tego fragmentu terenu za tereny kategorii SP, ze szczególnym uwzględnieniem terenów objętych działkami 138/13 i 138/10 obręb Firoga.	Uwaga uwzględniona częściowo	W wyniku uwzględnienia uwagi włączono część działek do granic obszaru SP.	
-----	----------------------------------	---	------------------------------	---	--

RUCH S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Chłodna 52, 00-872 Warszawa, reprezentowana przez Członków Zarządu: Bogumiłę Rak, Marka Podstawę – z dn. 19.10.2017 r. (data wpływu 20.10.2017 r.)

54.	§ 4 ust. 1 pkt 12 Uchwały	W komentowanym zapisie umieszczono definicję kiosku. Przy definiowaniu kiosku	Uwaga nieuwzględniona	W uwadze nie przedstawiono konkretnej, indywidualnej sytuacji która mogłaby być podstawą	
-----	---------------------------	---	-----------------------	--	--

	wskazano na maksymalną powierzchnię użytkową, która nie może przekroczyć powierzchni 15 m². Należy zauważyć, iż wskazanie na maksymalną powierzchnię użytkową w sposób nieuzasadniony nie pozwoli zakwalifikować niektórych wolnostojących obiektów usługowo- handlowych jako „kioski” tylko z uwagi na przekroczenie wskazanej w komentowanym zapisie powierzchni. W obrębie miasta występują natomiast obiekty przekraczające wskazane wymiary, które w powszechnym rozumieniu stanowią kioski i spełniają wszelkie cechy kiosku. Nie ma z kolei żadnego uzasadnienia aby niewielkie wolnostojące obiekty handlowe o podobnych cechach były traktowane w sposób zróżnicowany tylko z uwagi na niewielkie różnice w ich powierzchni. Mając to na względzie należy naszym zdaniem przy definiowaniu kiosku całkowicie zrezygnować z wskazywania maksymalnej powierzchni użytkowej. Natomiast w przypadku nieuwzględnienia propozycji wskazanej w zdaniu poprzedzającym proponujemy przynajmniej zwiększenie wskazanej powierzchni użytkowej np. do 20 m². Mając powyższe na względzie proponujemy zmianę komentowanego zapisu np. we wskazany poniżej sposób: „kiosk – wolnostojący obiekt handlowy, przeznaczony w szczególności do sprzedaży prasy i biletów” ewentualnie: „kiosk – wolnostojący obiekt handlowy o powierzchni użytkowej nie większej niż 20 m², przeznaczony w szczególności do sprzedaży prasy i biletów”		zmiany istniejących ustaleń. Składający uwagę proponuje z jednej strony wprowadzenie możliwości „niewielkiego przekroczenia” ustalonych gabarytów, jednocześnie zwiększając wymiary obiektu aż o 1/3. Przyjęta w projekcie uchwały powierzchnia wynika z posiadanych danych nt. lokalizacji kiosków na terenie Miasta Gdańska i została przyjęta z „zapasem”.	
--	---	--	--	--

55.	§ 5 pkt 1 lit. b Uchwały § 12 ust. 4 pkt 7 § 13 ust. 4 pkt 11 § 14 ust. 4 pkt 11 § 15 ust. 4 pkt 12 § 16 ust. 4 pkt 13 § 18 ust. 4 pkt 12	Komentowany przepis nakazuje stosowanie dla obiektów małej architektury stanowiących urządzenia takie jak m.in. automaty sprzedażowe materiałów matowych oraz naturalnych barw materiałów lub koloru szarego. Taką regulację należy uznać za zbyt daleko ingerującą w istniejącą sieć sprzedaży i naruszającą zasadę proporcjonalności. Większość automatów sprzedażowych jest bowiem zdobiona kolorową grafiką, która jednocześnie informuje o ich zawartości, a więc stanowi informację dla konsumentów o możliwości nabycia np.: napojów Wprowadzenie proponowanych ograniczeń co do kolorystyki spowoduje, że grafiki staną się dla konsumentów nieczytelne i nie będą w sposób należyty pełniły swojej funkcji informacyjnej.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ujednolicenie kolorystyki obiektów małej architektury w przestrzeni miasta jest jednym z głównych założeń projektu Uchwały, na co wskazał już Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi. Ponadto ustawa wyłącza spod definicji tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego drobne przedmioty codziennego użytku, stąd oferowane w automatach produkty mogą reklamować się nijako swoim własnym wzornictwem i szatą graficzną.	
56.	§ 8 ust. 2 pkt 1 i 2 Uchwały	Przepis ten ogranicza liczbę szyldów przypadającą na każdy podmiot do 1 szyldu równoległego lub semaforowego oraz 1 dodatkowego szyldu równoległego lub semaforowego w przypadku posiadania witryn na co najmniej 2 elewacjach lub 2 publicznych wejść z zewnątrz. Powyższy zapis nie uwzględnia okoliczności, iż w przypadku niektórych obiektów budowlanych w tym np. kiosków widoczne są więcej niż dwie elewacje. Dopuszczenie sytuowania szyldów wyłącznie na dwóch elewacjach w odniesieniu do tego typu obiektów budowlanych uniemożliwia spełnienie w sposób należyty podstawowej funkcji szyldu jaką jest informowanie o prowadzonej w danym punkcie działalności. Aby cel ten został osiągnięty szyldy powinny zostać dopuszczone na każdej widocznej z przestrzeni publicznej elewacji, tak aby szyld był dla konsumentów dobrze widoczny. W związku z tym proponujemy zwiększyć dopuszczalną liczbę szyldów w przypadku obiektów budowlanych	Uwaga nieuwzględniona	W rozumieniu definicji szyldu zawartej w Ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym szyld pełni funkcję informacyjną o rodzaju prowadzonej działalności w miejscu jej prowadzenia. Ustawodawca umożliwił regulowanie liczby szyldów w uchwale. Z uwagi na niewielką bryłę obiektu, jakim jest kiosk, nie uznaje się potrzeby umieszczania większej liczby szyldów niż określonej w uchwale. Ponadto sama bryła kiosku i ekspozycja towarów wskazują na rodzaj prowadzonej w nim działalności. W związku z powyższym uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	

		o widocznych więcej niż dwóch elewacjach do jednego szyldu na każdą widoczną elewację. Mając powyższe na względzie proponujemy modyfikację brzmienia § 8 ust. 2 pkt 2 np. we wskazany poniżej sposób: „po jednym dodatkowym szyldzie równoległym lub semaforowym na każdej widocznej elewacji dla każdego lokalu posiadającego: witryny, na co najmniej dwóch elewacjach, co najmniej dwa czynne i udostępnione publicznie wejścia z zewnątrz widoczną z przestrzeni publicznej więcej niż jedną elewację”			
57.	§ 13 ust. 4, § 14 ust. 4, § 15 ust. 4, § 16 ust. 4, § 17 ust. 4, § 18 ust. 4 Uchwały	W komentowanych przepisach dopuszczone zostały niektóre rodzaje tablic i urządzeń reklamowych. Zdaniem RUCH wskazane w tych zapisach dopuszczalne rodzaje tablic i urządzeń reklamowych nie są wystarczające. Należy w szczególności zaznaczyć, że w przypadku niewielkich obiektów usługowo- handlowych takich jak kioski nierzadką praktyką jest umieszczanie na ich ścianach tablic reklamowych niewielkich rozmiarów (w formie „ramek” przeznaczonych na plakaty lub ogłoszenia). Należy podkreślić, iż w przypadku niewielkich obiektów usługowo – handlowych z uwagi na ich niewielkie rozmiary nie ma innej możliwości poinformowania konsumentów o bieżącej ofercie danego punktu niż poprzez umieszczenie tego rodzaju niewielkich tablic reklamowych w formie „ramek” informujących o aktualnej ofercie. Brak dopuszczenia tego rodzaju nośników wpłynie nie tylko na rentowność kiosków, ale także wpłynie negatywnie na wygodę konsumentów bowiem świadczone w tego rodzaju punktach usługi, w tym usługi użyteczne publicznie takie jak sprzedaż biletów komunikacji miejskiej mają szczególne	Uwaga częściowo uwzględniona	W przypadku kiosku informację o oferowanym towarze przekazuje ekspozycja towarów, wskazując też na rodzaj prowadzonej w nim działalności. Natomiast dla informacji o sposobie płatności przewidziano tablicę reklamową formatu drobnego. Wspomniany w uwadze „parapet” pod okienkiem sprzedażowym pełni rolę funkcjonalno-użytkową a nie powierzchnię do ekspozycji reklamy. W związku z powyższym, dopuszczono tablicę reklamową sytuowaną przy okienku sprzedażowym o wymiarach 1,0 m na 0,7 m. Ponadto projekt uchwały przewiduje tablicę reklamową na przeszkleniu. Nie dopuszcza się powierzchnia służącej ekspozycji reklamy wynoszącej do 20% powierzchni danej elewacji, na której ta reklama miałaby być sytuowana.	

	znaczenie dla komfortu i wygody mieszkańców miasta. Należy też zauważyć, że użyteczne społecznie informacje, o których mowa w pkt 1 niniejszego dokumentu, są zwyczajowo zamieszczane także na parapetach kiosków, gdzie są łatwo widoczne dla użytkownika drogi. Umieszczenie na parapecie kiosku logo instytucji płatniczej i informacji o możliwości płatności kartą, stanowi prosty i czytelny komunikat skierowany do konsumentów, dotyczący bardzo istotnej kwestii – tzn. dopuszczalnych przez przedsiębiorcę sposób płatności. Nie ma innej możliwości poinformowania mieszkańców o dostępności takiej usługi, niż właśnie poprzez zamieszczenie stosownego loga – przy czym RUCH przykładą dużą wagę do tego, by taka informacja była estetyczna a także, by zniszczone lub uszkodzone oznaczenia były wymieniane na nowe. Dopuszczenie niewielkiej ilości estetycznie wykonanych tablic i urządzeń reklamowych w formie ramek oraz tablic informacyjnych drobnego i małego formatu nie wpłynie degradująco na krajobraz miejski, a przyczyni się do zwiększenia wygody konsumentów oraz zapobiegnie negatywnym skutkom usunięcia tych nośników dla przedsiębiorców prowadzących działalność w tego rodzaju punktach. Wizualizacja przykładowej tablicy reklamowej w formie „ramki”, stosowana w kioskach, zawarta jest w załączniku B do niniejszego dokumentu. Z uwagi na powyższe proponujemy zatem do wymienionych w komentowanych przepisach katalogów dopuszczalnych nośników w wymienionych strefach dopuścić także lokalizowanie na niewielkich obiektach usługowo- handlowych w tym na kioskach:			
--	---	--	--	--

		niewielkich tablic i urządzeń reklamowych drobnego i małego formatu m.in. w postaci ramek tablic informacyjnych drobnego i małego formatu Mając na uwadze powyższe argumenty proponujemy dodanie do Uchwały postanowień np. we wskazanym poniżej brzmieniu: odpowiednio § 13 ust. 4 pkt 13), § 14 ust. 4 pkt 13), § 15 ust. 4 pkt 14), § 16 ust. 4 pkt 15), § 17 ust. 4 pkt 14) oraz § 18 ust. 4 pkt 14) – reklama na niewielkich obiektach usługowo – handlowych (w tym na kioskach): dopuszcza się reklamę drobnego i małego formatu na powierzchni elewacji obiektu dopuszczalna łączna powierzchnia ekspozycji reklamy wynosi do 20% powierzchni danej elewacji, na której jest sytuowana.			
58.	§ 11 ust. 4 pkt 3	Przepis dotyczy reklamy na obiektach małej architektury, a więc m.in. automatów do sprzedaży napojów. Dopuszczalne będą jedynie reklamy bez tła, zajmujące nie więcej niż 10% powierzchni, o ograniczonej kolorystyce: czarno-białej, sepia lub barw zaczerpniętych z obiektu. Przy czym sam obiekt jak opisano w pkt. 1 będzie wykonany z materiałów matowych, barw materiałów naturalnych lub koloru szarego. Argumentacja i propozycje zmian jak w pkt. 2.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga niezrozumiała. Brak merytorycznego związku z pkt 2, o którym mowa w uwadze.	
59.	§ 20 pkt 1,2 i 5	Aktualnie proponowany termin dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych wynosi od 12 do 24 miesięcy, a w przypadku szyldów – 12 miesięcy. Należy jednak uwzględnić, że Uchwała głęboko ingeruje w aktualnie istniejącą infrastrukturę reklamową. Dostosowanie istniejących tablic i urządzeń reklamowych do warunków określonych Uchwałą może wymagać przeprowadzenia złożonych prac demontażowych, dezinstalacji konstrukcji	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Realizacja postulatu znacznie odroczyłaby realizację celu, jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17, dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola	

		i zmian w istniejących urządzeniach. Roczny bądź dwuletni termin przewidziany Uchwałą może nie być wystarczający dla bardzo wielu przypadków, a konieczność dostosowania nośników reklamowych do nowych regulacji w tak krótkim terminie może wiązać się z wysokimi kosztami po stronie przedsiębiorców, w tym kosztami związanymi z wcześniejszym zakończeniem obowiązujących umów dotyczących usług reklamowych lub najmu powierzchni reklamowej. W ocenie RUCH S.A. zasadne jest w związku z tym przedłużenie przedmiotowego terminu do co najmniej trzech lat.		z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny. (...) Dostrzec też trzeba, iż art. 37a u.p.z.p. nie nakładał na organy obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, a tymi jakie funkcjonują nielegalnie.”	
--	--	--	--	---	--

BRANŻA REKLAMOWA

Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej, reprezentowana przez Prezesa Izby, pana Lecha Kaczonia – z dn. 20.10.2017 r.:

60.	§ 4 1. Określenia użyte w Uchwale oznaczają: 11) kaseton...	„kaseton” jak ona może być „tablicą reklamową” (jako urządzenie przestrzenne)	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Kaseton reklamowy może być tablicą reklamową – jeżeli powierzchnia ekspozycji jest płaska lub urządzeniem reklamowym, jeżeli powierzchnia ekspozycji reklamy będzie miała 3 wymiary. W takim wypadku liczona jest także powierzchnia reklamy umieszczonej na bokach urządzenia.	
61.	§ 4 1. Określenia użyte w Uchwale oznaczają: 12) reklama okolicznościowa...	Pytanie o festyny – są kulturalne czy społeczne? A może inne? Czy lista wyczerpuje odpowiednio wszystkie ewentualne wydarzenia?	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uwaga nie odnosi się do przypadku, który byłby wątpliwy w kontekście definicji określenia „reklama okolicznościowa”. Festyn może być zarówno kulturalny, jak i społeczny. Ponadto wymienione w uchwale rodzaje wydarzeń okolicznościowych są takimi, dla których w odbiorze społecznym dopuszcza się obecność tzw. reklamy okolicznościowej.	

62.	§ 4 1. Określenia użyte w Uchwale oznaczają: 26) reklama typu A...	Dlaczego „reklama typu A” ma być wyłącznie pionowa? Jaka jest formalno-prawna definicja pojęcia „trwale związana z gruntem”?	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. W Gdańsku nie występują nośniki zwane citylight o układzie poziomym – układ pionowy jest standardem, a uchwała krajobrazowa nie służy wyznaczaniu standardów nowych formatów. Ponadto format reklamy typu A został określony na podstawie formatów nośników reklamy przekazanych w piśmie nr igrz/052/ik/16 z dn. 30 kwietnia 2016 r. przez Izbę Gospodarczą Reklamy Zewnętrznej i wynosił 1,2 m na 1,8 m. Parametry dla wszystkich formatów podawane były w kolejności szerokość x wysokość.	
63.	§ 4 1. Określenia użyte w Uchwale oznaczają: 27) reklama typu B...	Dlaczego „posadowiona na jednym słupie”? Zawężenie możliwości wykonania konstrukcji. Niesłuszne.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Konstrukcja nośnika, w tym służąca do wyniesienia powierzchni ekspozycyjnej reklamy wzwyż jest istotnym elementem wizualnym, a co za tym idzie wpływa na odbiór krajobrazu. W związku z możliwością powstania dowolnych konstrukcji, także szpetnych w powszechnym odbiorze, zdecydowano o ograniczeniu konstrukcji do jednego słupa. Ponadto pojedynczy słup jest przyjętym standardem i prezentuje się wizualnie zdecydowanie lepiej w stosunku do rozbudowanych konstrukcji przestrzennych podtrzymujących tablicę eksponującą reklamę.	
64.	§ 4 1. Określenia użyte w Uchwale oznaczają: 28) reklama typu C...	Uwaga jak powyżej.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Konstrukcja nośnika, w tym służąca do wyniesienia powierzchni ekspozycyjnej reklamy wzwyż jest istotnym elementem wizualnym, a co za tym idzie wpływa na odbiór krajobrazu. W związku z możliwością powstania dowolnych konstrukcji, także szpetnych w powszechnym odbiorze, zdecydowano o ograniczeniu konstrukcji do jednego słupa. Ponadto pojedynczy słup jest przyjętym standardem i prezentuje się wizualnie zdecydowanie lepiej w stosunku do rozbudowanych konstrukcji przestrzennych podtrzymujących tablicę eksponującą reklamę.	
65.	§ 4 1. Określenia użyte w Uchwale oznaczają:	Wyodrębnianie „reklamy wyborczej” jest niezgodne z prawem. Narusza zasadę równości	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga zasadna. Przepisy dotyczące reklamy wyborczej są jednakowe dla wszystkich podmiotów.	

	29) reklama wyborcza...	wobec prawa. Jest niesprawiedliwe z punktu widzenia prowadzonej działalności gospodarczej w innych zakresach. Ponadto sytuowanie „na prostokątnych ażurowych balustradach” jest zabronione w świetle innych proponowanych zapisów Uchwały.		Regulacja nie uprzywilejowuje tego typu reklamy i nie dyskryminuje innych rodzajów działalności.	
66.	§ 4 1. Określenia użyte w Uchwale oznaczają: 33) System Informacji Lokalnej...	Rozwiązania w postaci np. Systemu Informacji Lokalnej winny być regulowane innym przepisami. Nie uchwała krajobrazową.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. System informacji lokalnej (SIL) nie jest tożsamy z systemem informacji miejskiej (SIM). Elementy systemu informacji lokalnej (SIL) mogą zawierać informacje komercyjne m.in. o dojeździe do danej działalności, stąd zawierają się w ustawowej definicji reklamy. To natomiast jest warunkiem wystarczającym do objęcia SIL uchwałą krajobrazową.	
67.	§ 9 1. b) tire 6 zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych „na dachach obiektów budowlanych”	Dlaczego całkowity zakaz? Na niektórych dachach obiektów budowlanych mogą funkcjonować bez przeszkód stosowne do miejsca tablice lub urządzenia reklamowe, np. w formie liter przestrzennych lub logo firmy (znak firmowy, globus).	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Danego przepisu ogólnego nie stosuje się w przypadku, kiedy przepis szczegółowy wyraźnie twierdzi inaczej. Przepisy szczegółowe dopuszczają sytuowanie na dachach nośników, także w formie liter przestrzennych, zgodnie z brzmieniem § 8 ust. 3 pkt 3 lit. a. projektu uchwały: „ponad górną krawędzią elewacji, w odległości od tej krawędzi nie większej niż połowa wysokości znaków szyldu, a dla szyldów wykonanych z giętych lamp neonowych także na tej krawędzi,”. Wobec ścisłych regulacji dot. zamiennego stosowania szyldów ujętych w § 8 ust. 2 pkt 6 lit. a.: jeden poziomy lub jeden pionowy szyld główny w formie znaków bez tła, spełniający jeden z poniższych warunków: zamiast szyldu równoległego – dla budynku usługowego posiadającego jedną kondygnację o wysokości mniejszej niż 5 m,	

68.	§ 9 1. d) zakazuje się sytuowania ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres dłuższy niż pięć dni w miesiącu w obrębie danej nieruchomości;	To jest propozycja kuriozalnego rozwiązania. Czy chodzi o to by przenosić takie ekrany z miejsca na miejsce? Po co? Świat jest SMART, świat staje się cyfrowy. Czy należy iść w innym kierunku? Na pewno nie. Jeżeli Gdańsk ma być SMART City musi uwzględnić funkcjonowanie w przestrzeni publicznej nowych technologii. Na terenie całego miasta.	Uwaga częściowo uwzględniona	Celem przepisu było umożliwienie sytuowania ekranów świetlnych emitujących reklamę na okres wydarzeń tymczasowych. W wyniku wątpliwości wnoszącego uwagę wykreślono możliwość sytuowania ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych (za wyjątkiem obszaru SI). Zrezygnowano tym samym z określenia dopuszczalnego okresu sytuowania.	
69.	§ 9 2. f) zachowanie odległości...	Tak postawione warunki zachowania odległości wykluczają z przestrzeni miejskiej wszystkie systemowe nośniki reklamy i informacji (tablice reklamowe). Nie można stosować w przepisach martwych zapisów.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Ustalenia dotyczące minimalnych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi stanowią jedno z fundamentalnych ustaleń uchwały krajobrazowej. Wykreślenie minimalnych odległości pomiędzy nośnikami negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
70.	§ 11 Szyldy	Zawarte w paragrafie 11 warunki dla szyldów są sformułowane zbyt szczegółowo i będą w dużej mierze niezrozumiałe dla ich przyszłych właścicieli. Przepisy prawa winny być proste i jednoznaczne.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uchwała w sposób precyzyjny reguluje zasady i warunki sytuowania szyldów, które mimo swojej szczegółowości, wymaganej ze względu na przedmiot regulacji, są czytelne i zrozumiałe.	
71.	§ 11 Reklama na obiekcie 4. 1) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych	Na urządzeniach technicznych winien obowiązywać zakaz sytuowania jakiegokolwiek reklamy i informacji. Robienie wyjątku dla „reklamy okolicznościowej” jest niezgodne z prawem i narusza zasadę równości.	Uwaga częściowo uwzględniona	Zrezygnowano z możliwości sytuowania reklam na urządzeniach technicznych w obszarach S0, SZ i SR. Uwaga nie może zostać w całości uwzględniona. Dopuszczenie sytuowania reklamy okolicznościowej na urządzeniach technicznych polega na umieszczaniu tablicy reklamowej na istniejących w przestrzeni obiektach technicznych. W związku z tym nie ingeruje w przestrzeń i krajobraz w takim samym stopniu jak sytuowanie nowych brył, np. wolnostojących nośników reklamowych. Dopuszczenie tej formy reklamy nie będzie więc negatywnie oddziaływać na krajobraz, estetykę miasta, a wprowadzony wyjątek nie narusza zasady równości wobec prawa, lecz jest proporcjonalny	

				w stosunku do zamierzonego celu.	
72.	§ 12 Szyldy	Zawarte w paragrafie 12 warunki dla szyldów są sformułowane zbyt szczegółowo i będą w dużej mierze niezrozumiałe dla ich przyszłych właścicieli. Przepisy prawa winny być proste i jednoznaczne.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uchwała w sposób precyzyjny reguluje zasady i warunki sytuowania szyldów, które mimo swojej szczegółowości, wymaganej ze względu na przedmiot regulacji, są czytelne i zrozumiałe.	
73.	§ 12 Reklama na obiekcie 5) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych	Na urządzeniach technicznych winien obowiązywać zakaz sytuowania jakiegokolwiek reklamy i informacji. Robienie wyjątku dla „reklamy okolicznościowej” jest niezgodne z prawem i narusza zasadę równości.	Uwaga częściowo uwzględniona	Zrezygnowano z możliwości sytuowania reklam na urządzeniach technicznych w obszarach S0, SZ i SR. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Dopuszczenie sytuowania reklamy okolicznościowej na urządzeniach technicznych polega na umieszczeniu tablicy reklamowej na istniejących w przestrzeni obiektach technicznych. W związku z tym nie ingeruje w przestrzeń i krajobraz w takim samym stopniu jak sytuowanie nowych brył, np. wolnostojących nośników reklamowych. Dopuszczenie tej formy reklamy nie będzie więc negatywnie oddziaływać na krajobraz, estetykę miasta, a wprowadzony wyjątek nie narusza zasady równości wobec prawa, lecz jest proporcjonalny w stosunku do zamierzonego celu.	
74.	§ 13 Szyldy	Zawarte w paragrafie 13 warunki dla szyldów są sformułowane zbyt szczegółowo i będą w dużej mierze niezrozumiałe dla ich przyszłych właścicieli. Przepisy prawa winny być proste i jednoznaczne.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uchwała w sposób precyzyjny reguluje zasady i warunki sytuowania szyldów, które mimo swojej szczegółowości, wymaganej ze względu na przedmiot regulacji, są czytelne i zrozumiałe.	
75.	§ 13 Reklama na obiekcie 4. 7) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych	Na urządzeniach technicznych winien obowiązywać zakaz sytuowania jakiegokolwiek reklamy i informacji. Robienie wyjątku dla „reklamy okolicznościowej” jest niezgodne z prawem i narusza zasadę równości.	Uwaga częściowo uwzględniona	Zrezygnowano z możliwości sytuowania reklam na urządzeniach technicznych w obszarach S0, SZ i SR. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Dopuszczenie sytuowania reklamy okolicznościowej na urządzeniach technicznych polega na umieszczeniu tablicy reklamowej na istniejących w przestrzeni obiektach technicznych. W związku z tym nie ingeruje w przestrzeń i krajobraz w takim samym stopniu jak sytuowanie nowych brył, np. wolnostojących nośników reklamowych.	

				Dopuszczenie tej formy reklamy nie będzie więc negatywnie oddziaływać na krajobraz, estetykę miasta, a wprowadzony wyjątek nie narusza zasady równości wobec prawa, lecz jest proporcjonalny w stosunku do zamierzonego celu.	
76.	§ 13 Reklama wolnostojąca przenośna 6. 2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe	Czym są „inne przestrzenne urządzenia reklamowe”? Przepis winien być jasny, czytelny i zgodny z zapisami Ustawy. W tym wypadku chodzi o „pneumatyczne” tablice reklamowe i urządzenia reklamowe? Dlaczego dla tego typu nośników reklamy mają mieć zastosowanie przepisy szczególne? Narusza to zasadę równości. Zwłaszcza, że ma dotyczyć wyłączenie terenów publicznych.	Uwaga częściowo uwzględniona	Przepis zezwala na sytuowanie innych urządzeń niż wymienione w uchwale na tych samych zasadach i warunkach co powłoki pneumatyczne. W wyniku uwzględnienia uwagi w uchwale usunięto przepis dotyczący określenia definicji „teren publiczny”. Tym samym wykreślono ustalenie dot. możliwości sytuowania tej formy reklamy wyłącznie na terenach publicznych. W obecnym brzmieniu dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta. Dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.	
77.	§ 13 Reklama wyborcza oraz SIL 7. 1) 7. 2)	„Reklama wyborcza” nie powinna być osobną kategorią w dziedzinie reklamy. Tak zapis narusza zasadę równości. SIL winien być regulowany odrębną uchwałą, nie uchwałą krajobrazową.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Przepisy dotyczące reklamy wyborczej są jednakowe dla wszystkich podmiotów. Regulacja nie uprzywilejowuje tego typu reklamy i nie dyskryminuje innych rodzajów działalności. Elementy Systemu Informacji Lokalnej (SIL) mogą zawierać informacje komercyjne m.in. o dojeździe do danej działalności, stąd zawierają się w ustawowej definicji reklamy. To natomiast jest warunkiem wystarczającym do objęcia SIL uchwałą krajobrazową.	
78.	§ 14 Szyldy	Zawarte w paragrafie 14 warunki dla szyldów są sformułowane zbyt szczegółowo i będą w dużej mierze niezrozumiałe dla ich przyszłych właścicieli. Przepisy prawa winny być proste i jednoznaczne.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uchwała w sposób precyzyjny reguluje zasady i warunki sytuowania szyldów, które mimo swojej szczegółowości, wymaganej ze względu na przedmiot regulacji, są czytelne i zrozumiałe.	
79.	§ 14 Reklama na obiekcie 4. 7) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych	Na urządzeniach technicznych winien obowiązywać zakaz sytuowania jakiegokolwiek reklamy i informacji. Robienie wyjątku dla „reklamy okolicznościowej” jest niezgodne z prawem i narusza zasadę równości	Uwaga częściowo uwzględniona	Zrezygnowano z możliwości sytuowania reklam na urządzeniach technicznych w obszarach S0, SZ i SR. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Dopuszczenie sytuowania reklamy okolicznościowej na urządzeniach technicznych polega na umieszczeniu tablicy reklamowej na istniejących w przestrzeni	

				objektach technicznych. W związku z tym nie ingeruje w przestrzeń i krajobraz w takim samym stopniu jak sytuowanie nowych brył, np. wolnostojących nośników reklamowych. Dopuszczenie tej formy reklamy nie będzie więc negatywnie oddziaływać na krajobraz, estetykę miasta, a wprowadzony wyjątek nie narusza zasady równości wobec prawa, lecz jest proporcjonalny w stosunku do zamierzonego celu.	
80.	§ 14 Reklama wolnostojąca przenośna 6. 2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe	Czym są „inne przestrzenne urządzenia reklamowe”? Przepis winien być jasny, czytelny i zgodny z zapisami Ustawy. W tym wypadku chodzi o „pneumatyczne” tablice reklamowe i urządzenia reklamowe? Dlaczego dla tego typu nośników reklamy mają mieć zastosowanie przepisy szczególne? Narusza to zasadę równości. Zwłaszcza, że ma dotyczyć wyłączenie terenów publicznych.	Uwaga częściowo uwzględniona	Przepis zezwala na sytuowanie innych urządzeń niż wymienione w uchwale na tych samych zasadach i warunkach co powłoki pneumatyczne. W wyniku uwzględnienia uwagi w uchwale usunięto przepis dotyczący określenia definicji „teren publiczny”. Tym samym wykreślono ustalenie dot. możliwości sytuowania tej formy reklamy wyłącznie na terenach publicznych. W obecnym brzmieniu dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta. Dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.	
81.	§ 14 Reklama wyborcza oraz SIL	„Reklama wyborcza” nie powinna być osobną kategorią w dziedzinie reklamy. Tak zapis narusza zasadę równości. SIL winien być regulowany odrębną uchwałą, nie uchwałą krajobrazową.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Przepisy dotyczące reklamy wyborczej są jednakowe dla wszystkich podmiotów. Regulacja nie uprzywilejowuje tego typu reklamy i nie dyskryminuje innych rodzajów działalności. Elementy Systemu Informacji Lokalnej (SIL) mogą zawierać informacje komercyjne m.in. o dojeździe do danej działalności, stąd zawierają się w ustawowej definicji reklamy. To natomiast jest warunkiem wystarczającym do objęcia SIL uchwałą krajobrazową.	
82.	§ 15 Szyldy	Zawarte w paragrafie 15 warunki dla szyldów są sformułowane zbyt szczegółowo i będą w dużej mierze niezrozumiałe dla ich przyszłych właścicieli. Przepisy prawa winny być proste i jednoznaczne.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uchwała w sposób precyzyjny reguluje zasady i warunki sytuowania szyldów, które mimo swojej szczegółowości, wymaganej ze względu na przedmiot regulacji, są czytelne i zrozumiałe.	

83.	§ 15 Reklama na obiekcie 4. 8) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych	Na urządzeniach technicznych winien obowiązywać zakaz sytuowania jakiejkolwiek reklamy i informacji. Robienie wyjątku dla „reklamy okolicznościowej” jest niezgodne z prawem i narusza zasadę równości	Uwaga częściowo uwzględniona	Zrezygnowano z możliwości sytuowania reklam na urządzeniach technicznych w obszarach S0, SZ i SR. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Dopuszczenie sytuowania reklamy okolicznościowej na urządzeniach technicznych polega na umieszczaniu tablicy reklamowej na istniejących w przestrzeni obiektach technicznych. W związku z tym nie ingeruje w przestrzeń i krajobraz w takim samym stopniu jak sytuowanie nowych brył, np. wolnostojących nośników reklamowych. Dopuszczenie tej formy reklamy nie będzie więc negatywnie oddziaływać na krajobraz, estetykę miasta, a wprowadzony wyjątek nie narusza zasady równości wobec prawa, lecz jest proporcjonalny w stosunku do zamierzonego celu.	
84.	§ 15 Reklama wolnostojąca 5. 4) reklama typu B b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio...	Tak podane współczynniki odległości nigdy nie będą możliwe do spełnienia w przestrzeni miejskiej (w obszarze zurbanizowanym) Przepis jest martwy lub ma służyć całkowitemu wykluczeniu tej formy reklamy z miasta.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innych uwag wykreślono z Uchwały minimalną odległość sytuowania reklamy od krawędzi jezdni. Uwzględnienie postulatu oraz wykreślenie pozostałych zasad i warunków sytuowania negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
85.	§ 15 Reklama wolnostojąca przenośna 6. 2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe	Czym są „inne przestrzenne urządzenia reklamowe”? Przepis winien być jasny, czytelny i zgodny z zapisami Ustawy. W tym wypadku chodzi o „pneumatyczne” tablice reklamowe i urządzenia reklamowe? Dlaczego dla tego typu nośników reklamy mają mieć zastosowanie przepisy szczególne? Narusza to zasadę równości. Zwłaszcza, że ma dotyczyć wyłączenie terenów publicznych.	Uwaga częściowo uwzględniona	Przepis zezwala na sytuowanie innych urządzeń niż wymienione w uchwale na tych samych zasadach i warunkach co powłoki pneumatyczne. W wyniku uwzględnienia uwagi w uchwale usunięto przepis dotyczący określenia definicji „teren publiczny”. Tym samym wykreślono ustalenie dot. możliwości sytuowania tej formy reklamy wyłącznie na terenach publicznych. W obecnym brzmieniu dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta. Dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.	
86.	§ 15 Reklama wyborcza oraz SIL 7. 1) 7. 2)	„Reklama wyborcza” nie powinna być osobną kategorią w dziedzinie reklamy. Tak zapis narusza zasadę równości. SIL winien być regulowany odrębną uchwałą, nie uchwałą krajobrazową.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Przepisy dotyczące reklamy wyborczej są jednakowe dla wszystkich podmiotów. Regulacja nie uprzywilejowuje tego typu reklamy i nie dyskryminuje innych rodzajów działalności. Elementy Systemu Informacji Lokalnej (SIL) mogą zawierać informacje komercyjne m.in. o dojeździe	

				do danej działalności, stąd zawierają się w ustawowej definicji reklamy. To natomiast jest warunkiem wystarczającym do objęcia SIL uchwałą krajobrazową.	
87.	§ 16 Szyldy	Zawarte w paragrafie 16 warunki dla szyldów są sformułowane zbyt szczegółowo i będą w dużej mierze niezrozumiałe dla ich przyszłych właścicieli. Przepisy prawa winny być proste i jednoznaczne.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uchwała w sposób precyzyjny reguluje zasady i warunki sytuowania szyldów, które mimo swojej szczegółowości, wymaganej ze względu na przedmiot regulacji, są czytelne i zrozumiałe.	
88.	§ 16 Reklama na obiekcie 4. 9) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych	Na urządzeniach technicznych winien obowiązywać zakaz sytuowania jakiegokolwiek reklamy i informacji. Robienie wyjątku dla „reklamy okolicznościowej” jest niezgodne z prawem i narusza zasadę równości	Uwaga częściowo uwzględniona	Zrezygnowano z możliwości sytuowania reklam na urządzeniach technicznych w obszarach S0, SZ i SR. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Dopuszczenie sytuowania reklamy okolicznościowej na urządzeniach technicznych polega na umieszczaniu tablicy reklamowej na istniejących w przestrzeni obiektach technicznych. W związku z tym nie ingeruje w przestrzeń i krajobraz w takim samym stopniu jak sytuowanie nowych brył, np. wolnostojących nośników reklamowych. Dopuszczenie tej formy reklamy nie będzie więc negatywnie oddziaływać na krajobraz, estetykę miasta, a wprowadzony wyjątek nie narusza zasady równości wobec prawa, lecz jest proporcjonalny w stosunku do zamierzonego celu.	
89.	§ 16 Reklama wolnostojąca 5. 5) reklama typu B b) dopuszcza się wyłącznie w odległości odpowiednio...	Tak podane współczynniki odległości nigdy nie będą możliwe do spełnienia w przestrzeni miejskiej (w obszarze zurbanizowanym) Przepis jest martwy lub ma służyć całkowitemu wykluczeniu tej formy reklamy z miasta.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innych uwag wykreślono z Uchwały minimalną odległość sytuowania reklamy od krawędzi jezdni. Uwzględnienie postulatu oraz wykreślenie pozostałych zasad i warunków sytuowania negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
90.	§ 16 Reklama wolnostojąca 5. 4) reklama typu C b) dopuszcza się wyłącznie w odległości odpowiednio...	Tak podane współczynniki odległości nigdy nie będą możliwe do spełnienia w przestrzeni miejskiej (w obszarze zurbanizowanym) Przepis jest martwy lub ma służyć całkowitemu wykluczeniu tej formy reklamy z miasta.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innych uwag wykreślono z Uchwały minimalną odległość sytuowania reklamy od krawędzi jezdni. Uwzględnienie postulatu oraz wykreślenie pozostałych zasad i warunków sytuowania negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
91.	§ 16 Reklama wolnostojąca przenośna 6. 2) powłoki	Czym są „inne przestrzenne urządzenia reklamowe”? Przepis winien być jasny, czytelny i zgodny z zapisami Ustawy.	Uwaga częściowo uwzględniona	Przepis zezwala na sytuowanie innych urządzeń niż wymienione w uchwale na tych samych zasadach i warunkach co powłoki pneumatyczne. W wyniku uwzględnienia uwagi w uchwale usunięto przepis	

	pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe	W tym wypadku chodzi o „pneumatyczne” tablice reklamowe i urządzenia reklamowe? Dlaczego dla tego typu nośników reklamy mają mieć zastosowanie przepisy szczególne? Narusza to zasadę równości. Zwłaszcza, że ma dotyczyć wyłączenie terenów publicznych.		dotyczący określenia definicji „teren publiczny”. Tym samym wykreślono ustalenie dot. możliwości sytuowania tej formy reklamy wyłącznie na terenach publicznych. W obecnym brzmieniu dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta. Dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.	
92.	§ 16 Reklama wyborcza oraz SIL 7. 1) 7. 2)	„Reklama wyborcza” nie powinna być osobną kategorią w dziedzinie reklamy. Tak zapis narusza zasadę równości. SIL winien być regulowany odrębną uchwałą, nie uchwałą krajobrazową.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Przepisy dotyczące reklamy wyborczej są jednakowe dla wszystkich podmiotów. Regulacja nie uprzywilejowuje tego typu reklamy i nie dyskryminuje innych rodzajów działalności. Elementy Systemu Informacji Lokalnej (SIL) mogą zawierać informacje komercyjne m.in. o dojeździe do danej działalności, stąd zawierają się w ustawowej definicji reklamy. To natomiast jest warunkiem wystarczającym do objęcia SIL uchwałą krajobrazową.	
93.	§ 17 Szyldy	Zawarte w paragrafie 17 warunki dla szyldów są sformułowane zbyt szczegółowo i będą w dużej mierze niezrozumiałe dla ich przyszłych właścicieli. Przepisy prawa winny być proste i jednoznaczne	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uchwała w sposób precyzyjny reguluje zasady i warunki sytuowania szyldów, które mimo swojej szczegółowości, wymaganej ze względu na przedmiot regulacji, są czytelne i zrozumiałe.	
94.	§ 17 Reklama na obiekcie 4. 8) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych	Na urządzeniach technicznych winien obowiązywać zakaz sytuowania jakiegokolwiek reklamy i informacji. Robienie wyjątku dla „reklamy okolicznościowej” jest niezgodne z prawem i narusza zasadę równości	Uwaga częściowo uwzględniona	Zrezygnowano z możliwości sytuowania reklam na urządzeniach technicznych w obszarach S0, SZ i SR. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Dopuszczenie sytuowania reklamy okolicznościowej na urządzeniach technicznych polega na umieszczeniu tablicy reklamowej na istniejących w przestrzeni obiektach technicznych. W związku z tym nie ingeruje w przestrzeń i krajobraz w takim samym stopniu jak sytuowanie nowych brył, np. wolnostojących nośników reklamowych. Dopuszczenie tej formy reklamy nie będzie więc negatywnie oddziaływać na krajobraz, estetykę miasta, a wprowadzony wyjątek nie narusza zasady równości wobec prawa, lecz jest proporcjonalny w stosunku do zamierzonego celu.	

95.	§ 17 Reklama wolnostojąca 5. 4) reklama typu B b) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio...	Tak podane współczynniki odległości nigdy nie będą możliwe do spełnienia w przestrzeni miejskiej (w obszarze zurbanizowanym) Przepis jest martwy lub ma służyć całkowitemu wykluczeniu tej formy reklamy z miasta.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innych uwag wykreślono z Uchwały minimalną odległość sytuowania reklamy od krawędzi jezdni. Uwzględnienie postulatu oraz wykreślenie pozostałych zasad i warunków sytuowania negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
96.	§ 17 Reklama wolnostojąca 5. 5) reklama typu C a) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio...	Tak podane współczynniki odległości nigdy nie będą możliwe do spełnienia w przestrzeni miejskiej (w obszarze zurbanizowanym) Przepis jest martwy lub ma służyć całkowitemu wykluczeniu tej formy reklamy z miasta.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innych uwag wykreślono z Uchwały minimalną odległość sytuowania reklamy od krawędzi jezdni. Uwzględnienie postulatu oraz wykreślenie pozostałych zasad i warunków sytuowania negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
97.	§ 17 Reklama wolnostojąca przenośna 6. 2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe	Czym są „inne przestrzenne urządzenia reklamowe”? Przepis winien być jasny, czytelny i zgodny z zapisami Ustawy. W tym wypadku chodzi o „pneumatyczne” tablice reklamowe i urządzenia reklamowe? Dlaczego dla tego typu nośników reklamy mają mieć zastosowanie przepisy szczególne? Narusza to zasadę równości. Zwłaszcza, że ma dotyczyć wyłączenie terenów publicznych.	Uwaga częściowo uwzględniona	Przepis zezwala na sytuowanie innych urządzeń niż wymienione w uchwale na tych samych zasadach i warunkach co powłoki pneumatyczne. W wyniku uwzględnienia uwagi w uchwale usunięto przepis dotyczący określenia definicji „teren publiczny”. Tym samym wykreślono ustalenie dot. możliwości sytuowania tej formy reklamy wyłącznie na terenach publicznych. W obecnym brzmieniu dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta. Dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.	
98.	§ 17 Reklama wyborcza oraz SIL 7. 1) 7. 2)	„Reklama wyborcza” nie powinna być osobną kategorią w dziedzinie reklamy. Tak zapis narusza zasadę równości. SIL winien być regulowany odrębną uchwałą, nie uchwałą krajobrazową.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Przepisy dotyczące reklamy wyborczej są jednakowe dla wszystkich podmiotów. Regulacja nie uprzywilejowuje tego typu reklamy i nie dyskryminuje innych rodzajów działalności. Elementy Systemu Informacji Lokalnej (SIL) mogą zawierać informacje komercyjne m.in. o dojeździe do danej działalności, stąd zawierają się w ustawowej definicji reklamy. To natomiast jest warunkiem wystarczającym do objęcia SIL uchwałą krajobrazową.	

99.	§ 18 Szyldy	Zawarte w paragrafie 18 warunki dla szyldów są sformułowane zbyt szczegółowo i będą w dużej mierze niezrozumiałe dla ich przyszłych właścicieli. Przepisy prawa winny być proste i jednoznaczne	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uchwała w sposób precyzyjny reguluje zasady i warunki sytuowania szyldów, które mimo swojej szczegółowości, wymaganej ze względu na przedmiot regulacji, są czytelne i zrozumiałe.	
100	§ 18 Reklama na obiekcie 4. 8) reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych	Na urządzeniach technicznych winien obowiązywać zakaz sytuowania jakiegokolwiek reklamy i informacji. Robienie wyjątku dla „reklamy okolicznościowej” jest niezgodne z prawem i narusza zasadę równości	Uwaga częściowo uwzględniona	Zrezygnowano z możliwości sytuowania reklam na urządzeniach technicznych w obszarach S0, SZ i SR. Dopuszczenie sytuowania reklamy okolicznościowej na urządzeniach technicznych polega na umieszczeniu tablicy reklamowej na istniejących w przestrzeni obiektach technicznych. W związku z tym nie ingeruje w przestrzeń i krajobraz w takim samym stopniu jak sytuowanie nowych brył, np. wolnostojących nośników reklamowych. Dopuszczenie tej formy reklamy nie będzie więc negatywnie oddziaływać na krajobraz, estetykę miasta, a wprowadzony wyjątek nie narusza zasady równości wobec prawa, lecz jest proporcjonalny w stosunku do zamierzonego celu.	
101	§ 18 Reklama wolnostojąca 5. 4) reklama typu B b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio...	Tak podane współczynniki odległości nigdy nie będą możliwe do spełnienia w przestrzeni miejskiej (w obszarze zurbanizowanym) Przepis jest martwy lub ma służyć całkowitemu wykluczeniu tej formy reklamy z miasta.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innych uwag wykreślono z Uchwały minimalną odległość sytuowania reklamy od krawędzi jezdni. Uwzględnienie postulatu oraz wykreślenie pozostałych zasad i warunków sytuowania negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
102	§ 18 Reklama wolnostojąca 5. 5) reklama typu C a) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio...	Tak podane współczynniki odległości nigdy nie będą możliwe do spełnienia w przestrzeni miejskiej (w obszarze zurbanizowanym) Przepis jest martwy lub ma służyć całkowitemu wykluczeniu tej formy reklamy z miasta.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innych uwag wykreślono z Uchwały minimalną odległość sytuowania reklamy od krawędzi jezdni. Uwzględnienie postulatu oraz wykreślenie pozostałych zasad i warunków sytuowania negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
103	§ 18 Reklama wolnostojąca przenośna 6. 2) powłoki pneumatyczne oraz inne przestrzenne urządzenia reklamowe	Czym są „inne przestrzenne urządzenia reklamowe”? Przepis winien być jasny, czytelny i zgodny z zapisami Ustawy. W tym wypadku chodzi o „pneumatyczne” tablice reklamowe i urządzenia reklamowe? Dlaczego dla tego typu nośników reklamy mają mieć zastosowanie przepisy szczególne? Narusza to zasadę równości. Zwłaszcza, że ma dotyczyć wyłączenie terenów publicznych.	Uwaga częściowo uwzględniona	Przepis zezwala na sytuowanie innych urządzeń niż wymienione w uchwale na tych samych zasadach i warunkach co powłoki pneumatyczne. W wyniku uwzględnienia uwagi w uchwale usunięto przepis dotyczący określenia definicji „teren publiczny”. Tym samym wykreślono ustalenie dot. możliwości sytuowania tej formy reklamy wyłącznie na terenach publicznych. W obecnym brzmieniu dopuszcza się sytuowanie wyłącznie w miejscach odbywania się	

				impres masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych lub w pasach drogowych dla wydarzeń odbywających się na obszarze Miasta. Dopuszcza się o wysokości nie większej niż 10 m.	
104	§ 18 Reklama wyborcza oraz SIL 7. 1) 7. 2)	„Reklama wyborcza” nie powinna być osobną kategorią w dziedzinie reklamy. Tak zapis narusza zasadę równości. SIL winien być regulowany odrębną uchwałą, nie uchwałą krajobrazową.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Przepisy dotyczące reklamy wyborczej są jednakowe dla wszystkich podmiotów. Regulacja nie uprzywilejowuje tego typu reklamy i nie dyskryminuje innych rodzajów działalności. Elementy Systemu Informacji Lokalnej (SIL) mogą zawierać informacje komercyjne m.in. o dojeździe do danej działalności, stąd zawierają się w ustawowej definicji reklamy. To natomiast jest warunkiem wystarczającym do objęcia SIL uchwałą krajobrazową.	
105	Uzasadnienie	Przytoczona w Uzasadnieniu Europejska Konwencja Krajobrazowa najwięcej miejsca (prawie dwie trzecie zapisów) poświęca kwestiom edukacji. To edukacja jest głównym narzędziem prowadzącym do ochrony krajobrazu i zachowania go dla przyszłych pokoleń. Jej brak w projekcie uchwały krajobrazowej dla Gdańska świadczy o krótkowzroczności obecnych władarzy Miasta.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa – brak ustawowej delegacji do uwzględnienia uwagi w projekcie uchwały.	
106	Uzasadnienie „W wyniku wprowadzenia uchwały nie przewiduje się ograniczenia działalności reklamowej na obszarze miasta...”	Ten zapis mija się z prawdą.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uwaga nie dotyczy ustaleń projektu uchwały krajobrazowej.	
Clear Channel Poland Sp. z o.o., ul. Krucza 16/22, 00-526 Warszawa, reprezentowana przez Dyr. ds. Administracji i Promocji Agnieszkę Szlaska – z dn. 23.10.17r.:					
107	Ogólna	(...)Konieczne jest też ustanowienie przepisów przejściowych, gwarantujących respektowanie praw nabytych, ochronę inwestycji oraz tryb ewentualnej wymiany urządzeń reklamowych.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Delegacja ustawowa nie daje przy tym podstaw do wprowadzenia	

				przepisów przejściowych. Tę rolę pełnią terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw, zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17, dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny. (...) „Dostrzec też trzeba, iż art. 37a u.p.z.p. nie nakładał na organy obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, a tymi jakie funkcjonują nielegalnie”.	
108	Ogólna	Clear Channel Poland (...) oczekuje:	Uwaga częściowo	Uwaga nie może zostać uwzględniona. W obszarze S0 nie dopuszcza się sytuowania	

		– zrozumienia roli zdefiniowania zasad komercyjnego parteru, który ze względu na swoją wyjątkową i odrębną funkcję usługowo-handlową, zaspokajając potrzeby społeczne, komunikacyjne, informacji, konsumpcji powinien zostać oddzielnie uregulowany, dopuszczając lokowanie nośników reklamowych formatu A do 2 m2 (wolnostojących, na obiektach budowlanych i w wiatach) w centrum miasta.	uwzględniona	reklamy typu A zgodnie z ustaleniami Pomorskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków z uwagi na tereny o unikatowych historycznych formach zabudowy i zagospodarowania przestrzeni. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Pozostałe obszary rejestrowe ujęte zostały w granicach obszaru SR. Dla tego obszaru możliwe jest sytuowanie reklamy typu A w opisanych w uwadze przypadkach.	
109		- postulujemy dopuszczenie tablic wolnostojących do 32 m2.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 32 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
110		Wdrożenia nowoczesnych rozwiązań z miast europejskich i dopuszczenie ekranów elektronicznych formatu małego 2 m2 (wolnostojących, na obiektach budowlanych i w wiatach) w centrum miasta. Ekran elektroniczny rozumiemy jako typ tablicy reklamowej, który eksponuje zmieniające się nie częściej niż co 10 sekund nieruchome treści reklamowe bez przerw pomiędzy nimi na ekranie wykonanym w technologii ciekłokrystalicznej i o maksymalnej wielkości piksela 5 mm (dla LCD) lub na ekranie wykonanym z diod elektroluminescencyjnych w technologii Surface Mounted Device (SMD) i o maksymalnej wielkości piksela 5 mm (dla LED), wyposażonym w urządzenie automatycznie dostosowujące jasność obrazu do jasności otoczenia, przy czym w czasie pełnego nasłonecznienia jego maksymalna jasność, mierzona w odległości 1m prostopadłe do środka matrycy, od 3000 cd/m2 do	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Przepisy art. 42a i 43 ustawy o drogach publicznych powołują się na Rozporządzenie Ministra Infrastruktury i Budownictwa w sprawie maksymalnej luminancji powierzchni informacji wizualnej, które jeszcze nie obowiązuje i trwają nad nim prace. Z uwagi na brak możliwości regulowania w uchwale stopnia jaskrawości/intensywności światła dla wymienionych w uwadze nośników reklamowych, ten typ reklamy został wykluczony ze wszystkich obszarów w granicach Miasta, poza obszarem SI. W związku z powyższym zmieniono także ustalenia § 7 ust. 1 pkt 2 lit. c poprzez wykreślenie zwrotu „oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia”. Podsumowując uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	

		4000 cd/m2 w dzień, w nocy 350 cd/m2 i pozostaje on wyłączony od godziny 12 w nocy do godziny 6 rano.			
--	--	---	--	--	--

**B52 Sp. z o.o. z siedzibą w Gdańsku (80-171), ul. Schuberta 1A/3, reprezentowana przez Członków Zarządu Piotra Dylewicz i Marcina Lontkowskiego –
– z dn. 23.10.2017 r.:**

111	Nie dotyczy projektu	Zgodność uchwały z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym: Ustawa krajobrazowa deleguje do samorządu uprawnienia w zakresie tworzenia narzędzi ochrony krajobrazu. Uchwalając prawo miejscowe samorządy mogą zatem kształtować te relacje wyłącznie mając na względzie ochronę krajobrazu, przy czym uchwała musi spełniać ważne rygory nadane jej w ustawie. Jakiegokolwiek inne motywy kształtowania porządku reklamowego inne niż w celu ochrony krajobrazu mogą zostać uznane jako przekroczenie uprawnień nadanych samorządom. W zakresie zgodności uchwały z ustawą krajobrazową i innymi aktami prawnymi wyższego rzędu, zawiera ona wiele uchybień oraz zapisów wykraczających poza nadane uchwałę kompetencje. Takie uchwały nie mają szans na pozostanie w obrocie prawnym i mogą zostać podważone. W obecnej sytuacji prawnej sądy administracyjne po kolei uznają uchwały krajobrazowe kolejnych miast za nieważne np. Wyrok WSA w Łodzi sygn. II SA/Łd 523/17 z dnia 11.08.2017 czy ostatni wyrok WSA w Opolu z dnia 5.10.2017. Wobec gdańskiego projektu uchwały można wnieść te same zarzuty. Co jest niezwykle istotne w sprawie, wywołanie faktycznych skutków przez dokument następnie uznany przez sąd za nieważny rodzi poważne konsekwencje prawne i naraża miasto nie tylko na straty wizerunkowe. Ewentualne roszczenia	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uwaga nie dotyczy ustaleń projektu uchwały krajobrazowej.	
-----	----------------------	---	-----------------------	--	--

		wynikające ze skutków uchwalenia uchwały łamiącej prawo miałyby również dla miasta konsekwencje finansowe.			
112	Ogólna	W podziale na strefy zdecydowanie brakuje strefy położonej w bezpośrednim sąsiedztwie dróg S6 i S7 w granicach administracyjnych miasta. Lokalizacja nośników reklamowych przy drogach ekspresowych następuje w odległości minimum 40 m od drogi. Warto strumieniować reklamę z centrum miasta w stronę obwodnic, przy czym nośniki ustawione wokół takich tras powinny być zdecydowanie większej powierzchni. Z uwagi na większą odległość do nośnika reklamy zostanie zachowana tzw. wielkość kątowna (nośnik nie byłby optycznie większy od klasycznych nośników typu C ustawionych w węższej przestrzeni). Z uwagi na fakt, iż reklama wzdłuż dróg S6 i S7 lokalizowana jest na polach lub nieużytkach, postulujemy: 1) utworzenie strefy SE, 2) zwiększenie dopuszczalnej odległości nośników tak lokalizowanych, aby sytuowanie nośników było możliwe w myśl obowiązującego prawa, 3) dopuszczenie w tej strefie nośników większych - standard w tym rejonie to nośniki 50 m², 4) zachowanie stosownych odległości pomiędzy nośnikami.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Zaproponowane w uwadze drogi S6 i S7 przecinają lub wyznaczają granice Obszaru SZ (m.in. Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego i Obszaru Chronionego Krajobrazu Żuław Gdańskich). Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m² negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Na odcinkach wymienionych dróg zawierających się w granicach obszarów SP i S3 dopuszczone będzie sytuowanie reklam typu C – 18 m². Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
113		Regulacja reklamy w formie ekranu projekcyjnego zgodnie z zawartą w projekcie uchwały definicją wykracza poza uprawnienia wynikające z ustawy. USAZADNIENIE §4 ust. 1 pkt 4 projektu uchwały zawiera definicję ekranu projekcyjnego, wliczając do tej kategorii m.in. ścianę obiektu budowlanego czy matową witrynę okienną, tymczasem ustanowienie zasad i warunków ekspozycji	Uwaga częściowo uwzględniona	Zgodnie z uwagą wykreśla się z przepisów uchwały par. 9 ust. 1 pkt 1 lit. d mówiący o sytuowaniu ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres dłuższy niż pięć dni w miesiącu w obrębie danej nieruchomości. Przepisy art. 42a i 43 ustawy o drogach publicznych powołują się na Rozporządzenie Ministra Infrastruktury i Budownictwa w sprawie maksymalnej luminancji powierzchni informacji wizualnej, które jeszcze nie obowiązuje i trwają nad	

		reklamy powinno nastąpić z uwzględnieniem legalnych definicji pojęć ustawowych takich jak "tablica reklamowa", "urządzenie reklamowe", "szyld", uregulowanych w przepisach art. 2 pkt 16b, 16c i 16d u.p.z.p., rozumianych przez ustawodawcę stricte jako przedmioty materialne. Tym samym definicje tablic i urządzeń reklamowych są węższe, niż definicja samej reklamy, zawarta w art. 2 ust. 16a) u.p.z.p., którą jest upowszechnianie w jakiejkolwiek formie informacji promujących osoby, przedsiębiorstwa, towary i usługi, przedsięwzięcia, czy ruchy społeczne. W szczególności reklama w formie projekcji świetlnej nie należy do kategorii tablic i urządzeń reklamowych, a co za tym idzie wyłączona jest możliwość jej regulowania w uchwale krajobrazowej. Regulacja ekspozycji reklamy na tak zdefiniowanych ekranach projekcyjnych, w tym reglamentacja opisana w § 9 ust. 1 pkt 1 d) projektu uchwały wykracza poza delegację prawną nadaną przez ustawę, nie mówiąc już, że ograniczenie czasu ekspozycji do pięciu dni w miesiącu, bez określenia, czy chodzi o miesiąc kalendarzowy, czy o cykl miesięczny, w praktyce czyni ten zapis trudnym do wyegzekwowania.		nim prace. Z uwagi na brak możliwości regulowania w uchwale stopnia jaskrawości/intensywności światła dla wymienionych w uwadze nośników reklamowych, ten typ reklamy został wykluczony ze wszystkich obszarów w granicach Miasta, poza obszarem SI. W związku z powyższym zmieniono także ustalenia § 7 ust. 1 pkt 2 lit. c poprzez wykreślenie zwrotu „oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia”. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto ekran projekcyjny może być tablicą reklamową albo urządzeniem reklamowym, w związku z czym brak jest przeciwskażeń do uregulowania tej formy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Wskazane w uwadze przedmioty tj. ściana czy matowa witryna okienna mogą być tablicą lub urządzeniem reklamowym w rozumieniu art. 2 pkt 16 b i 16c u.p.z.p., jeśli są przeznaczone lub służą ekspozycji reklamy.	
114		Ograniczenie możliwości sytuowania pylonów cenowych jedynie przez sprzedawców paliw stanowi przekroczenie ustawowej delegacji. UZASADNIENIE §4 ust. 1 pkt 22 a) projektu uchwały zawiera definicję pylonu cenowego ograniczającą jej występowanie jedynie w obrębie stacji paliw. Mając na względzie fakt, że uchwała może regulować reklamę wyłącznie w oparciu o przesłanki ochrony krajobrazu, należałoby zadać pytanie, czy prawo do eksponowania przez stacje paliw	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa Przyznanie stacjom paliw indywidualnego rozwiązania wynika z obowiązku prawnego. Zgodnie z §12 ust. 1 i 2 Rozporządzenia Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług: <i>1. Na stacjach benzynowych ceny paliw uwidacznia się w taki sposób, aby były one czytelne dla kierowców pojazdów zbliżających się do stacji, poruszających się po drogach publicznych.</i> <i>2. Przepis ust. 1 stosuje się odpowiednio do przedsiębiorcy wynajmującego lub ochraniającego</i>	

		reklamy na pylonie reklamy wraz z informacją cenową wynika z innych przepisów. Jeżeli tak, to uchwała krajobrazowa nie powinna zawierać zapisów regulujących tą kwestię, a jeżeli nie, to ograniczenie możliwości sytuowania reklamy w formie pylonu wyłącznie przez sprzedawców paliw stanowiłoby niedopuszczalne wyłączenie podmiotowe, przy czym zgodnie z przesłanką ochrony krajobrazu, sama treść reklamy na pylonie nie powinna mieć znaczenia.		<i>garaże, zadaszone wiaty oraz miejsca parkingowe albo przyjmującego na przechowanie pojazdy samochodowe.</i> W odniesieniu do innych rodzajów działalności takiego wymogu nie wprowadzono.	
115	Ekrany świetlne	Wyłączenie podmiotowe w zakresie możliwości sytuowania ekranów świetlnych stanowi przekroczenie delegacji ustawy UZASADNIENIE Znając zagrożenia, jakie dla bezpieczeństwa w ruchu drogowym niesie za sobą instalacja nośnika z reklamą świetlną, widzimy konieczność reglamentowania tej formy reklamy. Czymś innym jest jednak ograniczenie ich liczby, a czymś innym kreowanie zapisów tak, aby możliwa była instalacja czy wręcz zachowanie jednego istniejącego nośnika tego typu w mieście, w dodatku na obiekcie, którego miasto jest współwłaścicielem (udziałowcem). Jeżeli ktoś nie miał takiej wiedzy, to po lekturze projektu już wie, że format nośnika zainstalowanego na Ergo Arenie to jest właśnie 13x10 m. Nie można w tym miejscu zapominać, że ważne i promujące miasto wydarzenia sportowe odbywają się w hali rzadko, a nośnik reklamy prezentuje na co dzień reklamy o charakterze komercyjnym, jak np. koncerty targi reklamy napojów alkoholowych itp. W zakresie funkcji komercyjnej obiektu mamy więc do czynienia z wyłączeniem podmiotowym, w dodatku faworyzującym spółkę, w której miasto jest udziałowcem. Wyłączenie podmiotowe dla ekranów świetlnych następuje de iure i de facto. Zapisy	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa Obszar oznaczony symbolem SI, w porównaniu z innymi obszarami na terenie Miasta, obsługuje imprezy masowe, a więc służy proporcjonalnie większej liczbie mieszkańców oraz charakteryzuje się naturą rozrywkową, stąd jego wydzielenie jest oczywiste. Sytuowanie na tym obszarze ekranów świetlnych jest spójne z charakterem obszaru tak długo, jak nie narusza to w sposób przeważający interesu ochrony krajobrazu na obszarach sąsiednich. Tymczasem uchwała może zawierać ustalenia dotyczące wymiarów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych. W związku z powyższym uwzględniono ekrany świetlne o wymiarach wynoszących nie więcej niż 13 m na 10 m.	

		projektu nie faworyzują literalnie tego jednego obiektu w strefie SI, ale jak sam otwarcie przyznał projektodawca, prawo do zainstalowania takiego nośnika np. na elewacji Hali Olivia jest uprawnieniem pozornym z powodu niemożności spełnienia innych warunków zawartych w projekcie (np. w § 9 ust. 1 pkt 2 a)). Mamy więc tu do czynienia z nieuczciwą konkurencją miasta i innych podmiotów, a także, w zakresie rozwiązań komercyjnych, z konfliktem interesów.			
116	Reklama typu B	Uwagi względem dopuszczenia wyłącznie podświetlonych nośników typu B. Dopuszczenie na terenie miasta (szczególnie w nie historycznych i nie prestiżowych strefach) nośników typu B jedynie w formie podświetlonej, podczas gdy generalnie Uchwała dopuszcza, a nie nakazuje doświetlenie reklam, jest obostrzeniem zupełnie niezrozumiałym. Mając na względzie dużo wyższe koszty wytworzenia i komercjalizacji nośnika typu B, inwestorzy będą chętniej wybierali większe nośniki typu C.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga niezasadna. Dopuszczenie w danych strefach obu typów nośników daje możliwość wyboru. Wyższy standard dla reklamy typu B podyktowany jest możliwością jego występowania we większej liczbie obszarów, w tym o charakterze bardziej zurbanizowanym niż obszar S3.	
117		Uwagi do § 20 w zakresie kształtowania terminów dostosowania. Zawarte w § 20 uchwały rozróżnienie okresów dostosowawczych dla reklamy legalnej i nielegalnej to oczywiście krok w dobrą stronę, tyle że takie proporcje każą bardziej oceniać zapisy uchwały jako sankcje mniejsze i większe, jako utratę przywileju w krótszym lub dłuższym czasie i w tym sensie nie mogą być traktowane jako budujące zaufania obywatela dla państwa i stanowionego przezeń prawa. Zupełnie nie rozumiemy i protestujemy przeciwko podejściu projektodawców, którzy różnicę między prawem i bezprawiem, różnicę pomiędzy działaniem w zgodzie z istniejącymi	Uwaga częściowo uwzględniona	Rezultatem uwzględniania innych uwag jest zmiana ustaleń dot. przepisów dostosowawczych, poprzez scalenie okresów na dostosowanie do ustaleń uchwały wszystkich tablic i urządzeń reklamowych do 24 miesięcy, niezależnie od posiadania lub nie pozwoleń na budowę, lub zgłoszeń budowlanych oraz niezależnie od rodzaju nośnika. Uznaje się, że zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto Rada Miasta nie reguluje w tym postanowieniu uchwały kwestii związanych z „nielegalnie” posadowionymi reklamami. To postanowienie nie stanowi, że „nielegalnie” wzniesione reklamy będą mogły w okresie	

		przepisami i działaniami polegającym na zawłaszczaniu sobie przestrzeni publicznej, projektodawcy wyceniają na 12 miesięcy różnicy w okresie dostosowawczym! Mając na względzie bieżącą dynamikę przyjmowania uchwał i unieważniania uchwał przez sądy, stoimy na stanowisku, aby okresy przejściowe maksymalnie wydłużyć, do czasu zakończenia postępowań wokół wątpliwości prawnych natury konstytucyjnej i administracyjnej, które w powszechnej opinii środowisk prawnych, w trosce o ład prawny, powinny zostać rozstrzygnięte przed wejściem w życie uchwał lub przed datą wywołania przez uchwałę nieodwracalnych skutków prawnych. Warty odnotowania jest fakt, że § 20 pkt 3 uchwały różnicuje termin dostosowania szyldów wykonanych przed rokiem 1989 wykonanych z tworzyw naturalnych od innych szyldów. Niestety, kryterium daty wykonania szyldu, bez wskazania innych walorów, które mogą lub wręcz powinny towarzyszyć takim starym szyldom, nie jest kryterium z zakresu ochrony krajobrazu, a zatem uchwała wykracza w tym względzie poza delegację ustawy.		dostosowawczym być uznane za legalne. Jeśli dane urządzenie albo tablica reklamowa został wzniesione w sposób niezgodny z prawem budowlanym, właściwe organy będą mogły z tego tytułu nakładać stosowne sankcje wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów. Uchwała reguluje termin dostosowania innych urządzeń/tablic reklamowych do wymogów w niej przewidzianych dot. np. wielkości, a nie do wszystkich obowiązujących w tym zakresie przepisów.	
118	Dot. procedury	Naruszenie art. 11 u.p.z.p. poprzez nieprzeprowadzenie publicznej dyskusji nad wyłożonym do publicznego wglądu projektem uchwały. UZASADNIENIE Zgodnie z art. 11 pkt 10) u.p.z.p. wójt, burmistrz albo prezydent miasta, po podjęciu przez radę gminy uchwały o przystąpieniu do sporządzania studium, m.in. ogłasza w sposób określony w pkt 1, o wyłożeniu projektu studium do publicznego wglądu na okres co najmniej 7 dni przed dniem wyłożenia i wyklada ten projekt do publicznego wglądu	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa Cytowany w uwadze artykuł Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym dotyczy procedury sporządzania Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego. W przypadku procedury dot. uchwały reklamowej opisana została ona w art. 37b u.p.z.p. Zgodnie z rozstrzygnięciem Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu (sygn: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r.) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów	

		oraz publikuje na stronach internetowych urzędu gminy na okres co najmniej 21 dni oraz organizuje w tym czasie dyskusję publiczną nad przyjętymi w tym projekcie studium rozwiązaniami. Niestety, być może wynika to z pośpiechu, ale do żadnego spotkania i publicznej dyskusji nie doszło. Jest to o tyle istotne, ponieważ sytuacja jest dynamiczna, liczyliśmy na możliwość przekazania przedstawicielom rady miasta nowych argumentów.		małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „Sąd nie podzielił także dodatkowego zarzutu o naruszeniu procedury uchwalania uchwały krajobrazowej(...). Określony bowiem w art. 37b u.p.z.p. katalog czynności związanych z procedurą sporządzania projektu tej uchwały jest odrębnym, autonomicznym uregulowaniem, a zatem innym niż w przypadku procedowania nad studium, czy też prowadzenia prac nad miejscowym planem zagospodarowania przestrzennego.” W związku z powyższym nie można domniemywać o obowiązku organizowania dyskusji publicznej w trakcie wyłożenia uchwały do publicznego wglądu analogicznie do procedury mpzp oraz suikzp.	
119		Zgodność uchwały z zasadami techniki prawodawczej: Wyłożony projekt w wielu miejscach narusza zasad techniki prawodawczej, pomimo unormowania zawartego w § 146 ust. 1 czy w § 155 ust. 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie "Zasad techniki prawodawczej" (Dz.U. z 2016 r., poz. 283).	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga zbyt ogólna, nie odnosi się do konkretnych postanowień projektu uchwały. Projekt uchwały jest zgodny z przywołanymi przez zgłaszającego uwagi przepisami. Projekt uchwały definiuje znaczną część pojęć na użytek uchwały, pozostałe zaś określenia w niej zawarte są zdefiniowane w innych aktach albo są powszechnie używane i w związku z tym nie wymagają doprecyzowania. Ponadto, z uwagi na przedmiot regulacji uchwały niezbędne jest niekiedy posługiwanie się pojęciami nieostrymi, czy klauzulami generalnymi, które będą zapewne podlegały doprecyzowaniu w drodze wykładni przez powołane do tego organy i sądy. Kwestie zgodności ustaleń uchwały z delegacją ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym a także Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów sprawie Zasad techniki prawodawczej oceniać będzie organ nadzoru jakim w tym wypadku jest Wojewoda Pomorski.	
120		Projekt uchwały zawiera wiele definicji i sformułowań, które są nieostre i które mogą być dowolnie interpretowane. UZASADNIENIE Niedopuszczalne jest wprowadzanie do uchwały określeń i pojęć niejednoznacznych,	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga zbyt ogólna. Kwestie zgodności ustaleń uchwały z delegacją ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym a także Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów sprawie Zasad techniki prawodawczej oceniać będzie organ nadzoru jakim w tym wypadku jest Wojewoda	

		które mogą być dowolnie interpretowane, co w konsekwencji może doprowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących w identycznej sytuacji faktycznej.		Pomorski.	
121	§ 20 pkt 4	Nieostra definicja przy wydłużonym okresie przejściowym dla szyldów wykonanych techniką Plastikową. Rozumiemy, że szyld malowany proszkowo można przemalować techniką ręczną na ten sam kolor i już w związku z tym zyskać 9 lat okresu dostosowawczego, choć szyld będzie wyglądał dokładnie tak samo. Ponownie ogromne pole do nadinterpretacji przez urzędnika.	Uwaga nieuwzględniona	W wyniku uwzględnienia innych uwag zmieniono ustalenia przepisów dostosowujących ujednolicając okresy dostosowawcze dla wszystkich tablic i urządzeń reklamowych.	
122		Przykłady innych określeń nieprecyzyjnych i niejednoznacznych wyrażen zawartych w projekcie uchwały: § 4 ust. 1 pkt 1): „zazwyczaj nieaźurowe”, § 4 ust. 1 pkt 11: „zazwyczaj podświetlane”, § 4 ust. 1 pkt 16: „naturalne materiały budowlane”, § 7 ust. 1 pkt 2 c): „oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia”, § 9 ust. 1 pkt 2 a): „bez pozostawiania zbędnego dystansu”.	Uwaga częściowo uwzględniona	Zmiana § 4 ust. 1 pkt 14: materiały szlachetne – tradycyjne materiały budowlane przeznaczone do zewnętrznego wykończenia obiektu budowlanego, w szczególności: cegła ceramiczna, kamień naturalny, drewno, metal, tynki strukturalne, klinkier, szkło przeszkleń; Zmiana § 7 ust. 1 pkt 2) lit. c): „stosowanie przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia o stałej intensywności i barwie;” Pozostałe określenia nie wpływają na rozumienie przepisu a jedynie go doprecyzowują w celu lepszego zrozumienia intencji uchwałodawcy.	
123		Brak dopuszczalnych tolerancji przy dostosowywaniu istniejących tablic i urządzeń reklamowych do zapisów Uchwały. Bezsporne jest, że przesuwanie istniejącego w dniu wejścia w życie uchwały nośnika np. o 10 cm, czy pomniejszanie go o np. 10 cm, poprzez kosztowne operacje naruszające dodatkowo strukturę budynku poprzez np. tworzenie kolejnych mostków termicznych, stanowi	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Ustalenia Uchwały w przepisach dot. definicji uwzględniają możliwość niewielkich odchyleń od podanych formatów np. w § 4 ust. 1 pkt 25, 26 i 27: „...z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów...”.	

		nadmierną uciążliwość dla właściciela nośnika przy jednoczesnym braku praktycznej korzyści dla uchwałodawcy.			
124		Prace nad projektem uchwały od początku nie odbywały się w zgodzie z podstawowymi zasadami techniki prawodawczej UZASADNIENIE Zgodnie z zasadami ogólnymi cytowanego Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r., podjęcie decyzji o przygotowaniu aktu prawnego poprzedza się m.in. wyznaczeniem i opisaniem stanu stosunków społecznych w dziedzinie wymagającej interwencji organów władzy publicznej oraz wskazaniem pożądanych kierunków ich zmiany; ustaleniem potencjalnych, prawnych i innych niż prawne, środków oddziaływania umożliwiających osiągnięcie zamierzonych celów; określeniem przewidywanych skutków społecznych, gospodarczych, organizacyjnych, prawnych i finansowych każdego z rozważanych rozwiązań. Zgodnie z opinią licznej rzeszy uczestników procesu, strona samorządowa zaniedbała niezwykle ważne jego elementy, przez co stworzenie dobrej, ważącej potrzebę rozwoju gospodarczego miasta przy ograniczeniu ekspansji reklamy w stopniu uzależnionym od cech lokalizacji uchwały, która z szacunkiem odnosi się do innych przepisów prawa i norm współżycia społecznego, okazało się niemożliwe. Ideę porządkowania przestrzeni publicznej przyjmujemy ze zrozumieniem, wręcz z zadowoleniem. Projekt tak zwanej uchwały krajobrazowej oceniamy jednak bardzo krytycznie. Zarzucamy mu przede wszystkim	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Projekt uchwały został sporządzony zgodnie z procedurą określoną w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Kwestie zgodności ustaleń uchwały z delegacją ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym a także Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów sprawie Zasad techniki prawodawczej oceniać będzie organ nadzoru jakim w tym wypadku jest Wojewoda Pomorski.	

	działanie w oparciu o brak szczegółowej diagnozy sytuacji. W czasie wielu spotkań organizowanych przez zespół projektowy uchwały wielokrotnie słyszeliśmy o potrzebie redukcji liczby nośników reklamy, o potrzebie szczególnej ochrony obszarów zaliczanych do historycznego i kulturowego dziedzictwa miasta, o konieczności likwidacji tak zwanych reklamowych clutterów, czyli miejsc przeładowanych informacją reklamowej. Kiedy jednak uczestnicy spotkań zadawali szczegółowe pytania, takie jak: jaka jest liczba nośników systemowych i pozasystemowych w mieście, jaki jest w mieście odsetek reklamy nieposiadającej zgłoszeń lub prawomocnych pozwoleń na budowę, wreszcie jaka powinna być według zespołu projektowego liczba nośników reklamy nie zakłócająca rozwoju Gdańska przy zachowaniu ładu przestrzennego w mieście, zawsze wtedy otrzymywaliśmy odpowiedzi, że, albo informacji takich nie da się zdobyć lub jest to bardzo trudne, ewentualnie że ustawa nie nakłada takiego obowiązku na samorząd. Odnosimy wrażenie, że wszyscy uczestnicy procesu, tj. miasto, przedsiębiorcy, architekci, urbaniści, branża reklamowa, przedstawiciele grup społecznych walczących o estetykę miasta, wszyscy mamy świadomość, że sedno tzw. reklamowego chaosu tkwi głównie występowaniu w przestrzeni miejskiej miejsc z nagromadzeniem reklamy chaotycznej w formie oraz z nikim nie uzgodnionej. Przedstawiciele lokalnych firm reklamowych wielokrotnie wyrażali chęć pomocy miastu w tworzeniu tzw. audytu reklamowego, gdzie na podstawie inwentaryzacji nośników czy innych form reklamy można by uzyskać informacje na temat skali problemu. Póki co miasto			
--	--	--	--	--

	nie odpowiada na te propozycje. To, że taki audyt jest możliwy do wykonania, wiemy na przykładzie Szczecina, gdzie pierwszym etapem prac nad uchwałą krajobrazową była analiza sytuacji. Gdy stwierdzono, że 81% reklamy w mieście stanowi reklama nieuzgodniona, okazało się, że problem reklamy nie leży tam, gdzie pierwotnie zakładano, że reklama w takim stanie, jaki pozostanie po wyczyszczeniu miasta z nośników nielegalnych, budzi już znacznie mniejsze emocje. W takich warunkach miasto Szczecin przygotowuje bardziej zrównoważony projekt zmian. Mamy więc teraz do czynienia z sytuacją, gdzie podstawą projektu nie stała się rzetelnie przygotowana diagnoza stanu reklam w mieście, w rozbiciu na nośniki systemowe, pozasystemowe i pozostałe formy reklamy, na reklamę legalną i nielegalną. Zamiast tego podstawą projektu stała się z góry założona teza, którą zespół projektowy broni na zasadzie intuicji, ponieważ nie zebrał danych na potwierdzenie tej tezy. Skoro więc stan obecny nie jest dokładnie znany, skoro nie znamy dokładnego celu w postaci planowanego pokrycia miasta reklamą, to stosowanie w tym momencie jakichkolwiek instrumentów mogących zmienić w istotny sposób stosunki społeczne i gospodarcze w mieście jest obarczone zbyt daleko idącym ryzykiem. Wiedza na temat skutków prawnych projektowanego prawa miejscowego jest nie tylko jednym z podstawowych elementów urzędniczej staranności. Owa wiedza wynika wprost z norm prawa administracyjnego. W czasie prac nad projektem tzw. uchwały krajobrazowej zespół projektowy wielokrotnie powoływał się na uprawnienia, jakie w zakresie kształtowania warunków sytuowania wszelkich form reklamy dałam mu			
--	--	--	--	--

	ustawa o wzmocnieniu niektórych narzędzi ochrony krajobrazu, w szczególności, że ma daleko idące możliwości regulacji lub wręcz zakazania reklamy na swoim terenie. Z jednej strony są to w naszej opinii uprawnienia, z drugiej zaś strony ustawa oraz Konstytucja RP nakazuje samorządom działania odpowiedzialne. Z szacunkiem odnosimy się do poglądów osób, które wzięły udział w ankiecie internetowej miasta. Wykorzystywanie przez miasto wyników tego sondażu jako argumentu do przesuwania środka ciężkości w stronę zaostrzenia przepisów dotyczących sytuowania reklam, jest w naszej opinii zabiegiem dalece ryzykownym. Internetowe sondaże nie są badaniami opinii społecznej. W badaniach takich nie bierze udział reprezentatywna grupa mieszkańców. Z wielu powodów: wiele osób szczególnie starszego pokolenia lub z uboższych grup społecznych nie ma stałego dostępu do Internetu, większość osób nie jest aktywnych w mediach społecznościowych. W czasie, kiedy ankietę była prowadzona, mieliśmy do czynienia z mobilizacją przeciwników reklamy do jej wypełniania. Co zaś najważniejsze, w ekonomicznej naturze człowieka leży, że nie wyraża on chętnie opinii, kiedy odnajduje się w danej sytuacji, natomiast jest aktywny wtedy, kiedy przeciw czemuś protestuje. Nie widzimy na ulicach demonstracji ludzi zadowolonych, tylko takich, którzy chcieliby zmian. Mając to na uwadze, zaskakują jest odsetek ankietowanych nie wyrażających zdecydowanego sprzeciwu wobec obecnego stanu. Tym bardziej, że pytania skupiły się wyłącznie na kwestii estetyki z pominięciem funkcji społecznej i gospodarczej reklamy. Nie było możliwości np. wyrażenia opinii że reklama, choć nie zawsze estetyczna, jest po prostu			
--	---	--	--	--

	konieczna. Dołączone do pytań zdjęcia nie reprezentowały stanu przeciętnego lecz pokazywały albo sytuacje skrajne albo zostały wykonane przy pomocy takich technik fotograficznych, żeby wzbudzić negatywne emocje. Mieliśmy zatem do czynienia z pytaniami typu “czy wolałbyś być piękny i bogaty czy brzydki i biedny”. Kształt tej ankiety uwidacznia niestety obawy projektodawców przed jej wynikami, gdyby pytania były zadawane w obiektywny sposób. Podsumowując, wyniki ankiety nie są wynikami rzetelnych badań opinii, a krytyczny głos większości z czterech i pół tysiąca jednak nie przypadkowych zaangażowanych w sprawę osób biorących udział w ankiecie nie może prowadzić do uogólnień na temat społecznych oczekiwań. To jednak tylko niewielki ułamek mieszkańców Gdańska, większość zaś mieszkańców problemy widzi generalnie w innych obszarach funkcjonowania miasta. Kończąc wątek ogólny w czasie wielu spotkań w związku z przygotowywaniem uchwały krajobrazowej spotykaliśmy się z bardzo kontrowersyjnymi radykalnymi opiniami, na szczęście nielicznymi, przeciwników reklamy, chcącymi zlikwidować jakąkolwiek reklamę bez względu na tego konsekwencje. Były to wypowiedzi dalece nieodpowiedzialne. Ich obecność w debacie publicznej mogło jednak stanowić pokusę dla miasta, aby przesunąć punkt równowagi w kierunku radykalizacji zmian. Pomimo, że leżałoby to przynajmniej teoretycznie w interesie branży, nikt z przedstawicieli firm reklamowych nie postuluje pozostawienia stanu takim, jaki jest obecnie lub tym bardziej zwiększenia liczby nośników reklamy w mieście, co mogłoby równoważyć radykalne opinie po drugiej stronie. Nawet najbardziej skrajne opinie strony biznesowo-reklamowej zakładają			
--	--	--	--	--

		jednak uporządkowanie reklamy w mieście oraz walkę z dziką, nieuregulowaną i nielegalną reklamą. Ufamy że nasze podejście do tematu, nasze rzetelne propozycje, wciąż mogą zostać zauważone jako wyraz naszej uczciwości, ale także zwyczajnej ludzkiej przyzwoitości.			
125		Inne uwagi do projektu uchwały krajobrazowej: - reklama na siatce budowlanej i materiale winylowym: dzięki reklamie eksponowanej na elewacjach budynków będących w trakcie prowadzenia prac budowlanych, możliwe jest całkowite lub częściowe sfinansowanie tych prac. Co do zasady więc, uchwała krajobrazowa powinna stworzyć takie warunki, aby właściciele nieruchomości mieli możliwość pobierania korzyści z ekspozycji reklamy w możliwie najszybciej. Dzięki temu skraca się okres, kiedy elewacja jest zasłonięta przez rusztowanie budowlane i samą reklamę. Projekt uchwały krajobrazowej, w wielu miejscach ogranicza wykorzystanie pod reklamę do 30% powierzchni elewacji. Za możliwość oglądania odtworzonego wizerunku elewacji płacimy dłuższą ekspozycją reklamy. Mając to na względzie rozsądniejsze z punktu widzenia ochrony krajobrazu byłoby ograniczenie powierzchni reklamy w tych lokalizacjach do 50-60%. Niestety, uchwała nie wykorzystwała także możliwości, jakie dałoby zagospodarowanie reklamą budynków w złym stanie techniczno-estetycznym, takich jak pustostany, budynki przeznaczone do rozbiórki, budynki niedokończone, lecz będące formalnie w trakcie budowy. Taka reklama nie musiałaby być eksponowana na rusztowaniu stanowiącym dodatkowy koszt, mogłaby za to przyczynić się do poprawy estetyki terenu, gdzie byłaby eksponowana.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	

126	Uchwała zawiera szereg zapisów sugerujących możliwość sytuowania reklam na danym terenie. W praktyce zaś, warunków koniecznych jednocześnie do spełnienia jest tyle, że sytuowanie reklamy stanie się w znakomitej większości zabronione. Uchwała de iure umożliwia sytuowanie w wybranych strefach miasta nośników typ A, typu B, typu C oraz banerów reklamowych, jednak mając na uwadze konieczność łącznego spełnienia wielu warunków do lokalizacji określonego nośnika w określonym miejscu, de facto zakazuje reklamy w mieście, przy czym fakt nie podjęcia przez projektodawcę trudu zdobycia rzetelnej wiedzy na temat analizy sytuacji w kontekście stosowania konkretnych narzędzi obciąża wyłącznie projektodawcę. Odnośnie sytuowania nośników wolnostojących, należy zadbać o to, aby uprawnienie do sytuowania reklam nie było zależne od wielkości działki. Można wyobrazić sobie sytuację, kiedy zarządca drogi dysponujący pasem drogowym może sytuować na swoim terenie reklamę są odpowiednio 70 czy 100 m, podczas gdy na odcinku przestrzeni miejskiej, gdzie działki są mniejsze, lokowanie takie nie będzie możliwe. Dokonałmy analizy przestrzeni Gdańska na podstawie mapy gruntów. Stwierdziliśmy że w praktyce nie ma działek o takich dużych rozmiarach liczonych wzdłuż drogi. Do tego dochodzą inne obwarowania w postaci odległości od drogi, odległości od budynków itp. Jest to kolejny, jeden z najlepszych przykładów, że przepisy zawarte w projekcie uchwały dają jedynie pozorną możliwość instalowania reklam, a dodatkowo faworyzują zarządcę drogi, który będzie miał możliwość i przyjęcia na swój teren większej liczby nośników. Jeżeli pracodawca zależałoby na	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały, m.in. uwzględnienie interesu użytkowników sąsiednich nieruchomości oraz ominięcie konfliktu dotyczącego odległości pomiędzy nośnikami sytuowanymi na sąsiednich nieruchomościach.	
-----	--	------------------------------	---	--

		równym traktowaniu podmiotów powinien zgodzić się na możliwość np. 1) przyjmowania oświadczeń właścicieli sąsiednich działek odnośnie łącznego traktowania ich działek przy określaniu warunków sytuowania reklam. W ten sposób właściciele łącznie 5 działek o długości 20 m mogliby liczyć na zainstalowanie reklamy na działce jednego z nich, w przeciwnym razie nie mieliby do tego prawa, przy czym obowiązek wykazania, że sytuowanie reklamy w taki sposób (wg zasady sumowania długości działek) nie spowodowałoby naruszenia zasady odległości 70 czy 100 m pomiędzy nośnikami; 2) Innym pomysłem skierowanym dla właścicieli działek krótszych niż 70 i 100 m mogłaby być rezygnacja z postulatu uniezależnienia możliwości sytuowania reklamy od decyzji sąsiada, co znalazło swe odbicie w obliczaniu odległości od skrajnych punktów styku działki z pasem drogowym. W przypadku działek krótszych zgodności z zapisami uchwały mogłaby decydować data przyjęcia zgłoszenia zamiaru prowadzenia prac budowlanych związanych z instalacją nośnika. Przy projektowaniu tych zmian bardzo istotne jest, aby warunki sytuowania nośników typu B i typu C umożliwiały zachowanie odległości 70 czy 100 m w praktyce a nie były jedynie uprawnieniem pozornym.			
127		(...) Obecny kształt projektu nie daje nadziei na porozumienie pomiędzy zwolennikami i przeciwnikami reklamy. Od wielu miesięcy, nawet lat postulujemy zaś taki kształt zmian, który przy rzeczowej dyskusji pozbawionych negatywnych emocji, uprzedzeń czy inwektyw mógłby zadowolić wszystkie strony sporu. Ostatnio opublikowany projekt uchwały krajobrazowej dla miasta Szczecina jedynie utwierdza nas w przekonaniu, że nasze	Uwaga nieuwzględniona	Zgodnie z rozstrzygnięciem Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu (sygn: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r.) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które	

	pomysły są nie tylko sensowne lecz również możliwe do zrealizowania w wymiarze praktycznym. Nasz plan nakierowany na realizację celów ochrony krajobrazu przy jednoczesnej zgodności zapisów uchwały w innych przepisach prawa przedstawiamy poniżej w punktach. Wciąż liczymy na jego rzeczowe rozpatrzenie: 1. etap I - przyjęcie tymczasowej uchwały krajobrazowej, która uznałaby reklamę zgłoszoną lub wybudowaną na podstawie prawomocnego pozwolenia na budowę za reklamę zgodną z zasadami sytuowania reklam w mieście. Uchwała tymczasowa mogłaby sprowadzić już pewne zasady dotyczące sytuowania reklam i odnoszące się do przyszłości, lecz w naszej opinii takie działanie posiada już na starcie wady w postaci braku diagnozy, o czym pisaliśmy powyżej. 2. następnie dochodzi do skutecznej według projektodawców egzekucji na podstawie karnej opłaty administracyjnej, co oznacza że już w niedługim czasie miasto uzyskałoby już spektakularną poprawę estetyki. Nikt nie powinien być niezadowolony że znakomita większość reklamy już po tym okresie zniknie z przestrzeni miejskiej. Spotkamy się wtedy w zupełnie innej sytuacji, zmieni się też perspektywa myślenia o stanie reklamy w mieście. Jak długi będzie ten czas przejściowy, zależy to od czasu potrzebnego administracji, ale także od sprawności w przygotowaniu audytu/inwentaryzacji tablic i urządzeń reklamowych, jak również od zakończenia postępowań wokół wątpliwości prawnych natury konstytucyjnej i administracyjnej, które w powszechnej opinii środowisk prawnych, w trosce o ład prawny, powinny zostać rozstrzygnięte przed wejściem w życie uchwał.	legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny.” W związku z powyższym uwagę uznaje się za niezasadną.	
--	---	--	--

		3. etap II - ostateczny projekt uchwały krajobrazowej mógłby się luźno wzorować na obecnym projekcie, natomiast z uwagi na fakt, że będzie on procedowany w zupełnie innej sytuacji, kiedy reklamy nie będą stanowiły już wywoływać takich emocji, mógłby wyglądać zupełnie inaczej. Oceniamy, że w nowym otoczeniu projektodawcy będą mieli większą skłonność do respektowania praw nabytych. Bardzo dobrym przykładem starannego procedowania może być projekt szczeciński, gdzie uznano, że uchwała krajobrazowa nie powinna zmieniać podejścia do reklamy legalnej, a zatem reklama legalna nie zostanie zdelegalizowana.			
--	--	---	--	--	--

Andrzej Magdziak, prezes zarządu Grupy Ströer - z dn. 4.10.2017 r. (data wpływu 5.10.2017 r.)

128	Dział I Rozdział I par. 3 pkt 2 Obszary ustalono na podstawie występujących w nich charakterystycznych cech krajobrazu przyrodniczo-kulturowego, kolejno: (...) teren w otoczeniu rafinerii, tereny przemysłowo-usługowe wzdłuż alei Kazimierza Jagiellończyka.	Tekst uzasadnienia. Ten opis powinien być przywołany jedynie w uzasadnieniu uchwały.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Opis wyjaśniający delimitację obszarów może zawierać się w treści uchwały. Ponadto ujęcie w uchwale opisu delimitacji obszarów wynika z ustaleń z Pomorskim Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków i było warunkiem uzyskania uzgodnienia projektu uchwały.	
129	Dział I Rozdział I par. 4 pkt 1 baner reklamowy - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe elastyczne,	Usunąć. W akcie normatywnym niższym rangą niż ustawa, bez upoważnienia ustawowego, nie należy formułować definicji ustalających znaczenie określeń ustawowych; w szczególności, akt wykonawczy nie powinien formułować definicji, które	Uwaga częściowo uwzględniona	Wprowadzono modyfikację definicji: baner reklamowy – tablica reklamowa, wykonana z tkanin, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych. Ustawa nie definiuje pojęcia „banera reklamowego”, a jedynie wymienia baner jako jeden z przedmiotów materialnych przeznaczonych lub służących ekspozycji reklamy. Odnośnie uwagi dotyczącej	

	zazwyczaj nieażyrowe wykonane z tkanin, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych, rozpinane pomiędzy lub na elementach konstrukcyjnych lub otaczających obiektach np. na stelażu, rusztowaniu budowlanym, elewacji budynku, ogrodzeniu, pojeździe (np. plandeka, transparent);	ustalałyby znaczenie określeń zawartych w ustawie upoważniającej. Tym samym za wadliwe uznać należy zdefiniowanie pojęcia „baner reklamowy”. Pojęcie to występuje na gruncie przepisów upzp, jako przykład tablicy reklamowej {patrz: art. 2 pkt 16b upzp). Zakaz definiowania określeń ustawowych ma na celu zapobieganie powstania skrajnie różnych definicji. W przeciwnym razie, każda z 2500 gmin mogłaby zdefiniować baner inaczej.		istnienia różnych definicji baneru w poszczególnych gminach, wskazać należy, że uchwała krajobrazowa gdańska obejmuje obszar tylko jednej gminy, a ustawa dopuszcza możliwość istnienia różnych zasad umieszczania tablic reklamowych na obszarach poszczególnych gmin.	
130	Dział I Rozdział I par. 4 pkt 2 detal architektoniczny - element dekoracyjny obiektu budowlanego, w szczególności gzyms, fryz, belkowanie, ryzalit, parapet, poręcz, balustrada, okiennica, element rzeźbiarski lub malarski, ozdobna stolarka lub ciesielka, sgraffito, boniowanie, blenda, płycina, opaska wokół otworu okiennego lub drzwiowego, lizeny, a także wykonanie elementu budowlanego, połączenia materiałów budowlanych (np. przeszkleń okiennych lub ścian osłonowych) lub detalicznego wykonania izolacji;	Usunąć. Wskazane elementy dekoracyjne obiektu budowlanego są niezrozumiałe dla mieszkańców. Jednocześnie stanowią zamkniętą listą detali architektonicznych. Tym samym, lista nie wyczerpując wszystkich technik zdobniczych, dopuszcza instalację tablic i urządzeń na pozostałych. Nieprecyzyjne określenia jak „lub detaliczne wykonanie izolacji” mogą być przyczyną interpretacji przez urzędników, a tym samym powodować liczne nadużycia. Jak wskazuje w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017 WSA w Łodzi „nie można w uchwale wprowadzać określeń i pojęć niejednoznacznych, które mogą być dowolnie interpretowane, co w konsekwencji może doprowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących się w identycznej sytuacji faktycznej.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. W definicji, wymieniając przykłady detali architektonicznych posłużono się sformulowaniem „w szczególności”, w związku z czym nie stworzono zamkniętego katalogu detali architektonicznych. Rozbudowanie definicji ma na celu uniknięcie wątpliwości interpretacyjnych co do rozumienia pojęcia.	

131	Dział I Rozdział I par. 4 pkt 4 ekran projekcyjny – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, na które wyświetlana jest reklama za pośrednictwem niezależnego urządzenia projekcyjnego (rzutnika) na zasadzie projekcji przedniej lub tylnej, w szczególności na ścianę obiektu budowlanego, podłogę, matową witrynę okienną, rozciągniętą tkaninę;	Usunąć. Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Ustanowienie zasad i warunków powinno nastąpić z uwzględnieniem legalnych definicji. W upzp mowa jest o przedmiotach materialnych (tablica reklamowa i urządzenie reklamowe). Projekcja nie jest przedmiotem materialnym. Wyznaczony przez art.37a ust. 1 upzp zakres upoważnienia nie może być również traktowany rozszerzająco na obiekty budowlane (ściana, podłoga itp.)	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. W tym zakresie nie definiuje się pojęcia projekcji, lecz ekranu projekcyjnego, rozumianego m.in. jako ściana budynku, podłoga itd., na który wyświetlana jest reklama, a tym samym jest to tablica/urządzenie reklamowe, które są objęte upoważnieniem ustawowym i mogą być przedmiotem uchwały krajobrazowej. Zgodnie z definicjami ustawowymi tablicy i urządzenia reklamowego są to „przedmioty materialne przeznaczone lub służące ekspozycji reklamy”. Skoro ściana służy w danym przypadku ekspozycji reklamy, spełnia ustawową definicję.	
132	Dział I Rozdział I par. 4 pkt 26 reklama typu A - pionowa jedno- lub dwustronna reklama na obiekcie lub reklama wolnostojąca trwale związana z gruntem, w formie podświetlonej przeszklonej gabloty lub ekranu świetlnego, o wymiarach powierzchni ekspozycji reklamy 1,2 m x 1,8 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów oraz o powierzchni danego boku urządzenia reklamowego nieprzekraczającej 3 m²;	Propozycja zmiany: reklama typu A - jednostronna na obiekcie, jednostronna lub dwustronna reklama wolno stojąca, trwale związana z gruntem, w formie przeszklonej gabloty lub ekranu świetlnego, o wymiarach powierzchni ekspozycji reklamy 1,2 m x 1,8 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów, o powierzchni każdej ze stron urządzenia reklamowego nie większej niż 3 m²; Proponuje się uporządkowanie definicji. Nieprecyzyjne określenie boku urządzenia wymaga wyjaśnienia. Warunek podświetlenia przekracza upoważnienie ustawowe.	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwaga częściowo zasadna. Wprowadzono modyfikację definicji: „jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa trwale związana z gruntem lub sytuowana na obiekcie, w formie przeszklonej gabloty lub ekranu świetlnego, o wymiarach powierzchni służącej ekspozycji reklamy 1,2 m na 1,8 m a dla reklamy typu A na obiekcie także 0,9 m na 2,26 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów oraz o powierzchni danego boku nieprzekraczającej 3 m². W wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi dot. tamtejszej uchwały krajobrazowej nie zakwestionowano ustaleń dotyczących podświetlenia, lecz efekty wizualne/holograficzne/audiowizualne/dźwiękowe /projekcje holograficzne. W związku z powyższym uznaje się, że regulacje Uchwały Krajobrazowej Gdańska nie przekraczają delegacji ustawowej.	

133	Dział I Rozdział 4 par. 7 ust. 1 pkt 2 lit. b b) ograniczenie widoczności elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności poprzez ich ukrycie w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych oraz nawiązujących do historycznego charakteru otoczenia, w szczególności elementów kutech, żeliwnych lub nitowanych,	Usunąć. Przepis kompetencyjny odnosi się do tablic i urządzeń reklamowych, a nie do elementów konstrukcyjnych, służących prawidłowemu mocowaniu tablicy reklamowej.	Uwaga częściowo uwzględniona	W celu poprawy czytelności przepisu usunięto fragment o „ograniczeniu widoczności” w zamian za „ukrycie” oraz doprecyzowano przepis. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym skoro są to części ww. elementów, to wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń i reklamowych. Określenie użyte we wskazanym postanowieniu uchwały, choć stanowi pojęcie nieostre, to jednak uwzględniając różnorodność sytuacji, jakie mogą zaistnieć, jest konieczne. Ponadto zmieniono § 7 ust. 1 pkt 2 lit. b Uchwały na następujące brzmienie: „ukrycie elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności poprzez zmniejszenie ich gabarytów oraz ich ukrycie w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych oraz nawiązujących do historycznego charakteru otoczenia, w szczególności elementów kutech, żeliwnych lub nitowanych.”	
134	Dział I Rozdział 4 par. 7 ust. 1 pkt 2 lit. c c) stosowanie przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia oraz o stałej intensywności i barwie,	Usunąć. Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 upzp i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. A contrario, nie obejmuje kwestii ich oświetlenia. Ponadto zagadnienie to zostało uregulowane w ustawie o drogach art. 42a i art. 43.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi dot. tamtejszej uchwały krajobrazowej nie zakwestionowano ustaleń dotyczących podświetlenia, lecz efekty wizualne/holograficzne/audiowizualne/dźwiękowe/projekcje holograficzne. W związku z powyższym uznaje się, że regulacje Uchwały Krajobrazowej Gdańska nie przekraczają delegacji ustawowej. Inne sądy administracyjne nie odniosły się do tej kwestii. Przepisy art. 42a i 43 ustawy o drogach publicznych odnoszą się do reklam, natomiast powołują się na Rozporządzenie Ministra Infrastruktury	

	z możliwością jego dostosowania do oświetlenia otoczenia, w szczególności cyklu dobowego;			i Budownictwa w sprawie maksymalnej luminancji powierzchni informacji wizualnej, które jeszcze nie obowiązują i trwają nad nim prace. Zmieniono natomiast ustalenia § 7 ust. 1 pkt 2 lit. c poprzez wykreślenie zwrotu „oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia”.	
135	Dział I Rozdział 4 par. 7 ust. 1 pkt 3 3) Dopuszcza się: podświetlenie i doświetlenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wykonane z giętych lamp neonowych oraz liniowo rozstawionych w kształt znaków bez tła lamp żarowych lub lamp wiernie je imitujących, -pod warunkiem ukrycia instalacji zasilającej w energię elektryczną, a także zamaskowanie kabli oraz elementów mocujących.	Usunąć. Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 upzp i obejmuje kwestie lokalizacji takich obiektów (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. Nie obejmuje więc kwestii ich oświetlenia. Ponadto zagadnienie to zostało uregulowane w ustawie o drogach art. 42 a i art. 43.	Uwaga częściowo uwzględniona	Zmiana ustaleń § 7 ust. 1 pkt 2 lit. c poprzez wykreślenie zwrotu „oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia” na „stosowanie przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia o stałej intensywności i barwie;” WSA w Łodzi nie zakwestionował wprost takiej możliwości. Inne sądy administracyjne nie odniosły się do tej kwestii. Przepisy art. 42a i 43 ustawy o drogach publicznych odnoszą się do reklam, natomiast powołują się na Rozporządzenie Ministra Infrastruktury i Budownictwa w sprawie maksymalnej luminancji powierzchni informacji wizualnej, które jeszcze nie obowiązują i trwają nad nim prace.	
136	Dział I Rozdział 4 par. 9 ust. 1 pkt 1 lit. a a) montowania na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych dodatkowych elementów technicznych, w szczególności podestów, z wyłączeniem elementów	Usunąć. Przepis kompetencyjny odnosi się do tablic i urządzeń reklamowych, a nie do elementów konstrukcyjnych, służących prawidłowemu mocowaniu lub obsłudze tablicy.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń reklamowych. W wyniku uwzględnienia innej uwagi zmieniono ustalenia § 9 ust. 1 pkt 1 lit. a: a) montowania na tablicach reklamowych lub	

	doświetlenia,			urządzeniach reklamowych elementów konstrukcyjnych w postaci podestów,	
137	Dział I Rozdział 4 par. 9 ust. 1 pkt 2 lit. d d) sytuowanie całości fundamentu reklamy wolnostojącej trwale związanej z gruntem pod poziomem terenu, z zastrzeżeniem § 9 pkt 2 lit. e,	Usunąć. Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 upzp i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, a nie warunki fundamentowania. Ponadto warunki fundamentowania są określone w wydanych decyzjach pozwalających na budowę lub przyjętych zgłoszeniach.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń reklamowych. W kwestii zarzutu dotyczącego określonych w zgłoszeniach i pozwoleniach na budowę warunków fundamentowania, uchwała krajobrazowa przewiduje termin na dostosowanie tablic i urządzeń reklamowych, a tym samym uzyskanie lub zmianę istniejących zgód budowlanych.	
138	Dział I Rozdział 4 par. 9 ust. 1 pkt 2 lit. f f) zachowanie odległości: - nie mniejszej niż 35 m pomiędzy słupem reklamowym lub reklamą typu A, a reklamą typu: A, -B lub C, słupem reklamowym, pylonem zbiorczym lub totemem, - nie mniejszej niż 70 m pomiędzy reklamami typu B, reklamą typu B a reklamą typu C, pylonami zbiorczymi lub totemami, - nie mniejszej niż 100 m pomiędzy reklamami typu C.	Propozycja zmiany: zachowanie odległości: nie mniejszej niż 35 m pomiędzy słupem reklamowym lub reklamą typu A, a reklamą typu: A, -B lub C, słupem reklamowym, pylonem zbiorczym lub totemem, nie mniejszej niż 70 m pomiędzy reklamami typu B, reklamą typu B a reklamą typu C, pylonami zbiorczymi lub totemami, nie mniejszej niż 100 m pomiędzy reklamami typu C. Włączenia do warunków odległości pylonów zbiorczych lub totemów o innych warunkach sytuowania niż reklama typy A, B i C, z uwzględnieniem zapisów szczegółowych rozdziału II, „wyłączy” z możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych, prawie wszystkie nieruchomości prywatne (z wyłączeniem bardzo dużych działek, o froncie działki powyżej 100 m), co stanowi naruszenie Konstytucji i prawa materialnego, przez różnicowanie postanowień ze względu na wielkość nieruchomości, na której może	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Ustalenia dotyczące minimalnych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi stanowią jedno z fundamentalnych ustaleń uchwały krajobrazowej. Wykreślenie minimalnych odległości pomiędzy nośnikami negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	

		znajdować się tablica.			
139	Dział II Rozdział 6 par. 15 ust. 4 pkt 4 lit. a, b dopuszcza się wyłącznie w formie tablicy reklamowej podświetlonej. dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c	Propozycja zmiany: usunąć dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, Przekroczenie upoważnienia ustawowego Wprowadzone ograniczenia dotyczące minimalnych odległości w zakresie sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 35 m od granicy działki) są prawie ośmiokrotnie bardziej restrykcyjne niż te przewidziane na potrzeby sytuowania budynków, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki – 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Dodatkowo wprowadza naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	

140	Dział II Rozdział 7 par. 16 ust. 5 pkt 4 lit. a, b, a) dopuszcza się wyłącznie w formie tablicy reklamowej podświetlonej b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	Propozycja zmiany: usunąć dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, Przekroczenie upoważnienia ustawowego Wprowadzone ograniczenia dotyczące minimalnych odległości w zakresie sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 35 m od granicy działki) są prawie ośmiokrotnie bardziej restrykcyjne niż te przewidziane na potrzeby sytuowania budynków, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki – 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Dodatkowo wprowadza naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	
141	Dział II Rozdział 7 par. 16 ust. 5 pkt 5 lit. a dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio:	Propozycja zmiany: dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: - od 2 m do 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne,	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może	

	od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 10 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 50 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, Wymagana szerokość pasa w jakim powinna zależeć się tablica reklamowa, dla tablic o szerokości do 6 m, powinna zostać zwiększona do minimum 20 m. Nierealne jest zachowanie warunku sytuowania w pasie o szerokości 12 m. Wprowadzone ograniczenia sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 50 m od granicy działki) są przeszło jedenastokrotnie bardziej restrykcyjne niż wymagane dla sytuowania budynków w odległości od granicy działki, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki – 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Wprowadza również, naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.		wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	
142	Dział II Rozdział 8 par. 17 ust. 5 pkt 4 lit. a, b a) dopuszcza się wyłącznie w formie tablicy reklamowej podświetlonej,	Propozycja zmiany: usunąć dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, -nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów	

	b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, a) Przekroczenie upoważnienia ustawowego b) Wprowadzone ograniczenia dotyczące minimalnych odległości w zakresie sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 35 m od granicy działki) są prawie ośmiokrotnie bardziej restrykcyjne niż te przewidziane na potrzeby sytuowania budynków, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki – 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Dodatkowo wprowadza naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.		tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	
143	Dział II Rozdział 8 par. 17 ust. 5 pkt 5 lit. a dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 10 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 50 m od skrajnych punktów styku	Propozycja zmiany: dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: - od 2 m do 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, Wymagana szerokość pasa w jakim powinna zależeć się tablica reklamowa, dla tablic o szerokości do 6 m, powinna zostać	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	

	granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	zwiększona do minimum 20 m. Nierealne jest zachowanie warunku sytuowania w pasie o szerokości 12 m. Wprowadzone ograniczenia sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 50 m od granicy działki) są przeszło jedenastokrotnie bardziej restrykcyjne niż wymagane dla sytuowania budynków w odległości od granicy działki, zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki – 4.5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Wprowadza również, naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.			
144	Dział II Rozdział 9 par. 18 ust. 5 pkt 4 lit. a, b dopuszcza się wyłącznie w formie tablicy reklamowej podświetlonej dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku	Propozycja zmiany: usunąć dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Wprowadzone ograniczenia dotyczące minimalnych odległości w zakresie sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 35 m od granicy działki) są prawie	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	

	granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b,	ośmiokrotnie bardziej restrykcyjne niż te przewidziane na potrzeby sytuowania budynków, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki – 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.			
145	Dział II Rozdział 7 par. 18 ust. 5 pkt 5 lit. a dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 10 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 50 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c	Propozycja zmiany: a) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: od 2 m do 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, Wymagana szerokość pasa w jakim powinna zależeć się tablica reklamowa, dla tablic o szerokości do 6 m, powinna zostać zwiększona do minimum 20 m. Nierealne jest zachowanie warunku sytuowania w pasie o szerokości 12 m. Wprowadzone ograniczenia sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 50 m od granicy działki) są przeszło jedenastokrotnie bardziej restrykcyjne niż wymagane dla sytuowania budynków w odległości od granicy działki, zgodnie z rozporządzeniem Ministra	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	

		Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki – 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Wprowadza również, naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.			
146	Dział III par. 20 pkt 1 dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno-budowlany - 24 miesiące;	Propozycja zmiany: tablice reklamowe i urządzeń reklamowe powstałe na podstawie prawomocnej decyzji pozwolenia na budowę lub zgłoszenia robót budowlanych przyjętego przez organ architektoniczno-budowlany nie wymagają dostosowania, Zgodnie z art. 2 upzp, w planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, uwzględnia się nie tylko wymagania ochrony krajobrazu, ale i np. walory ekonomiczne przestrzeni, prawo własności, czy też potrzeby interesu publicznego. Ochrona krajobrazu nie ma więc charakteru absolutnego, czy nawet nadrzędnego w stosunku do innych wartości przewidzianych przez ustawę o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym lub prawo budowlane, czy tym bardziej, w stosunku do wartości, które są chronione przez Konstytucję RP. Stąd, jakkolwiek ingerencja w te wartości musi odbywać się w zgodzie z konstytucyjną zasadą proporcjonalności - nie są to bowiem wartości gorsze, czy mniej ważne, niż ochrona krajobrazu. Ochrona krajobrazu ma być dopełnieniem regulacji z zakresu planowania przestrzennego i prawa budowlanego, a nie	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw. zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17 dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opolu z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź	

		celem samym w sobie. Sprzeczne z celem ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz prawa budowlanego należy uznać takie formułowanie przez uchwałę reklamową nakazów i zakazów, aby zakazywały one istnienia tablic i urządzeń reklamowych, które do tej pory były całkowicie legalne (gdy powstawały-uwzględniały uwarunkowania wynikające z konieczności ochrony krajobrazu). W kontekście wprowadzenia w projekcie uchwały dodatkowych reklam podmiotów gospodarczych w liczbie kilkudziesięciu tysięcy sztuk, proponowane rozwiązanie należy ocenić jako potencjalnie niezgodne z regulacjami dotyczącymi ochrony konkurencji, ze względu na stwarzanie zróżnicowanych warunków konkurencji. Podmioty, które zgodnie z prawem postawiły tablice i urządzenia reklamowe są w gorszej sytuacji niż podmioty dla których uchwała przewiduje dodatkowe powierzchnie reklamowe.		uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny”. Ponadto rezultatem uwzględniania uwag jest zmiana ustaleń dot. przepisów dostosowawczych, poprzez wydłużenie okresów na dostosowanie do ustaleń uchwały wszystkich tablic i urządzeń reklamowych do 24 miesięcy, niezależnie od posiadania lub nie pozwoleń na budowę, lub zgłoszeń budowlanych. Uznaje się, że zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
--	--	---	--	--	--

AMS S.A., reprezentowana przez Dyr. Oddziału Regionalnego Wojciecha Zdanowicza – z dn. 19.10.2017 r. (data wpływu 23.10.2017 r.):

147	§4	Dodanie zapisu o następującym brzmieniu: "45) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama o powierzchni ekspozycji o wymiarach powyżej 18 m2 jednak nie większych niż 50m2, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów."	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
148	§ 7 ust. 1,2a)	Zmiana zapisu poprzez usunięcie z jego treści słów: "w szczególności wyśrodkowanie albo wyjustowanie względem: otworów okiennych lub drzwiowych, krawędzi elewacji, detalu architektonicznego, osi kompozycyjnych elewacji"	Uwaga uwzględniona częściowo	Usunięcie fragmentu przepisu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Uzupełnienie zapisów ma na celu wyjaśnienie intencji przepisu. Po analizie treści zmieniono jednak brzmienie fragmentu przepisu na: „w szczególności wyśrodkowanie albo wyjustowanie	

				względem: otworów okiennych lub drzwiowych albo krawędzi elewacji albo detalu architektonicznego albo osi kompozycyjnych elewacji”	
149	§ 8 ust. 1.3f) tir. 3	Usunięcie zapisu.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci rezygnacji z określenia dopuszczalnej wielkości reklamy negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
150	§ 8 ust. 2.7	Usunięcie zapisu. Zgodnie z definicją wskazaną w § 4 flaga stanowi rodzaj tablicy reklamowej, co jednocześnie pozostaje w sprzeczności z definicją szyldu. Szyld nie jest tablicą reklamową.	Uwaga nieuwzględniona	Zgodnie z definicją ustawową szyld może być tablicą reklamową lub urządzeniem reklamowym: „należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informującą o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują”	
151	§ 9 ust. 1.1 a)	Usunięcie zapisu.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń reklamowych. W wyniku uwzględnienia innej uwagi zmieniono ustalenia § 9 ust. 1 pkt 1 lit. a: a) montowania na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych elementów konstrukcyjnych w postaci podestów,	
152	§9 ust. 1.2d)	Usunięcie zapisu.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości	

				dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
153	§9 ust. 1.2f) tir.1	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 35m Na: 20m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
154	§9 ust. 1.2f) tir.2	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 70m Na: 35m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
155	§ 9 ust. 1,2f) tir.3	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 100m Na: 50m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
156	§ 11 ust. 4.2d)	Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.	Uwaga nieuwzględniona	Zasada ta obejmuje wszystkie podmioty wobec tego nie narusza zasady równości wobec prawa. Przyjęta dopuszczalna powierzchnia ekspozycji jest odpowiednia dla celów ochrony elewacji budynku.	
157	§ 11 ust. 4.3c)	Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.	Uwaga nieuwzględniona	Zasada ta obejmuje wszystkie podmioty wobec tego nie narusza zasady równości wobec prawa. Przyjęta dopuszczalna powierzchnia ekspozycji jest odpowiednia dla celów ochrony elewacji budynku.	
158	§ 11 ust. 6.3) (powłoki pneumatyczne)	Usunięcie zapisu.	Uwaga nieuwzględniona	W obszarze SZ mogą się odbywać imprezy masowe, których charakter tymczasowy oraz rozrywkowy przeznaczony dla znaczącej liczby ludzi nie stoi w sprzeczności z celem ochrony krajobrazu.	

159	§ 12 ust. 4. 5) (reklama okolicznościowa na urządzeniach technicznych)	Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu dopuszcza funkcjonowanie nośników reklamowych, które najbardziej przyczyniają się do zaburzenia koncepcji ładu przestrzennego oraz estetyki przestrzennej na terenie miasta.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Dopuszczenie sytuowania reklamy okolicznościowej na urządzeniach technicznych polega na umieszczaniu tablicy reklamowej na istniejących w przestrzeni obiektach technicznych. W związku z tym nie ingeruje w przestrzeń i krajobraz w takim samym stopniu jak sytuowanie nowych brył, np. wolnostojących nośników reklamowych. Dopuszczenie tej formy reklamy nie będzie więc negatywnie oddziaływać na krajobraz, estetykę miasta, a wprowadzony wyjątek nie narusza zasady równości wobec prawa, lecz jest proporcjonalny w stosunku do zamierzonego celu ochrony krajobrazu.	
160	§ 12 ust. 4.6d)	Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.	Uwaga nieuwzględniona	Zasada ta obejmuje wszystkie podmioty wobec tego nie narusza zasady równości wobec prawa. Przyjęta dopuszczalna powierzchnia ekspozycji jest odpowiednia dla celów ochrony krajobrazu.	
161	§ 12 ust. 4.7c)	Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.	Uwaga nieuwzględniona	Zasada ta obejmuje wszystkie podmioty wobec tego nie narusza zasady równości wobec prawa. Przyjęta dopuszczalna powierzchnia ekspozycji jest odpowiednia dla celów ochrony krajobrazu.	
162	§ 12 ust. 6.2) (powłoki pneumatyczne)	Usunięcie zapisu.	Uwaga nieuwzględniona	W obszarze S0 mogą się odbywać imprezy masowe, których charakter tymczasowy oraz rozrywkowy przeznaczony dla znaczącej liczby ludzi nie stoi w sprzeczności z celem ochrony krajobrazu.	
163	§ 13 ust. 4.4) znaki bez tła (inne niż szyld)	Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu dopuszcza funkcjonowanie nośników reklamowych, które najbardziej przyczyniają się do zaburzenia koncepcji ładu przestrzennego oraz estetyki przestrzennej na terenie miasta.	Uwaga nieuwzględniona	Wprowadzone w uchwale zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych nie wypłyną na zaburzenie ładu czy estetyki Gminy, lecz przyczynią się do ich poprawy, nie wykluczając jednak możliwości zamieszczania niektórych rodzajów reklam. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
164	§ 13 ust. 4.7)	Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu dopuszcza funkcjonowanie nośników reklamowych, które najbardziej przyczyniają się do zaburzenia	Uwaga nieuwzględniona	Wprowadzone w uchwale zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych nie wypłyną na zaburzenie ładu czy estetyki Gminy, lecz przyczynią się do ich poprawy, nie wykluczając	

		koncepcji ładu przestrzennego oraz estetyki przestrzennej na terenie miasta.		jednak możliwości zamieszczania niektórych rodzajów reklam. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
165	§ 13 ust. 4.10d)	Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.	Uwaga nieuwzględniona	Zasada ta obejmuje wszystkie podmioty wobec tego nie narusza zasady równości wobec prawa. Przyjęta dopuszczalna powierzchnia ekspozycji jest odpowiednia dla celów ochrony elewacji budynku.	
166	§ 13 ust. 4.11c)	Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów wobec prawa.	Uwaga nieuwzględniona	Zasada ta obejmuje wszystkie podmioty wobec tego nie narusza zasady równości wobec prawa. Przyjęta dopuszczalna powierzchnia ekspozycji jest odpowiednia dla celów ochrony elewacji budynku.	
167	§ 13 ust. 4.12c)	Zmiana treści zapisu, mianowicie nadanie następującego brzmienia: "c) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch tablic reklamowych na jednej elewacji"	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Art. 37a u.p.z.p. nie upoważnia gmin do określania maksymalnej liczby tablic czy urządzeń reklamowych, jak ma to miejsce w przypadku szyldów. W związku z uwagą określono maksymalną dopuszczalną powierzchnię w zamian za limitowanie liczby nośników.	
168	§ 13 ust. 6.2)	Usunięcie zapisu.	Uwaga nieuwzględniona	W obszarze SR mogą się odbywać imprezy masowe, których charakter tymczasowy oraz rozrywkowy przeznaczony dla znaczącej liczby ludzi nie stoi w sprzeczności z celem ochrony krajobrazu.	
169	§ 14 ust. 6.2)	Usunięcie zapisu.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. W obszarze S1 mogą się odbywać imprezy masowe, których charakter tymczasowy oraz rozrywkowy przeznaczony dla znaczącej liczby ludzi nie stoi w sprzeczności z celem ochrony krajobrazu.	
170	§ 15 ust. 4	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "14) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama o powierzchni ekspozycji o wymiarach powyżej 18 m2 jednak nie większych niż 50m2 , z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów."	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	

171	§ 15 ust. 5	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "8) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama o powierzchni ekspozycji o wymiarach powyżej 18 m2 jednak nie większych niż 50m2, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów."	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
172	§ 15 ust. 5.4b) tir. 2	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 5m Na: 2m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu.	
173	§ 15 ust. 5.4b) tir. 3	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 35m Na: 20m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
174	§ 15 ust. 5	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "8) reklama typu C: dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: od 2m do 14m od krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 5m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 25m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b,c dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 9m względem poziomu	Uwaga nieuwzględniona	Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych, m.in. w celu uwzględnienia interesu użytkowników sąsiednich nieruchomości oraz ominięcia konfliktu dotyczącego odległości pomiędzy nośnikami sytuowanymi na sąsiednich nieruchomościach. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu.	

		najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się w poziomie terenu"			
175	§ 16 ust. 4.14c)	Zmiana treści zapisu, mianowicie nadanie następującego brzmienia: "c) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch tablic reklamowych na jednej elewacji"	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Art. 37a u.p.z.p. nie upoważnia gmin do określania maksymalnej liczby tablic czy urządzeń reklamowych, jak ma to miejsce w przypadku szyldów. W związku z uwagą określono maksymalną powierzchnię nośnika.	
176	§ 16 ust. 4	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "15) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama o powierzchni ekspozycji o wymiarach powyżej 18 m2 jednak nie większych niż 50m2 , z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów."	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
177	§ 16 ust. 5.4b) tir. 2	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 5m Na: 2m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu.	
178	§ 16 ust. 5.4b) tir. 3	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 35m Na: 20m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
179	§ 16 ust. 5.5a) tir. 2	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 10m Na: 5m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta.	

				W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu.	
180	§ 16 ust. 5.5a) tir. 3	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 50m Na: 25m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
181	§ 16 ust. 5.5c)	Zmiana zapisu w części wskazującej dopuszczalną wysokość tj. zmiana Z: 8m Na: 9m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. W wyniku uwzględnienia innej uwagi nie dopuszczono sytuowania nośnika reklamy typu C na tym obszarze.	
182	§ 16 ust. 5	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "12) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama o powierzchni ekspozycji o wymiarach powyżej 18 m2 jednak nie większych niż 50m2 , z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów."	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
183	§ 17 ust. 4.13d)	Zmiana treści zapisu, mianowicie nadanie następującego brzmienia: "d) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch tablic reklamowych na jednej elewacji"	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Art. 37a u.p.z.p. nie upoważnia gmin do określania maksymalnej liczby tablic czy urządzeń reklamowych, jak ma to miejsce w przypadku szyldów. W związku z uwagą określono maksymalną powierzchnię nośnika reklamy.	
184	§ 17 ust. 4	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "14) reklama typu B: dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: od 2m do 14m od krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 2m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 20m od skrajnych punktów	Uwaga częściowo uwzględniona	Brzmienie fragmentu przepisu zmieniono na: „dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 7 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu;” Uwzględnienie pozostałych postulatów negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta oraz interesu społecznego, m.in. uwzględnienie interesu użytkowników sąsiednich	

		styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b,c dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 7m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się w poziomie terenu"		nieruchomości oraz ominięcie konfliktu dotyczącego odległości pomiędzy nośnikami sytuowanymi na sąsiednich nieruchomościach.	
185	§ 17 ust. 4	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "15) reklama typu C: dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: od 2m do 14m od krawędzi jezdni, nie mniejszej niż 5m od elewacji posiadającej otwory okienne, nie mniejszej niż 25m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b,c dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 9m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się w poziomie terenu"	Uwaga nieuwzględniona	Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu.	
186	§ 17 ust. 4	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "16) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama o powierzchni ekspozycji o wymiarach powyżej 18 m2 jednak nie większych niż 50m2 , z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów."	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
187	§ 17 ust. 5	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "16) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama o powierzchni ekspozycji o wymiarach powyżej 18 m2 jednak nie większych niż 50m2 , z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów."	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących	

				tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
188	§ 17 ust. 5.4b) tir. 2	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 5m Na: 2m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu.	
189	§ 17 ust. 5.4b) tir. 3	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 35m Na: 20m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
190	§ 17 ust. 5.5b) tir. 2	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 10m Na: 5m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu.	
191	§ 17 ust. 5.5b) tir. 3	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 50m Na: 25m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	

192	§ 17 ust. 5.5c)	Zmiana zapisu w części wskazującej dopuszczalną wysokość tj. zmiana Z: 8m Na: 9m	Uwaga częściowo uwzględniona	Zmieniono wysokość z 8 m na 8,5 m.	
193	§ 18 ust. 4.13d)	Zmiana treści zapisu, mianowicie nadanie następującego brzmienia: "c) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch tablic reklamowych na jednej elewacji"	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Art. 37a u.p.z.p. nie upoważnia gmin do określania maksymalnej liczby tablic czy urządzeń reklamowych, jak ma to miejsce w przypadku szyldów. W związku z uwagą określono maksymalną powierzchnię nośnika.	
194	§ 18 ust. 4	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "14) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama o powierzchni ekspozycji o wymiarach powyżej 18 m2 jednak nie większych niż 50m2 , z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów."	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
195	§ 18 ust. 5	Uzupełnienie zapisu o następującą treść: "11) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama o powierzchni ekspozycji o wymiarach powyżej 18 m2 jednak nie większych niż 50m2 , z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów."	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 50 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
196	§ 18 ust. 5.4b) tir. 2	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 5m Na: 2m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu.	

197 .	§ 18 ust. 5.4b) tir. 3	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 35m Na: 20m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
198 .	§ 18 ust. 5.5a) tir. 2	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 10m Na: 5m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu.	
199 .	§ 18 ust. 5.5a) tir. 3	Zmiana zapisu w części wskazującej odległość tj. zmiana Z: 50m Na: 25m	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
200 .	§ 18 ust. 5.5c)	Zmiana zapisu w części wskazującej dopuszczalną wysokość tj. zmiana Z: 8m Na: 9m	Uwaga częściowo uwzględniona	Zmieniono wysokość z 8 m na 8,5 m.	
201 .	§ 19 ust. 1	Zmiana zapisu w części wskazującej termin dostosowania tj. zmiana: Z: 24 miesiące Na: 60 miesięcy	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Realizacja postulatu znacznie odroczyłaby realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
202 .	§ 20 ust. 1	Zmiana zapisu w części wskazującej termin dostosowania tj. zmiana: Z: 24 miesiące Na: 60 miesięcy	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Realizacja postulatu znacznie odroczyłaby realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	

203	§ 20 ust. 2	Zmiana zapisu w części wskazującej termin dostosowania tj. zmiana: Z: 24 miesiące Na: 60 miesięcy	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Realizacja postulatu znacznie odroczyłaby realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
-----	-------------	---	-----------------------	---	--

SIMPRO Investmedia, reprezentowana przez Macieja Czapran, ul. Abrahama 1A, 80-307 Gdańsk – z dn. 23.10.2017 r.:

204	Paragraf 4 ust. 1. 29 definicja „reklamy typu C” „w formie posadowionej na jednym słupie tablicy reklamowej”.	Fragment definicji nie jest jednoznaczny w zakresie określenia czym jest „jeden słup.” Większość reklam wolnostojących posiada słup zbudowany z 2 słupów obudowanych blachą ale tworzących wizualnie 1 słup. Wymagane dookreślenie, iż chodzi o wizualne postrzeganie jako jeden słup a nie konstrukcyjne. Obecna definicja wyklucza z miasta większość nośników. Poza tym ogólnie należy dopuścić dla reklam typu C możliwość posadowienia na 2 słupach tablicy reklamowej pod warunkiem zachowania jednolitej estetyki całej konstrukcji.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Posadowienie na jednym słupie nie może być interpretowane inaczej. Ponadto celem przepisu jest ochrona krajobrazu, którego istotną zmienną jest konstrukcja nośnika.	
205	Paragraf 4 ust. 1. 29 definicja „reklamy typu B i C”	W związku z brakiem w polskim prawodawstwie jednolitej definicji „związania z gruntem” należy doprecyzować, iż reklama wolnostojąca trwale związana z gruntem B i C oznacza również reklamę posadowioną na fundamentach prefabrykowanych schowanych całkowicie pod ziemią.	Uwaga nieuwzględniona	Pojęcie „nietrwałego związania z gruntem” nie jest zdefiniowane w prawie budowlanym, ale z uwagi na liczne orzecznictwa w tym zakresie zostało wprowadzone do projektu uchwały. Dodatkowo doprecyzującym przepisem jest § 9 pkt 2 lit. d-e, w brzmieniu: „d) sytuowanie całości fundamentu reklamy wolnostojącej trwale związanej z gruntem pod poziomem terenu, z zastrzeżeniem § 9 pkt 2 lit. e, e) ukrycie w bryle urządzenia reklamowego jego fundamentu powierzchniowego sytuowanego bezpośrednio na gruncie (dotyczy słupów reklamowych, urządzeń wyborczych i reklamy typu A),”	
206	Paragraf 9 ust. 1. 2f- zachowanie odległości pomiędzy reklamami	Zapis przewiduje zbyt dużą odległość pomiędzy reklamami typu B i B, B i C oraz C i C. 70 i 100 metrów to odległości przekraczające przyjęte w państwach Unii Europejskiej 50 metrów. Odległości powinny wynosić maksymalnie 50 m. Tym bardziej, iż wskutek pozostałych zapisów obszarów	Uwaga uwzględniona częściowo	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń	

		i odcinków ulic na których będzie można cokolwiek zamieścić będzie bardzo mało. Do tego dojdą niespotykane duże odległości pomiędzy reklamami. Poza tym zapis w żaden sposób nie rozstrzyga o tym kto ma się do kogo dopasować w przypadku kiedy istnieją już na danym odcinku zamieszczone na podstawie zezwoleń reklamy będące własnością różnych firm. Kto będzie rozstrzygał o tym, która z reklam jest umieszczona prawidłowo a która nie?		reklamowych do ustaleń uchwały. Uchwała została uzupełniona o warunki dostosowania istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności reguły rozstrzygające „pierwszeństwo”, w sytuacji gdy na nieruchomości jest kilka tablic/urządzeń reklamowych lub szyldów, które spełniają wymogi uchwały krajobrazowej.	
207	Paragraf 7 ust. 1. pkt 2 lit. b – nakaz ograniczenia widoczności elementów konstrukcyjnych tablic i urządzeń reklamowych	Zastosowany zapis jest zbyt ogólny i szeroki i daje pole do uznaniowości urzędników. Brak w Uchwale definicji „elementów konstrukcyjnych”. Przy takim zapisie wszystko może być elementem konstrukcyjnym. Nośnik reklamowy to głównie elementy konstrukcyjne. Widoczne łączenia blach ekranu, wkręty lub śruby oraz wszelkie kątowniki mogą zostać uznane również za elementy konstrukcyjne. Również sama obudowa składa się z blachy i musi być jakoś połączona co też może być uznane za element konstrukcyjny. Na rynku obudowę tylną posiadają jedynie nośniki typu backlight. Przy takiej definicji wyklucza się 95% istniejących na rynku konstrukcji.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one, poza powierzchnią ekspozycji reklamy, ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym skoro są to części ww. elementów, to wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń i reklamowych. Określenie użyte we wskazanym postanowieniu uchwały, choć stanowi pojęcie nieostre, to jednak uwzględniając różnorodność sytuacji, jakie mogą zaistnieć, jest konieczne. Ponadto w wyniku uwzględnienia innych uwag zmieniono § 7 ust. 1 pkt 2 lit. b Uchwały na następujące brzmienie: „ukrycie elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności poprzez zmniejszenie ich gabarytów oraz ich ukrycie w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych oraz nawiązujących do historycznego charakteru otoczenia, w szczególności elementów kutych, żeliwnych lub nitowanych.”	
208	Dotyczy ustaleń szczegółowych dla wszystkich obszarów dla „REKLAMA wolnostojąca trwale związana z gruntem”	1. Dopuszczenie sytuowania reklam typu B i C musi być zgodne z Ustawą o Droгах Publicznych i odległościami od drogi jakie są tam wskazane. Jeśli nie to należy w uchwale zapisać, iż dopuszczone są mniejsze odległości od dróg gminnych, wojewódzkich i krajowych	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym	

	położonych na terenie Gminy. W związku z tym należy również zrezygnować z zapisywania minimalnej odległości od elewacji posiadającej otwory okienne. Zwracam uwagę na fakt, że każdy nośnik ma również swoją szerokość. Pozostawienie takiego zapisu przy jednoczesnym zachowaniu zapisu o odległości minimalnej 10 m od elewacji posiadającej otwory okienne (dla reklamy typu C) uniemożliwi umieszczenie jakiegokolwiek reklamy wolnostojącej, gdyż nie ma w Gdańsku ulic, które spełniłyby kryteria dopuszczalności o jakich mówi Uchwała! 2. Ponadto na terenie miasta znajdują się ulice o kategorii droga ekspresowa krajowa, na której zgodnie z Ustawą o drogach publicznych obowiązuje minimalna odległość 40 m dla sytuowania obiektów. Uchwała dopuszcza zaś sytuowanie reklam B i C tylko od 2 do 14 m od krawędzi jezdni. Zapis ten eliminuje zatem wszystkie nośniki reklamowe na tego typu ulicach jak np. Obwodnica S6, Obwodnica S7. 3. Zapis o odległości nie mniejszej niż 35 m lub 50 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy do której kierowana jest reklama może być różnie interpretowany i rozumiany. Zwracam uwagę, na brak definicji pasa drogowego i możliwości jego określenia w terenie w przypadku wielu ulic. Ponadto pojęcie pasa drogowego nie jest równoznaczne z działką drogową gdyż pas drogowy może być szerszy niż działka. Zapis ponadto stawia w uprzywilejowanej sytuacji właścicieli publicznych działek gdyż są one wzdłuż ulic a eliminuje właścicieli prywatnych, gdyż mają oni zazwyczaj mniejsze działki. Zapis nierówno traktuje właścicieli prywatnych względem publicznych i jako taki jest sprzeczny z Konstytucją RP.		dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto odległości od punktów styku zapewniają ochronę interesu publicznego poprzez uwzględnienie interesu użytkowników sąsiednich nieruchomości oraz ominięcie konfliktu dotyczącego odległości pomiędzy nośnikami sytuowanymi na sąsiednich nieruchomościach. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	
--	---	--	--	--

		4. Dopuszczalna wysokość reklamy typu C powinna uwzględnić, iż nierzadko wzdłuż ulic (np. Armii Krajowej) są nasypy i skarpy co uniemożliwia w ogóle postawienie reklamy z uwagi na łączną wysokość nośnika i skarpy od jezdni. Należy w zapisie zrobić wyjątki dla takich ulic.			
209	Dotyczy ustaleń szczegółowych dla wszystkich obszarów dla „Baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt 1-12”	Należy dopuścić umieszczanie reklamy na elewacji o wysokości nie mniejszej niż 5 m. Obecny zapis całkowicie eliminuje reklamę na obiektach ze stref w której jest ona dopuszczona gdyż w strefach tych zdecydowana większość obiektów/budynków jest niższa niż wymagane w projekcie 9 m.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
210	Dotyczy ustaleń szczegółowych dla wszystkich obszarów dla „Baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt 1-12”	Należy dopuścić umieszczanie reklamy również na elewacjach, które posiadają okna (np. na skraju budynku, w suterenie, itp.), ale sama reklama ich nie zasłania i zachowane jest od nich pole ochronne jak od detalu.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Funkcją uchwały jest ochrona krajobrazu a elewacja jest istotnym jego elementem. Otwory okienne i drzwiowe wyznaczają pionowe i poziome podziały elewacji, wyznaczające jej całościową kompozycję. Sytuowanie reklamy na pustych przestrzeniach elewacji do tego nieprzeznaczonych byłoby zaburzeniem kompozycji elewacji a co za tym idzie skutkowałoby pogorszeniem odbioru krajobrazu. Natomiast w przypadku elewacji bez okien mamy do czynienia ze ścianą szczytową, która w tkance miejskiej wynika albo z zagwarantowania możliwości kontynuacji lub uzupełnienia zabudowy, albo wynika z przyczyn techniczno-budowlanych (np. bloki z wielkiej płyty), a nie kompozycyjnych. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
211	Dotyczy ustaleń szczegółowych dla wszystkich obszarów dla „Baner reklamowy lub	Należy dopuścić baner reklamowy również na ścianie posiadającej okna pod warunkiem niezasłaniania banerem okien i zachowaniem odstępu baneru od okien o szer. 0,5m. Wiele	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Funkcją uchwały jest ochrona krajobrazu a elewacja jest istotnym jego elementem. Otwory okienne i drzwiowe wyznaczają pionowe i poziome podziały	

	inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt 1-12”	elewacji budynków posiada np. obszary 30-40 % wielkości bez okien i powinno być możliwe zamieszczanie reklam na tych obszarach elewacji bez okien.		elewacji, wyznaczające jej całościową kompozycję. Sytuowanie reklamy na pustych przestrzeniach elewacji do tego nieprzeznaczonych byłoby zaburzeniem kompozycji elewacji a co za tym idzie skutkowałoby pogorszeniem odbioru krajobrazu. Natomiast w przypadku elewacji bez okien mamy do czynienia ze ścianą szczytową, która w tkance miejskiej wynika albo z zagwarantowania możliwości kontynuacji lub uzupełnienia zabudowy, albo wynika z przyczyn techniczno-budowlanych (np. bloki z wielkiej płyty), a nie kompozycyjnych. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
212	Dotyczy ustaleń szczegółowych dla wszystkich obszarów dla „Baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt 1-12”	Należy zwiększyć do 70% powierzchni elewacji dopuszczalną wielkość reklamy. Przy pozostałych ograniczeniach dla tej formy reklamy (np. odległość od ziemi, wysokość elewacji, pola ochronne) reklama 60% nie obroni się handlowo gdyż będzie za mała).	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwaga bezprzedmiotowa. Zwiększenie procentu powierzchni elewacji w celu powiększenia reklamy mijają się z celem jeżeli inne ograniczenia uniemożliwiają takie powiększenie reklamy. W pozostałych przypadkach uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
213	Dotyczy ustaleń szczegółowych dla wszystkich obszarów dla „Baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt 1-12”	Należy dopuścić reklamę również w innym kształcie niż prostokąt, gdyż czasem kształt ściany wymusza zupełnie inny format a prostokąt nie zawsze wyglądałby korzystnie.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Jeżeli elewacja, na której można sytuować reklamę nie nadaje się do sytuowania reklamy prostokątnej znaczy to, że nie nadaje się do sytuowania na niej reklamy. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	

214	Dotyczy ustaleń szczegółowych dla wszystkich obszarów dla „Baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt 1-12”	Sytuowanie dolnej krawędzi reklamy powinno być dozwolone nie niżej niż 2,5 m nad poziomem terenu. Jest to niezbędne z uwagi na zmniejszenie wielkości maksymalnej ściany możliwej do zajęcia przez reklamę.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona ponieważ strefa parteru, z której ten typ nośnika reklamy został wykluczony, sięga minimum 3 m nad poziomem terenu. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
215	Dotyczy ustaleń szczegółowych dla wszystkich obszarów dla „Baner reklamowy lub inna tablica reklamowa, nie wymieniona w pkt 1-12”	Należy usunąć zapis, iż do ściany nie może przylegać żaden obiekt lub płaszczyzna ściany innego obiektu. Ograniczenie to nie ma żadnego uzasadnienia oraz sensu i wyklucza sporo ścian spełniających być może pozostałe kryteria. W Gdańsku w obszarze zwartej zabudowy ale nie tylko dużo budynków styka się z innymi budynkami. Przy takim zapisie możliwość usytuowania reklamy na elewacjach pozostaje jedynie iluzoryczna i teoretyczna.	Uwaga nieuwzględniona	W przypadku elewacji bez okien mamy do czynienia ze ścianą szczytową, która w tkance miejskiej wynika albo z zagwarantowania możliwości kontynuacji lub uzupełnienia zabudowy, albo wynika z przyczyn techniczno-budowlanych (np. bloki z wielkiej płyty), a nie kompozycyjnych. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto sytuowanie nośników w sąsiedztwie ściany z oknami spowodowałoby pogorszenie jakości krajobrazu z punktu widzenia użytkowników tych okien.	
216	Ogólna	Zapisy dotyczące warunków szczegółowych dla zamieszczania banerów reklamowych w ogóle nie uwzględniają rzeczowych i merytorycznych postulatów i uwag branży zgłaszanych na etapie konsultacji branżowych i niemal całkowicie eliminują z miasta również tę formę reklamy.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie odnosi się do konkretnego przepisu uchwały. Ponadto uchwała uwzględnia nośniki konsultowane z branżą – gdyby tak nie było to uchwała ograniczałaby się w głównej mierze do regulacji szyldów.	
217	Paragraf 9 ust. 1. pkt 1 lit. a - zakaz montowania dodatkowych elementów technicznych na tablicach i urządzeniach reklamowych	Zastosowany zapis uniemożliwia obsługę techniczną i jakąkolwiek możliwość wykorzystywania wielu urządzeń reklamowych w celach do jakich zostały wybudowane. Podesty powinny być dopuszczone jako elementy niezbędne w celu bezpieczeństwa i higieny pracy gdyż wyłącznie w tym celu powstały. Tym bardziej, że nie wpływają one zasadniczo na wygląd	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń reklamowych.	

		urządzenia reklamowego. Nie każde urządzenie reklamowe da się obsłużyć z podnośnika samochodowego. Poza tym jest to rozwiązanie o wiele droższe.		W wyniku uwzględnienia innej uwagi zmieniono ustalenia § 9 ust. 1 pkt 1 lit. a: a) montowania na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych elementów konstrukcyjnych w postaci podestów,	
218	Paragraf 9 ust. 1. pkt 1. lit. b - zakaz sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na obiektach i obszarach wpisanych indywidualnie do rejestru lub ewidencji zabytków.	Zapis nie przewiduje sytuacji dość częstej, kiedy urządzenie jest już zamieszczone na podstawie zezwolenia na obiekcie a obiekt lub obszar dopiero potem zostaje wpisany na listę zabytków. Obecny zapis będzie naruszał prawa nabyte, należy go zmodyfikować w taki sposób aby zakaz nie obowiązywał dla urządzeń i reklam zamieszczonych przed wpisaniem obiektu lub obszaru do ewidencji. Ponadto ogólny zapis o zakazie sytuowania reklam na obiektach lub obszarach wpisanych do rejestru lub ewidencji zabytków z uwagi na dużą liczbę obszarów i obiektów wpisanych na te listy w Gdańsku ogranicza drastycznie możliwość zamieszczania nośników reklam. Sytuowanie powinno być dopuszczone w przypadku uzyskania zgody właściwego organu w zakresie ochrony dla danego zabytku tj. wojewódzkiego lub miejskiego konserwatora zabytków. Taki zapis pozwoliłby na zdobywanie funduszy niezbędnych do utrzymania lub remontu zabytków.	Uwaga nieuwzględniona	Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Ponadto zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17, dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu. „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny”. W związku z powyższym uwagę uznaje się za niezasadną.	
219	Paragraf 20 - okresy przejściowe	Zapis nie uwzględnia rzeczywistego stanu prawnego oraz decyzji wydawanych przez	Uwaga nieuwzględniona	Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla	

		organ architektoniczno-budowlany w Gdańsku w latach poprzednich a także interpretacji stosowanych przez ten organ w latach wcześniejszych a dotyczących dużej części urządzeń reklamowych istniejących w Gdańsku. W okresach przejściowych należy wziąć pod uwagę i doprecyzować, iż reklamami legalnym są również takie, które powstały w oparciu o tzw. „umorzenie” zgłoszenia robót budowlanych, jego przyjęcie „milczące” lub na podstawie obowiązującej w latach 2005 - 2012 interpretacji Głównego Inspektoratu Nadzoru Budowlanego tj. takich które powstały na terenach prywatnych i nie są związane z gruntem nie wymagały żadnych zezwoleń. Ogólnie zastosowanie jakichkolwiek okresów przejściowych względem reklam usytuowanych przed wejściem w życie Uchwały na podstawie dotychczasowych przepisów stanowi naruszenie praw nabytych i jest sprzeczne z Konstytucją RP.		wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Ponadto, zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17, dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu. „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżące w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny”. W związku z powyższym uwagę uznaje się za niezasadną.	
--	--	--	--	---	--

Outdoor3miasto Sp. z o.o., reprezentowana przez Skalski & Rybak Radcy Prawni, ul. Paderewskiego 5 A/9, 83-110 Tczew, – z dn. 23.10.2017 r.:

220	§ 4 ust.1 pkt 4 Uchwały	Regulacja ekspozycji reklamy na zdefiniowanych w Uchwale „nośnikach projekcyjnych” jest bezprawna i wykracza poza delegację prawną Uchwały, ponieważ wskazana w definicji elewacja lub matowa witryna sklepową, jako ekran do rzutowania	Uwaga nieuwzględniona	Ekran projekcyjny może być tablicą reklamową albo urządzeniem reklamowym w rozumieniu art. 2 pkt 16 b i 16c u.p.z.p., jeśli jest przeznaczony lub służy ekspozycji reklamy, w związku z czym brak jest przeciwwskazań do uregulowania tej formy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.	
-----	-------------------------	--	-----------------------	--	--

		treści reklamowych wykracza poza ściśle wyznaczone definicje nośnika reklamy w ujęciu tzw. ustawy krajobrazowej.		Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe ustawowo rozumie się je jako przedmioty materialne przeznaczone lub służące ekspozycji reklamy. Zarówno ściana, jak i matowa szyba, na które rzucana jest projekcja reklamy w pełni zawierają się w definicji ustawowej.	
221	§ 4 ust.7 pkt 2 lit. b Uchwały	Sformułowania nieostre, takie jak np. ograniczenie widoczności elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności poprzez ich ukrycie w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych” Wprowadzenie takiego prawa daje zbyt duże możliwości interpretacyjne dla podmiotu egzekwującego postanowienia Uchwały.	Uwaga częściowo uwzględniona	Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym skoro są to części ww. elementów, to wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń i reklamowych. Określenie użyte we wskazanym postanowieniu uchwały, choć stanowi pojęcie nieostre, to jednak uwzględniając różnorodność sytuacji, jakie mogą zaistnieć, jest konieczne. Ponadto zmieniono § 7 ust. 1 pkt 2 lit. b Uchwały na następujące brzmienie: „ukrycie elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności poprzez zmniejszenie ich gabarytów oraz ich ukrycie w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych oraz nawiązujących do historycznego charakteru otoczenia, w szczególności elementów kutech, żeliwnych lub nitowanych.”	
222	§ 16 ust.5 pkt 5a Uchwały	Sformułowania takie jak dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, albo dopuszcza się sytuowanie na: słupach oświetleniowych nie niższych niż 7 m. Uchwała wchodzi w ten sposób w kolizję z innymi aktami normatywnymi, jak ustawa o drogach publicznych, wykraczając przy tym poza kompetencje wynikające z tzw. ustawy krajobrazowej.	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwaga uwzględniona w zakresie występowania kolizji z ustaleniami ustawy o drogach publicznych. W zakresie wysokości nie wchodzi w kolizję z ustawą o drogach publicznych	

223 .	§ 9 ust.1 Uchwały	Brak dopuszczalnych tolerancji przy dostosowywaniu reklam do postanowień Uchwały. Bezsporne jest, że przesuwanie nośnika np. o 10 cm, czy pomniejszanie go o np. 10 cm stanowi nadmierną uciążliwość dla firm przy jednoczesnym braku praktycznej korzyści dla uchwałodawcy.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa – wprowadzanie wyjątków od reguły skutkowałoby prawnie rozszerzeniem reguły.	
224 .	§ 9 ust. 1 pkt 2 lit. f) Uchwały	Problem oceny zgodności w okresie przejściowym zamierzenia z uchwałą w kontekście dopuszczalnych odległości pomiędzy nośnikami, gdzie zgłoszenie zakłada umieszczenie nośnika zgodnie z zasadami, lecz w mniejszej odległości niż 70 czy 100 m od nośnika, który tych warunków nie spełnia lecz został tam usytuowany uprzednio np. bez zgłoszenia.	Uwaga nieuwzględniona	Poruszone w uwadze kwestie uregulowane zostały w zasadach i warunkach dostosowania. Dla nowych nośników zasady przewidziane w uchwale krajobrazowej obowiązują od dnia jej wejścia w życie. Uchwała krajobrazowa przewiduje maksymalne terminy dostosowania tablic czy urządzeń reklamowych, a właściciele nieruchomości czy nośników reklam mogą podjąć działania dostosowujące wcześniej, w celu optymalnego i zgodnego z uchwałą krajobrazową wykorzystania nieruchomości na cele reklamowe.	
225 .	§ 11 ust.6 pkt 2b Uchwały	Stosowanie określeń w zakresie dostosowania flag plażowych: b) nakazuje się zastosowanie jednolitego koloru znaków w monochromacie, c) nakazuje się zastosowanie jednolitego tła w kolorze białym; jest zbyt daleko idącym ograniczeniem, wykraczającym poza delegację Ustawy.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ujednolicenie kolorystyki obiektów małej architektury w przestrzeni miasta jest jednym z głównych założeń projektu Uchwały. W tej kwestii wypowiedział się Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi w uzasadnieniu do wyroku z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 w sprawie tamtejszej uchwały krajobrazowej, uznając że kolorystyka jest istotnym elementem krajobrazu, którego narzędziem ochrony jest uchwała krajobrazowa.	
226 .	§ 18 ust.5 pkt 4a Uchwały	Dopuszczenie w strefie SP nośników typu B jedynie w formie podświetlonej, podczas gdy generalnie Uchwała dopuszcza, a nie nakazuje doświetlenie reklam, jest obostrzeniem zupełnie niezrozumiałym, sugerującym	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa – przepisy ogólne uchwały nie są wiążące jeżeli przepisy szczegółowe stanowią inaczej o czym pisze się na początku paragrafów z przepisami ogólnymi o treści: „o ile przepisy Uchwały nie stanowią inaczej”	

		niechlujne przygotowanie tekstu. W oczywisty sposób takie ograniczenie wykracza nie tylko poza delegację ustawy, jest wręcz sprzeczne z innymi postanowieniami tej Uchwały.			
227	-----	Nierówne traktowanie podmiotów gospodarczych. Podmioty silne finansowo mogłyby stosować totem cenowy, podczas gdy np. właściciele sklepów już nie, pomimo, że totem cenowy sklepu tak samo oddziaływałby na przestrzeń publiczną, jak totem stacji Lotos. W ten sam sposób potraktowano nośniki na słupach oświetleniowych (własność firmy Energa) oraz nośniki LED należące do miasta, na których prezentowane są również treści komercyjne.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Przyznanie stacjom paliw indywidualnego rozwiązania wynika z obowiązku prawnego. Zgodnie z §12 ust. 1 i 2 Rozporządzenia Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług: 1. Na stacjach benzynowych ceny paliw uwidacznia się w taki sposób, aby były one czytelne dla kierowców pojazdów zbliżających się do stacji, poruszających się po drogach publicznych.	
228	-----	Brak zapisów umożliwiających egzekwowanie przepisów Uchwały bez narażania osób fizycznych na roszczenia osób trzecich np. reklamodawców korzystających odpłatnie z nieruchomości zainteresowanego. Przykładowo po wejściu w życie Uchwały dopuszczony będzie 1 nośnik reklamy na jednej nieruchomości, kiedy to właściciel tej nieruchomości może być związany kilkoma umowami dot. korzystania z jego nieruchomości przez reklamodawców, co narazi go na odpowiedzialność odszkodowawczą jeżeli zastosuje się do postanowień projektowanej Uchwały.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa – brak delegacji ustawowej do uwzględnienia proponowanej uwagi w uchwale.	

DB LED Sp. z o.o., ul. Czesława 3/25, 71-504 Szczecin, reprezentowana przez Prezesa Zarządu Jakuba Bartoszewicza – z dn. 23.10.2017 r.:

229	Uwagi ogólne do całości projektu uchwały a w szczególności do: Rozdział 4, par. 9, ust. 1, pkt 1, lit. d o treści „Zakazuję się sytuowania ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres dłuższy niż pięć dni w miesiącu w obrębie	DB LED SP. Z O.O. z siedzibą w Szczecinie, jako właściciel urządzenia reklamowego (ekran świetlny LED), zlokalizowanego na ścianie budynku CINEMA CITY, przy ulicy Karmelickiej 1 w Gdańsku, wnosi następujące zastrzeżenia do projektu uchwały: ekran świetlny, będący własnością spółki jest zamontowany na ww. nieruchomości od 2008 roku, urządzenie (wraz z konstrukcją) zostało wykonane w oparciu o prawomocne	Uwaga częściowo uwzględniona	Zgodnie z uwagą wykreśla się z przepisów uchwały par. 9 ust. 1 pkt 1 lit. d mówiący o <i>sytuowaniu ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres dłuższy niż pięć dni w miesiącu w obrębie danej nieruchomości</i> . Ponadto z uwagi na brak możliwości regulowania w uchwale stopnia jaskrawości/intensywności światła dla wymienionych w uwadze nośników reklamowych, ten typ reklamy został wykluczony ze wszystkich obszarów w granicach Miasta, poza obszarem SI.	
-----	--	---	------------------------------	---	--

	danej nieruchomości”	pozwolenie budowlane w formie zgłoszenia robót budowlanych, niewymagających pozwolenia na budowę, przyjęte przez organ architektoniczno- budowlany. ekran świetlny (o powierzchni 40 m2) jest konstrukcją stałą, związaną trwale z budynkiem. Ze względu na charakter urządzenia i jego zamocowanie, nie ma możliwości czasowego jej demontażu i ponownego montażu bez ponoszenia ogromnych, niewspółmiernych kosztów. Proponowany zapis jest w opinii spółki nieprecyzyjny i budzi kontrowersje, która z poniższych interpretacji jest właściwa, w kontekście dalszej działalności należącego do spółki ekranu świetlnego: 1) uchwałodawca dopuszcza emisję materiałów przez 5 dni w miesiącu po czym nakazuje wyłączenie urządzenia (bez jego demontażu) 2) uchwałodawca dopuszcza emisję materiałów przez 5 dni w miesiącu po czym nakazuje demontaż urządzenia na pozostałe dni miesiąca. Wskazać należy, że obydwie przyjęte powyżej interpretacje będą rodziły dla spółki niekorzystne konsekwencje: AD 1 - dopuszczenie tylko i wyłącznie 5 dni emisyjnych w miesiącu, ze względu na charakter prowadzonej działalności (sprzedaż komercyjna czasu reklamowego) pozbawione będzie dalszego ekonomicznego sensu. Przewiduję się w takiej sytuacji brak zainteresowania ze strony reklamodawców, szczególnie stałych, prezentujących swoje reklamy w sposób ciągły. Również reklamodawcy tymczasowi, nie będą zainteresowani, ze względu na zmieniającą się dynamikę promowanych usług/wydarzeń oraz krótki okres ekspozycji (5 dni).		Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw. zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17 dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny”. Ponadto rezultatem uwzględniania uwag jest zmiana ustaleń dot. przepisów dostosowawczych, poprzez wydłużenie okresów na dostosowanie do ustaleń uchwały wszystkich tablic i urządzeń reklamowych do 24 miesięcy, niezależnie od posiadania lub nie pozwoleń na budowę, lub zgłoszeń budowlanych. Uznaje się, że zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy	
--	----------------------	--	--	---	--

	AD 2 – interpretacja, która wywołuje konieczność demontażu nośnika po wyczerpaniu 5 dni emisyjnych w miesiącu i ponowny montaż w kolejnym miesiącu w celu kontynuacji emisji jest absolutnie niewykonalna ze względów technicznych oraz nieuzasadniona ekonomicznie (czas potrzebny na demontaż i montaż stałej konstrukcji to 4-5 tygodni przy koszcie około 30-40 tysięcy złotych). W związku z powyższymi uwagami, spółka wnosi o wykreślenie przywołanego zapisu z uchwały lub jego modyfikację w taki sposób aby nie dotyczyła już istniejących (stałych, trwale związanych z obiektem) urządzeń reklamowych (ekranów świetlnych), w szczególności tych co do których uzyskano prawomocne pozwolenie budowlane. UZASADNIENIE: Na podkreślenie zasługują fakt, że montaż urządzeń reklamowych wielkoformatowych, a w szczególności ekranu świetlnego o znacznych wymiarach (jak w przypadku naszej spółki - 40 m²), wiązał się z olbrzymim nakładem pracy i środków (koszt wykonania urządzenia to ponad 350 tys. zł). Ponadto na budowę takiego urządzenia, składającego się z konstrukcji stalowej oraz paneli LED, spółka uzyskała stosowne pozwolenie budowlane, które zostało przyjęte przez właściwy organ architektoniczno-budowlany, a co za tym idzie, spółka w pełni korzysta w tej sytuacji z ochrony praw nabytych. W tej materii spółka podnosi wątpliwości natury zgodności tzw. ustawy krajobrazowej z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej. Ponadto wysoce wątpliwe moralnie, jest stawianie przedsiębiorców, angażujących swoje środki w skonstruowanie nośników reklamowych, poprzedzając to uzyskaniem stosownych pozwoleń budowlanych –		społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
--	---	--	--	--

		w sytuacji konieczności demontażu na własny koszt urządzenia i zakończenia działalności, bez jakiegokolwiek realnej możliwości jej kontynuacji w obecnej formie. Jednocześnie podmioty, które legalnie umieściły swoje urządzenia, zostały (poza przyznaniem dłuższego czasu na dostosowanie do nowych zapisów) zrównani z podmiotami, którzy na dzień dzisiejszy nie działają w oparciu o regulacje prawne. Nie ulegające wątpliwości jest to, że przyjęcie uchwały w proponowanym kształcie, spowoduje nieuchronną konieczność demontażu urządzenia przez spółkę, a co za tym idzie, zakończenie działalności a być może także jej upadłość. W związku z powyższym wnoszę o modyfikację projektu uchwały jak wyżej wskazano. Jednocześnie spółka nie wyklucza możliwości dochodzenia roszczeń odszkodowawczych w przypadku przyjęcia uchwały w proponowanym kształcie a także do podjęcia stosownych działań mających na celu niedopuszczenie do wejścia w życie zapisów uchwały.			
--	--	---	--	--	--

Ogólnopolska Izba Gospodarcza Reklamy Wielkoformatowej OIGRW z siedzibą w Warszawie, reprezentowana przez pełnomocnika adwokat Ewę Bawolek, Kancelaria Adwokacka
– z dn. 23.10.2017 r.:

230	Ogólna	Natomiast w ocenie Izby ogólne założenie uchwały aby co do zasady tablice reklamowe i urządzenia reklamowe istniejące w dniu wejścia w życie uchwały zostały dostosowane do jej zapisów narusza konstytucyjne zasady nie działania prawa wstecz i ochrony praw nabytych. Powyższe prowadzi również do zrównania sytuacji tych podmiotów – zarówno przedsiębiorców, jak i właścicieli nieruchomości-które umieszczały tablice i urządzenia reklamowe w pełni zgodnie	Uwaga nieuwzględniona	Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r., dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie	
-----	--------	---	-----------------------	---	--

		z obowiązującymi przepisami prawa (w tym po dokonaniu wymaganych zgłoszeń i uzyskaniu stosownych pozwoleń) z tymi, które dokonały tego z pominięciem wyżej wskazanych procedur, a więc nielegalnie. Zgodnie z obecnymi regulacjami prawnymi obie powyższe kategorie podmiotów będą na równi zobowiązane do dostosowania stanowiących ich własność tablic i urządzeń reklamowych do wymogów stawianych przez uchwały krajobrazowe. W przeważającej liczbie wypadków owo dostosowanie nie będzie mogło nastąpić w inny sposób, jak tylko przez usunięcie danej tablicy lub urządzenia reklamowego. (...)W pełni prawidłowym byłoby więc jedynie takie rozwiązanie zgodnie z którym zasady i warunki sytuowania tablic i urządzeń reklamowych określone w uchwale krajobrazowej odnosiły się będą do tablic i urządzeń sytuowanych po dniu wejścia w życie wspomnianej uchwały, bez ingerencji w zdarzenia oraz związane nimi konsekwencje prawne, które miały miejsce przed wejściem tego aktu prawa miejscowego w życie.		ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny.” (...) „Dostrzec też trzeba, iż art. 37a u.p.z.p. nie nakładał na organy obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urządzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, a tymi jakie funkcjonują nielegalnie”. Ponadto kwestia zgodności reklam z przepisami budowlanymi nie jest przedmiotem uchwały krajobrazowej, a wprowadzone rozróżnienie terminów, nie powoduje, że reklamy „nielegalne” będą dopuszczone jeszcze przez 12 miesięcy od dnia wejścia uchwały krajobrazowej w życie. Ocena ich legalności i związane z tym konsekwencje prawne leżą w kompetencjach organów nadzoru budowlanego	
231	§ 7 ust. 1 pkt 1 lit. a § 12 ust. 4, pkt 1 § 13 ust. 4, pkt 1 § 14 ust. 4, pkt 1 § 15 ust. 4, pkt 1 § 16 ust. 4, pkt 1 § 17 ust. 4, pkt 1 § 18 ust. 4, pkt 1	Powyższe zapisy – wprowadzając ogólny zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie banerów reklamowych i siatek reklamowych, dopuszczając umieszczanie w poszczególnych obszarach, na które podzielone zostało Miasto siatek na rusztowaniach budowlanych, przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie, jednocześnie wprowadzają daleko idące ograniczenia takiej możliwości – ekspozycja	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	

	takiej reklamy będzie mogła być prowadzona przez maksymalnie 12 miesięcy nie częściej, niż raz na 5 lat. Co więcej, możliwość prowadzenia reklamy na siatkach została ograniczona powierzchniowo w sposób zróżnicowany dla poszczególnych obszarów - w szczególności w zakresie obiektów zabytkowych, pozostała powierzchnia siatki powinna stanowić zaś odzwierciedlenie elewacji budynku. Izba zarzuca, że powyższe ograniczenia są zbyt restrykcyjne, wobec czego: wydłużeniu powinien ulec czas dopuszczalnej ekspozycji reklamy i kształtować się w przedziale od 18 do 24 miesięcy, znacznemu skróceniu (z 5 obecnych) lat powinien ulec okres pomiędzy poszczególnymi remontami, wymagane odzwierciedlenie elewacji budynku na obiektach zabytkowych nie powinno przekraczać 30% całkowitej powierzchni siatki, na pozostałej części siatki reklamowej powinna być możliwa ekspozycja reklamy, powinno zostać dopuszczone umieszczanie reklamy na powyższych zasadach nie tylko na rusztowaniach w trakcie remontu elewacji budynku ale również na dachach budynków, a także w przypadku budowy i przebudowy budynków. Uzasadnienie: Co do zasady za słuszne należy uznać rozwiązanie dopuszczające umieszczanie reklam na rusztowaniach budowlanych na czas wykonywania remontu na elewacjach. Warto podkreślić- co Izba czyniła wielokrotnie przy różnych okazjach- że umieszczanie reklam na remontowanych budynkach z jednej strony umożliwia pozyskiwanie przez właścicieli budynków dodatkowego źródła finansowania dokonywanych remontów, z drugiej - w dalszej perspektywie znacząco przyczynia się do			
--	--	--	--	--

	poprawy wyglądu wielu budynków na terenie Miasta. Przychód z reklamy jest bowiem w wielu przypadkach podstawowym źródłem finansowania remontu. W dalszej perspektywie przekłada się to natomiast na korzyść nie tylko właściciela budynku, ale także Miasta. Izba postuluje jednak aby uchwała dopuszczała umieszczanie takich reklam nie tylko – jak to obecnie zapisano w koncepcji - w związku z wykonywaniem robót budowlanych i konserwatorskich na elewacjach, ale również w czasie budowy i przebudowy budynków, jak również w czasie dokonywanie remontów na dachach. Nie tylko remont samej elewacji przyczynia się do poprawy wyglądu i stanu budynku, to samo należy również powiedzieć o remontach dachów. Właściciele przeprowadzający taki remont nie powinni więc zostać pozbawieni możliwości sfinansowania go z reklam umieszczonych na budynku. Jeśli zaś chodzi o reklamę na czas budowy, czy przebudowy budynków, zauważyć należy, że obiekty te zgodnie z obowiązującymi przepisami są i tak przesłonięte siatkami budowlanymi, często o nieestetycznym wyglądzie. W ocenie Izby bardziej zasadne jest, aby na cały czas budowy czy przebudowy takiego budynku, mogła się znajdować na nim profesjonalnie przygotowana i estetyczna siatka reklamowa, co w tym wypadku przyczyni się do poprawy wyglądu otoczenia. Obecnie w koncepcji uchwały wprowadzono maksymalny okres sytuowania reklamy w formie siatki na rusztowaniu na czas remontu na jedynie 12 miesięcy. W ocenie Izby zasadne jest wydłużenie tego okresu poprzez określenie go w wysokości mieszczącej w przedziale od 18 do 24 miesięcy. Zazwyczaj bowiem rzeczywisty			
--	---	--	--	--

	czas konieczny do zakończenia prac budowlanych przekracza 12 miesięcy. Wydłużenie tego okresu w dalszej perspektywie wpływałoby jednoznacznie pozytywnie na: stan techniczny budynków i co za tym idzie kwestie bezpieczeństwa, dbałości o mienie i estetykę krajobrazu. Jak wskazywano, bardzo często jedyną możliwością realizacji remontów jest pozyskanie dochodu z reklam. W związku z uregulowaniem w projekcie uchwały minimalnego okresu pomiędzy poszczególnymi remontami na czas których na warunkach określonych w uchwale może być sytuowana reklama w wymiarze 5 lat, Izba postuluje, aby okres został w sposób zasadniczy skrócony. Wprowadzanie bardzo długich przedziałów czasowych pomiędzy remontami- a za taki należy uznać okres 5 letni- z pewnością będzie negatywnie wpływało na podejmowanie decyzji przez właścicieli nieruchomości o przeprowadzeniu remontu. I w takiej sytuacji nie będą one przeprowadzane w odniesieniu do rzeczywistych potrzeb, a przeciwnie decyzje te będą odwlekane do momentu kiedy będzie możliwe pozyskanie środków na remont z wywieszanej na budynku reklamy. Nie można również pominąć, że wprowadzenie zbyt długich – wieloletnich okresów pomiędzy remontami w sposób dalece negatywny wpłynie na możliwość prowadzenia działalności przez przedsiębiorców z branży reklamy wielkoformatowej. Możliwość instalacji kolejnej reklamy na budynkach po upływie wielu lat od zakończenia ekspozycji poprzedniej sprawi, że działalność gospodarcza polegająca na umieszczaniu reklam wielkoformatowych będzie mogła mieć nie – co jest charakterystyczne dla działalności gospodarczej w ogóle- ciągły charakter,			
--	--	--	--	--

	a jedynie incydentalny, co z kolei równoznaczne będzie wręcz z pozbawieniem przedsiębiorców możliwości działania i poważnym zagrożeniem dla ich funkcjonowania. Spośród wszystkich rodzajów reklamy to właśnie reklama wielkoformatowa – dzięki temu, że stanowi źródło środków finansowych dla właścicieli nieruchomości- w stopniu największym wpływa pozytywnie na estetyczny wygląd Miasta, umożliwiając remonty elewacji i dachów budynków, w tym zabytkowych kamienic. Odnosząc się do określonego w koncepcji uchwały wymogu, aby powierzchnia reklamy na rusztowaniach nie przekraczała określonej procentowo powierzchni rusztowania, Izba stoi na stanowisku, że co do zasady słuszne jest rozwiązanie polegające na określeniu minimalnej wizualizacji elewacji budynku w przypadku umieszczenia na niej reklamy na obiektach zabytkowych. Jednakże jako zbyt restrykcyjne Izba ocenia wyżej wskazane obecne rozwiązania w projekcie, gdzie dla budynków zabytkowych reklama może zajmować jedynie 30% siatki. Zbytne ograniczenie powierzchni reklamy umieszczanej na czas remontu spowoduje, że znacznie mniejsze będą również korzyści z jej umieszczenia dla właściciela budynku, a więc również otrzyma on mniejsze środki z reklamy, które mogłyby zostać przeznaczone na remont budynku- co jest szczególnie istotne w przypadku budynków zabytkowych. Przy czym ustalenie tak małej powierzchni na siatce (30%), która będzie mogła być przeznaczona pod reklamę spowoduje, że reklamodawcy nie będą zainteresowani ekspozycją reklamy w tak ograniczonym wymiarze, co uczyni możliwość sytuowania takich nośników na obiektach zabytkowych jedynie iluzoryczną. Tym samym nie tylko przedsiębiorcy z branży			
--	---	--	--	--

		reklamowej zostaną pozbawieni możliwości prowadzenia działalności, ale również właściciele nieruchomości nie będą mogli uzyskać środków na remont. Natomiast z punktu widzenia Izby właściwym rozwiązaniem byłoby wprowadzenie w planowanej uchwale zapisu, że wizualizacja elewacji na rusztowaniu w czasie remontu obiektów zabytkowych wynosiłaby 30% powierzchni reklamy na niej umieszczonej. Powyższe rozwiązanie z jednej strony zapewniłoby odpowiednią wizualizację elewacji budynków zabytkowych - często o wysokich walorach estetycznych, z drugiej zaś nie ograniczało nadmiernie ekspozycji reklamy i tak już ograniczonej czasowo.			
232	Regulacje dotyczące reklam wielkoformatowych na budynkach	Obecne zapisy w projekcie wyłączają w praktyce możliwość sytuowania reklam wielkoformatowych na budynkach. Izba wnosi, aby umieszczanie reklam wielkoformatowych w formie siatek było dopuszczalne bez ograniczeń we wszystkich obszarach: -na ścianach szczytowych budynków, -na pustostanach, budynkach przeznaczonych do rozbiórki, halach produkcyjnych zakładów oraz budynkach których budowę została rozpoczęta, a następnie nie została ukończona. Uzasadnienie: W przypadku ścian szczytowych - pozbawionych okien, reklama na nich umieszczona nie powodują żadnych utrudnień dla mieszkańców budynku. Pozwala natomiast częstokroć na zakrycie nieestetycznej, zaniedbanej elewacji. Powyższe można również odnieść do kwestii lokalizacji reklam na pustostanach, budynkach przeznaczonych do rozbiórki, halach produkcyjnych zakładów oraz budynkach których budowę została rozpoczęta, a następnie nie została ukończona. Stan i wygląd tych budynków zazwyczaj wpływa w sposób dalece negatywny na	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	

		otoczenie, zaś w ocenie Izby ten negatywny wpływ można by skutecznie zniwelować poprzez umieszczenie reklamy na takim budynku i zakrycie szpecących otoczenie elementów. Zgodnie z obecnym projektem uchwały nie będzie się na takich obiektach znajdować reklama wielkoformatowa, co powoduje uzasadnione pytanie czy lepszym rozwiązaniem w kontekście estetyki otoczenia i ład przestrzennego jest aby obiekty takie pozostawały odsłonięte, czy też by przesłoniły go estetycznie przygotowane reklamy. Nie można pominąć, że dochód dla właściciela z ekspozycji reklamy w dalszej perspektywie również mógłby pozwolić w zależności od sytuacji np. na dokonanie rozbiórki budynku, czy też ukończenie jego budowy. Spośród wszystkich rodzajów reklamy to właśnie reklama wielkoformatowa – dzięki temu, że stanowi źródło środków finansowych dla właścicieli nieruchomości- w stopniu największym wpływa pozytywnie na estetyczny wygląd Miasta, umożliwiając remonty elewacji i dachów budynków, w tym zabytkowych kamienic.			
233	Regulacje dotycząc odległości reklamy od krawędzi jezdni §15 ust. 5 pkt 4, §16 ust. 5 pkt 4, § 17 ust. 5 pkt 4, § 18 ust. 5 pkt 4	Projekt uchwały przewiduje szereg ograniczeń dotyczących odległości od krawędzi jezdni wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (np. §15 ust. 5 pkt 4)). Jednocześnie dopuszczalne jest sytuowanie na powyższych zasadach wyłącznie reklamy podświetlonej. Należy zwrócić uwagę, że kwestie odległości reklam od krawędzi jezdni, w tym również szczegółowe regulacje dotyczące reklam emitujących światło znajdują się w ustawie z dnia 25 marca 1985 roku o drogach publicznych (dalej: u.d.p.), w związku z powyższym nie ma podstaw by takie zasady były regulowane w uchwale. Uzasadnienie: Artykuł 43 ust. 1 u.d.p. reguluje odległość	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ład i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. W wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi dot. tamtejszej uchwały krajobrazowej nie zakwestionowano ustaleń dotyczących	

		reklamy umieszczonej przy drogach od zewnętrznej krawędzi jezdni dla poszczególnych kategorii dróg publicznych. Natomiast art. 42a powołanej ustawy dotyczy zasad sytuowania widocznych z jezdni przez kierujących pojazdami reklam emitujących światło. Poprzez odwołanie do art. 43 ust. 1 u.d.p. dotyczy to również odległości reklam emitujących światło od krawędzi jezdni. Wobec powyższego wprowadzanie odrębnych zapisów w akcie prawnym na poziomie prawa miejscowego jest nieprawidłowe – stanowi bowiem wkroczenie w obszar zastrzeżony dla regulacji ustawowej i objęty już taką regulacją. Niezależnie od powyższego utrzymanie tych zapisów prowadziłoby do rozbieżności u adresatów uchwały co do tego, który akt prawny ma być stosowany w danej sytuacji i co do którego obowiązku mają się dostosować – czy zapisów uchwały, czy ustawowych.		podświetlenia, lecz efekty wizualne/holograficzne/audiowizualne/dźwiękowe /projekcje holograficzne. W związku z powyższym uznaje się, że regulacje Uchwały Krajobrazowej Gdańska nie przekraczają delegacji ustawowej. Inne sądy administracyjne nie odniosły się do tej kwestii.	
234	§ 20 projektu uchwały	Przewidziane w tym paragrafie terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie tablic i urządzeń reklamowych do zapisów uchwały powinny podlegać zasadniczemu wydłużeniu. Uzasadnienie: W projekcie uchwały krajobrazowej przewidziany został okres "przejściowy" na dostosowanie istniejących w dniu wejścia jej w życie urządzeń reklamowych do wynikających z zapisów uchwały wymogów w wymiarze 24 miesięcy dla tablic i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno- budowlany. Dla pozostałych reklam termin ten został ustalony na 12 miesięcy. Regulacje polegające na wprowadzaniu co do zasady takich okresów	Uwaga uwzględniona częściowo	Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r. , sygn. akt: II SA/Op 196/17,) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład	

	przejściowych jak wspomniano wcześniej budzą poważne kontrowersje w związku z koniecznością dostosowania do nowo wprowadzonych przepisów urzędzeń reklamowych umieszczonych zgodnie z uprzednio obowiązującymi przepisami, na podstawie wymaganych zezwoleń, czy też stosownych umów. Powyższe kwalifikowane może być jako godzące w zasadę ochrony praw nabytych, jak i zasadę niedziałania prawa wstecz. Co do zasady jako słuszne ocenić należy rozwiązanie zgodnie z którym wprowadzony został dłuższy okres na dostosowanie legalnych tablic i urzędzeń reklamowych. Tym niemniej zwrócić należy uwagę, że okres ten jedynie w niewielkim stopniu wykracza poza minimalny termin określony w ustawie krajobrazowej w wymiarze 12 miesięcy. Pozostaje to w jaskrawym kontraście do regulacji odnoszących się do dostosowania niektórych kategorii szyldów, gdzie terminy na dostosowanie zostały określone odpowiednio na 40 lat dla niektórych szyldów powstałych przed 1989 rokiem i 10 lat dla niektórych szyldów powstałych przed 2017 rokiem. Skoro więc w projekcie dopuszczalne są co do zasady dłuższe – a nawet wieloletnie okresy dostosowawcze, to nie ma żadnych przeszkód, by również okresy na dostosowanie tablic i urzędzeń reklamowych zostały w zasadniczy sposób wydłużone. Podtrzymując powyższe, jako alternatywne rozwiązanie, tj. aby niejako zminimalizować negatywne skutki wprowadzenia okresu przejściowego, w ocenie Izby powinien być on co najmniej w sposób znaczny wydłużony. Należy wskazać, że w branży reklamy wielkoformatowej częstokroć umowy podpisywane są ze znacznym wyprzedzeniem, są długoterminowe, przewidują często wysokie		przestrzenny.” (...) „Dostrzec też trzeba, iż art. 37a u.p.z.p. nie nakładał na organy obowiązku różnicowania sytuacji właścicieli i operatorów tablic i urzędzeń reklamowych, które zostały usytuowane legalnie, a tymi jakie funkcjonują nielegalnie.” Rezultatem częściowego uwzględniania uwag jest zmiana ustaleń dot. przepisów dostosowawczych, poprzez wydłużenie okresów na dostosowanie do ustaleń uchwały wszystkich tablic i urzędzeń reklamowych do 24 miesięcy, niezależnie od posiadania lub nie pozwoleń na budowę, lub zgłoszeń budowlanych. Uznaje się, że zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urzędzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
--	---	--	--	--

		kary umowne i odpowiedzialność za ich niewykonanie. Stąd wprowadzenie krótkich okresów dostosowawczych stanowiłoby zagrożenie dla funkcjonowania i płynności wielu podmiotów w branży, które z jednej strony nie mogłyby wywiązać się z podjętych zobowiązań, a z drugiej zobowiązane byłyby do ponoszenia dodatkowych kosztów dostosowania urządzeń w krótkim okresie. Stąd też długość okresu na dostosowanie się do nowych przepisów powinna być ustalona racjonalnie i uwzględniać również te czynniki. Izba postuluje więc, aby okres ten został wydłużony do 5 lat.			
235	§ 9 ust. 1 pkt 1 lit. d	Regulowanie w uchwale reklam w formie projekcji świetlnych wykracza poza upoważnienie ustawowe, gdyż dotyczy niematerialnych form reklamy, podczas gdy zgodnie z definicją ustawową tablice i urządzenia reklamowe to przedmioty materialne. Nadto nie jest zasadne ograniczenie możliwości sytuowania ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres nie dłuższy, niż pięć dni w miesiącu w obrębie danej nieruchomości. Uzasadnienie: Na podstawie art. 37a ust. 1 u.p.z.p. w uchwałach krajobrazowych mogą być zawarte regulacje dotyczące tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, którymi są zgodnie z definicjami zawartymi w art. 2 pkt 16b) i 16 c) u.p.z.p. jedynie przedmioty materialne. Tym samym definicje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych są węższe, niż definicja samej reklamy, zawarta w art. 2 ust. 16a) u.p.z.p., którą jest upowszechnianie w jakiegokolwiek formie informacji promujących osoby, przedsiębiorstwa, towary i usługi, przedsięwzięcia, czy ruchy społeczne. W szczególności reklama w formie projekcji	Uwaga częściowo uwzględniona	Zgodnie z uwagą wykreśla się z przepisów uchwały par. 9 ust. 1 pkt 1 lit. d mówiący o sytuowaniu ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres dłuższy niż pięć dni w miesiącu w obrębie danej nieruchomości. Ponadto z uwagi na brak możliwości regulowania w uchwale stopnia jasności/intensywności światła dla wymienionych w uchwale nośników reklamowych, ten typ reklamy został wykluczony ze wszystkich obszarów w granicach Miasta, poza obszarem SI. W wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi dot. tamtejszej uchwały krajobrazowej nie zakwestionowano ustaleń dotyczących podświetlenia, lecz efekty wizualne/holograficzne/audiowizualne/dźwiękowe /projekcje holograficzne. W związku z powyższym uznaje się, że regulacje Uchwały Krajobrazowej Gdańska nie przekraczają delegacji ustawowej.	

		światłej- a zwłaszcza dokonywanej w przestrzeni powietrznej nie należy do kategorii tablic i urządzeń reklamowych, a co za tym idzie wyłączona jest możliwość jej regulowania w uchwale krajobrazowej. Ponadto Izba kwestionuje zapis ograniczający możliwość możliwości sytuowania ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres nie dłuższy, niż pięć dni w miesiącu w obrębie danej nieruchomości. Niezależnie od tego, że termin ten jest bardzo krótki- uchwała nie wprowadza żadnego mechanizmu, który mógłby umożliwić weryfikację okresu, na jaki dany ekran świetlny lub projekcyjny byłby umieszczony na nieruchomości, co może prowadzić do kontrowersji na etapie stosowania uchwały.			
236	Używanie określeń nieprecyzyjnych i niejednoznacznych § 4 ust. 1 pkt 1, § 4 ust. 1 pkt 11 § 7 ust. 1 pkt 2 lit. c, § 9 ust. 1 pkt 2 lit. a	W wyłożonym projekcie uchwały wielokrotnie używane są pojęcia nieprecyzyjne, stwarzające możliwość rozbieżnych interpretacji, w szczególności: § 4 ust. 1 pkt 1): „zazwyczaj nieaźurowe”, § 4 ust. 1 pkt 11): „zazwyczaj podświetlane”, § 7 ust. 1 pkt 2) lit. c): „oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia”, § 9 ust. 1 pkt 2) lit. a): „bez pozostawiania zbędnego dystansu”, Uzasadnienie: Nie ulega wątpliwości, że w akcie prawa miejscowego powinno unikać się stosowania określeń nieprecyzyjnych, wieloznacznych oraz stwarzających możliwość dowolnych interpretacji, a tym samym takich, które mogą być przedmiotem kontrowersji na etapie stosowania uchwały. Akt prawa miejscowego powinien być sformułowany na tyle precyzyjnie, aby wykluczyć możliwości dokonywania jego subiektywnych interpretacji i tym samym dokonywania odrębnych kwalifikacji prawnych takich samych stanów faktycznych.	Uwaga uwzględniona częściowo	Zmieniono następujące ustalenia: - materiały szlachetne – tradycyjne materiały budowlane przeznaczone do zewnętrznego wykończenia obiektu budowlanego, w szczególności: cegła ceramiczna, kamień naturalny, drewno, metal, tynki strukturalne, klinkier, szkło przeszkleń; - „stosowanie przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia o stałej intensywności i barwie;” Pozostałe określenia nie wpływają na rozumienie przepisu a jedynie go doprecyzowują w celu lepszego zrozumienia intencji uchwałodawcy.	

Jet Line Sp. z o.o., reprezentowana przez członka Zarządu Spółki Marcina Maszewskiego – z dn. 6.10.2017 r. (data wpływu: 16.10.2017 r.):

237	Definicje Ekran projekcyjny	definicja jest przekroczeniem upoważnienia ustawowego. Ekran nie jest tablicą czy urządzeniem reklamowym, a światło nie jest przedmiotem materialnym, wobec którego można mówić o sytuowaniu.	Uwaga nieuwzględniona	Ekran projekcyjny może być tablicą reklamową albo urządzeniem reklamowym w rozumieniu art. 2 pkt 16 b i 16c u.p.z.p., jeśli są przeznaczone lub służą ekspozycji reklamy, w związku z czym brak jest przeciwwskazań do uregulowania tej formy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe ustawowo rozumie się je jako przedmioty materialne przeznaczone lub służące ekspozycji reklamy. Zarówno ściana, jak i matowa szyba, na które rzucana jest projekcja reklamy w pełni zawierają się w definicji ustawowej.	
238	Definicje Reklama typu C	celem reklamy jest dotarcie do jak największej liczby odbiorców. Aby osiągnąć ten cel, nośnik reklamowy musi być widoczny. Jednym z parametrów, który o tym decyduje jest format reklamy, który powinien być dostosowany do możliwości zapoznania się z przekazem reklamowym. Jako górną granicę proponuję przyjąć dla tego formatu wielkość 50m2.	Uwaga nieuwzględniona	Jak słusznie wskazano w uwadze wielkość reklamy jest tylko jednym z parametrów wpływającym na jej odbiór. Istnieją inne parametry decydujące o widoczności reklamy, np. jej bliskość w stosunku do odbiorcy. Celem uchwały krajobrazowej jest m.in. ograniczenie nadmiernego przeskalowywania nośników. Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
239	Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe Nierówne traktowanie podmiotów	Uchwała w sposób nieuprawniony wprowadza różnicowanie podmiotów, mimo że zgodnie z ustawą nie ma znaczenia, kto jest właścicielem szyldu czy tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, ważna jest regulacja w zakresie ilości i estetycznego wyglądu tych urządzeń. Dlatego wnioskuję o usunięcie z zapisów uchwały wszelkich zapisów, które wyłączają z zapisów uchwały reklamową działalność miasta np. w ramach SIL Z punktu widzenia etyki nie jest również dopuszczalne twierdzenie, że reklama wyborcza nie jest reklamą.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Przepisy dotyczące tablic reklamowych SIL w żaden sposób nie wprowadzają różnicowania podmiotów.	
240	Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe Ograniczenia techniczne dotyczące grubości dużej	- są przejawem braku podstawowej wiedzy z dziedziny ekonomii - miasto rozwija się dzięki przedsiębiorcom, więc ograniczanie możliwości komunikacji przedsiębiorcy	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	

	części szyldów do 3 cm	z mieszkańcem jest równoznaczne ze zmniejszeniem wpływów do budżetu miasta lub przejawem braku wiedzy technicznej - wykonanie tak cienkiego szyldu jest możliwe, ale wymaga stosowania drogich technologii (zbędnych w tym przypadku). Dlatego wnoszę o zniesienie takiego ograniczenia.		Projekt uchwały, mimo zasad i warunków sytuowania tablic i urządzeń reklamowych, daje nieograniczone możliwości twórcze, m.in. przy wykonywaniu szyldów.	
241	Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe Ograniczenia techniczne dotyczące konstrukcji nośnych tablic i urządzeń reklamowych	-są przekroczeniem upoważnienia ustawowego. Ustawodawca nie dopuszcza ingerencji w elementy konstrukcyjne tablic oraz elementy związane z bezpieczeństwem, takie jak np. pomosty BHP.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Ustawodawca definiując tablicę reklamową i urządzenie reklamowe uwzględnił ich elementy konstrukcyjne i mocowania.	
242	Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe Odległości pomiędzy tablicami i urządzeniami reklamowymi oraz ich wysokości	Proponowane rozwiązania w praktyce uniemożliwiają właściwe pod względem skuteczności ustawienie konstrukcji reklamowej, podstawowym kryterium powinna pozostać widoczność reklamy (oczywiście ograniczając liczbę reklam), dlatego wnoszę o uchylenie tych zapisów.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Określenie widoczności nie wprowadza normy prawnej. Ponadto ustawodawca nie przewidział ustalania liczby reklam innych niż szyld, w związku z czym oczywistym jest posługiwanie się pozostałymi zasadami i warunkami sytuowania dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.	
243	Przepisy końcowe Czas dostosowania	Wskazane terminy dostosowania są zbyt krótkie i stanowią ingerencję w prawa nabyte i interesy w toku, a także konstytucyjnie chronione prawa majątkowe przedsiębiorców i właścicieli nieruchomości. Terminem właściwym dla dostosowania jest okres 5 lat;	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwaga nie może zostać w pełni uwzględniona. Realizacja postulatu znacznie odroczyłaby realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Wydłużono okres dostosowawczy ujednolicając go do 24 miesięcy dla wszystkich nośników reklamy.	
244	Nie dotyczy uchwały Prawa nabyte	- muszą być bezwzględnie przestrzegane. Niezgodne z Konstytucją RP są działania zmuszające właściciela konstrukcji do jej demontażu w przypadku, gdy wcześniej urząd wydał prawomocne pozwolenie na budowę lub potwierdził przyjęcie zgłoszenia.	Uwaga nieuwzględniona	Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw. zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia	

				5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17 dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny”.	
--	--	--	--	---	--

ABZ Media, Artur Bogoryja-Zakrzewski, ul. Zielony Stok 31/4 80-125 Gdańsk – z dn. 20.10.2017 r. (data wpływu: 23.10.2017 r.):

245	Dotyczy § 3 ust. 1 i 2 (całe teksty wskazanych postanowień Uchwały) oraz Załącznika nr 1 do Uchwały (cały tekst Załącznika) i Załącznika nr 2 (mapa).	Wskazane postanowienia Uchwały, Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 w sposób nieuzasadniony: ustanawiają dla tych samych dzielnic Miasta różne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych poprzez objęcie poszczególnych fragmentów tych dzielnic granicami różnych obszarów określonych Uchwałą; Uchwała podzieliła dzielnice w ramach ich granic administracyjnych i objęła je regulacjami dotyczącymi różnych obszarów np. dzielnica Żabianka-Wejhera- Jelitkowo-Tysiąclecia objęta została aż trzema obszarami: Obszarem SI, Obszarem S2, natomiast jedna z działek znajdujących się we wskazanej dzielnicy - Obszarem SI. Uchwała wprowadziła w ten sposób różne dla każdego z trzech wskazanych fragmentów w/w dzielnicy Gdańska zasady sytuowania tablic	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Podział miasta na obszary dokonany został z uwzględnieniem ich walorów krajobrazowych. Zgodnie z art. 1 ust. 2 u.p.z.p. w planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym uwzględnia się zwłaszcza: walory architektoniczne i krajobrazowe, wymagania ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej. Wprowadzając w uchwale krajobrazowej odmienne zasady dla zabytków i obiektów historycznych kierowano się tymi wytycznymi. W ramach obszarów poszczególnych dzielnic Gminy znajdują się tereny o zróżnicowanym charakterze, w związku z czym w niektórych przypadkach objęcie całej dzielnicy jednym obszarem nie jest celowe z uwagi na ich zróżnicowany charakter. W tych przypadkach niezbędne było zaliczenie części dzielnic do kilku obszarów, dla których przewidziano inne zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych.	
-----	---	--	-----------------------	---	--

	reklamowych i urządzeń reklamowych. Podobny podział dotyczy innych dzielnic Miasta np. Wrzeszcza Górnego i Wrzeszcza Dolnego (Obszar SI - Załącznik nr 1 pkt 2 ppkt 4 lit. d) i Obszar S2 - Załącznik nr 1 pkt 2 ppkt 3 lit. h). Zróżnicowanie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w ramach granic administracyjnych jednej dzielnicy spowoduje skutek odwrotny od celu Uchwały, jakim jest zrównoważenie krajobrazu Miasta. W ramach jednej dzielnicy powstaną różne jakościowo, wielkościowo i rodzajowo tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, co w konsekwencji spowoduje chaos oraz bałagan wizualny, estetyczny i architektoniczny. Istnieje również ryzyko, że ta sama nieruchomość w obszarze jednej dzielnicy zostanie objęta różnymi zasadami i warunkami sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. W konsekwencji Uchwała w sposób nieuzasadniony zróżnicuje sytuację jednego podmiotu (właściciela nieruchomości) lub kilku różnych podmiotów (przedsiębiorcy posiadający tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe na tej samej nieruchomości). Uchwała może zatem naruszyć zasadę równego traktowania obywateli, mieszkańców i przedsiębiorców w granicach danego obszaru. Ponadto w § 3 ust. 2 pkt 4 Uchwały wskazano, że w obszarze SI (obejmującym część dzielnicy Żabianka) zawierają się historyczne układy urbanistyczne nie wpisane do rejestru jako obszary, tereny z nimi sąsiadujące oraz inne obszary cenne krajobrazowo. Tymczasem wskazany szczegółowo w Załączniku nr 1 Obszar S1 nie posiada wskazanych w w/w postanowieniu Uchwały walorów. Zrozumiałym jest wyznaczenie odrębnych zasad na terenach obejmujących			
--	--	--	--	--

		obiekty zabytkowe np. Główne Miasto. Tymczasem teren wskazanej dzielnicy Żabianka nie znajduje się w strefie objętej ochroną zabytków, nie ma walorów krajobrazowych, a stanowiąc jednolity okrąg administracyjny miasta powinien być traktowany w sposób całościowy. Wprowadzając zróżnicowane zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych dla innych obszarów niż zabytkowe Rada Miasta przekroczyła swoje kompetencje ustalone art. 37a ust. 6 Ustawy z dnia 27 marca 20013 r. - o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. nr 80, poz. 717, ze zm.; zwanej dalej „Ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym”).			
246	Dotyczy § 3 ust. 1 i 2 (całe teksty wskazanych postanowień Uchwały) oraz Załącznika nr 1 do Uchwały (cały tekst Załącznika) i Załącznika nr 2 (mapa).	Wskazane postanowienia Uchwały, Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 w sposób nieuzasadniony: wprowadzają mniej rygorystyczne warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na należących do Miasta obiektach sportowo-widowiskowych: areny na granicy Gdańska i Sopotu (Ergo Arena), Hali Olivii, stadionie na Letnicy. Postanowieniem § 3 ust. 2 pkt 6 Uchwała wprowadziła obszar SI obejmujący należące do Miasta obiekty sportowo-widowiskowe: arenę na granicy Gdańska i Sopotu (Ergo Arena), Halę Oliwię, stadion na Letnicy, ustanawiając dla niego w szczegółowych warunkach (Dział I) mniej rygorystyczne zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych np. zezwalając na sytuowanie ekranu świetlnego o wymiarach 13mx10m (§ 16 pkt 4 ppkt 6 Uchwały). Na pozostałych obszarach takie rozwiązanie nie jest dopuszczalne. Poprzez w/w wydzielenie i wprowadzenie odmiennych - mniej obostrzonych warunków dla sytuowania tablic i urządzeń reklamowych Miasto przyznało sobie przywileje niedostępne dla	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa Obszar oznaczony symbolem SI, w porównaniu z innymi obszarami na terenie Miasta, obsługuje imprezy masowe, a więc służy proporcjonalnie większej liczbie mieszkańców oraz charakteryzuje się naturą rozrywkową, stąd jego wydzielenie jest oczywiste. Sytuowanie na tym obszarze ekranów świetlnych jest spójne z charakterem obszaru tak długo, jak nie narusza to w sposób przeważający interesu ochrony krajobrazu na obszarach sąsiednich. Tymczasem uchwała może zawierać ustalenia dotyczące wymiarów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych. W związku z powyższym uwzględniono ekrany świetlne o wymiarach wynoszących nie więcej niż 13 m na 10 m.	

	pozostałych podmiotów. Tym samym Rada Miasta naruszyła zasadę równego traktowania w ramach danego obszaru. Podsumowując powyższe uwagi do pkt a) – c) wskazuję, że dokonany Uchwałą podział Gdańska aż na 8 obszarów, ustalenie dla tej samej dzielnicy zróżnicowanych warunków i zasad sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz wprowadzenie nieuzasadnionych przywilejów dla Miasta w zakresie sytuowania reklam na należących do Gdańska obiektach sportowych, narusza przyznane Radzie Miasta uprawnienia ustawowe, o których mowa w art. 37a ust. 6 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Wskazany przepis Ustawy pozwala wprowadzić radzie gminy na odmiennie uregulowania dla różnych obszarów gminy. Jednak uchwała podjęta przez radę powinna spełniać cel tej Ustawy, jakim jest wprowadzenie nowych rozwiązań powstrzymujących degradację krajobrazu oraz porządkujących stanowiącą dobro wspólne przestrzeń publiczną. Jak wyjaśniono powyżej Uchwała tych warunków nie spełnia. Co więcej wprowadza rozwiązania sprzeczne z tym celem, a więc i z art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Zgodnie z art. 91 ust. 1 Ustawy z dnia 8 marca 1990 r. - o samorządzie gminnym (Dz. U. Nr 16, poz. 95, ze zm.; zwanej dalej „Ustawą o samorządzie gminnym”), uchwała organu gminy sprzeczna z prawem jest nieważna. Uchwała krajobrazowa w kształcie proponowanym nie powinna zatem pozostać w miejscowym porządku prawnym. W związku z powyższym proponuję, aby dokonać podziału Miasta w granicach dozwolonych prawem na: - obszary zabytkowe objęte ustawą o ochronie			
--	--	--	--	--

		zabytków, - ciągi komunikacyjne, - obszary pozostałe.			
247	Dotyczy postanowienia § 4 ust. 2 pkt 4 i 5 Uchwały (cały tekst postanowień).	Podobnie jak powyżej w uwagach do pkt 3 niniejszego pisma wskazuję, że zasady umieszczania obiektów budowlanych oraz niebędących obiektami budowlanymi reklam zostały już określone w art. 43 ust. 1 Ustawy o drogach publicznych. Wskazane w § 4 ust. 2 pkt 4 i 5 Uchwały kwestie odpowiednio regulujące odległość pomiędzy reklamami przy drodze (czyli odległość reklam od drogi) oraz zasady liczenia odległości od skrzyżowania nie mogą być zatem regulowane Uchwałą. Rada Miasta nie ma kompetencji aby ustanawiać kwestie prawne, które są już uregulowane dostatecznie w polskim porządku prawnym. Również jak w pkt 3 wskazuję, że Uchwała narusza przepisy kompetencyjne rad gmin określone art. 37a ust. 1 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Wszelkie postanowienia Uchwały wykraczające poza kompetencje rad gmin wskazane w w/w Ustawie, stanowią istotne naruszenie prawa, co w konsekwencji oznacza nieważność Uchwały zgodnie z art. 91 ust. 1 Ustawy o samorządzie gminnym.	Uwaga nieuwzględniona	Powołane przepisy uchwały krajobrazowej nie regulują w tym fragmencie odległości od jezdni. § 4 ust. 2 pkt 45 będzie miał zastosowanie w przypadku reklam umieszczonych po obu stronach drogi. W postanowieniu tym wskazano, że w takim przypadku istotne są odległości pomiędzy poszczególnymi rodzajami reklam po 1 stronie drogi, a umieszczenie reklamy po drugiej strony ulicy nie będzie uwzględnianie przy określaniu wymogów dotyczących zachowania odległości od poszczególnych rodzajów reklam, §4 ust. 2 pkt 5 nie koliduje z postanowieniami ustawy o drogach publicznych.	
248	Dotyczy postanowienia § 4 ust. 1 pkt 19 Uchwały - wskazanej tam definicji wyrażenia „pole ochronne”.	We wskazanym postanowieniu zawarta jest definicja „pola ochronnego”, przez które należy rozumieć „puste prostokątne pole (...), proporcjonalne do wielkości tablicy reklamowej (...)”. Poprzez użyte słowo „proporcjonalnie” definicja ustala gabaryty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Nie wskazano jednak, jakie dokładnie proporcje powinna zachować tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, aby te gabaryty zostały spełnione. W konsekwencji oznacza to dowolność decyzji umieszczającego	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Ustalenia dotyczące wielkości pola ochronnego dla konkretnych przypadków znajdują się w dalszych przepisach uchwały, dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.	

		tablicę lub urządzenie reklamowe w zależności od płaszczyzny ich usytuowania, znajdujących się otworów okiennych, detali architektonicznych itp. We wskazanym zakresie Uchwała nie zawiera jasnych i czytelnych nakazów, dopuszczeń i ograniczeń, zatem nie spełnia wymogów Rozporządzenia w sprawie zasad techniki prawodawczej. Ponadto powyższe niedookreślone wskazanie oznacza faktyczne różnicowanie sytuacji podmiotów umieszczających tablice lub urządzenia reklamowe na jednej nieruchomości, co powoduje naruszenie zasady równości obywateli wobec prawa i równego traktowania w granicach danego obszaru.			
249	Dotyczy postanowienia § 4 ust. 1 pkt 24 Uchwały (cały tekst postanowienia) w zw. z § 11 pkt 4 ppkt 1, § 12 pkt 4 ppkt 5, § 13 pkt 4 ppkt 7, § 14 pkt 4 ppkt 7, § 15 pkt 4 ppkt 8, § 16 pkt 4 ppkt 9, § 17 pkt 4 ppkt 8 oraz § 18 pkt 4 ppkt 8 Uchwały (całe teksty wskazanych postanowień).	W postanowieniu § 4 ust. 1 pkt 24 Uchwały zawarto definicję „reklamy okolicznościowej”, przez którą należy rozumieć reklamę wydarzeń: kulturalnych, sportowych, społecznych, religijnych, szkolnych, odbywających się na obszarze Miasta. Reklama okolicznościowa odnosi się zatem do wydarzeń organizowanych lub sponsorowanych przez Miasto. Postanowienia Uchwały zawarte w Dziale II, regulujące szczegółowo zasady i warunki sytuowania reklam okolicznościowych nie wprowadzają zróżnicowanych warunków i zasad dla poszczególnych obszarów Miasta. Uchwała wprowadza zatem jednolite warunki sytuowania i formy reklamy okolicznościowej dla wszystkich obszarów Gdańska, z jednym wyjątkiem: dla obszarów SZ oraz SO Uchwała pozwala na sytuowanie reklam okolicznościowych wyłącznie dla wydarzeń okolicznościowych odbywających się w granicach obszaru, w pozostałych obszarach reklama okolicznościowa może być sytuowana dla wszystkich wydarzeń okolicznościowych. Uchwała nie różnicuje zatem warunków	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa – z definicji określenia „reklama okolicznościowa” nie wynika, że odnosi się ona wyłącznie do „wydarzeń organizowanych lub sponsorowanych przez Miasto”; ponadto, nie ma podstaw aby sądzić, że „Miasto będzie uprzywilejowane w dostępie do „miejsca” reklamowego przed innymi podmiotami”. Warunki dla reklamy okolicznościowej są jednakowe dla wszystkich podmiotów.	

	i zasad sytuowania reklam odnoszących się bezpośrednio do wydarzeń promujących Miasto. Podczas, gdy warunki i zasady sytuowania oraz gabaryty i standardy reklam komercyjnych reklamujących określone produkty czy też inne wydarzenia komercyjne zostały w Uchwale zróżnicowane w zależności od obszaru. Uchwała nie wprowadza jakichkolwiek ograniczeń np. ilościowych w sytuowaniu reklam okolicznościowych na terenie Starego Miasta. W konsekwencji zarówno obszary zabytkowe, jak i obszary Miasta nieposiadające takich walorów mogą tak samo zostać „załane” reklamami wydarzeń miejskich. Takie rozwiązanie różnicuje zatem sytuację Miasta i innych podmiotów będących właścicielami urządzeń reklamowych, uprzywilejowując w tym zakresie Miasto. Nie ma tutaj znaczenia rodzaj wydarzeń, które mają być promowane reklamami okolicznościowymi ponieważ celem uchwały krajobrazowej nie powinno być ograniczenie wyłącznie reklam komercyjnych, a ogólnie „uporządkowanie” krajobrazu miejskiego pod kątem tablic i urządzeń reklamowych. Zatem bez względu, czy jest to reklama komercyjna, czy też nie, zasady sytuowania i warunki tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powinny być takie same dla wszystkich reklam bez względu jaki produkt, czy wydarzenie reklamują, lub też kto jest reklamodawcą, albo właścicielem lub posiadaczem nośnika reklamowego. Nie zmienia powyższego wyjątek dopuszczający umieszczanie na obszarach SZ oraz SO reklam okolicznościowych wyłącznie dla wydarzeń okolicznościowych odbywających się w granicach obszaru. Nadal bowiem Miasto będzie uprzywilejowane w dostępie do „miejsca” reklamowego przed			
--	---	--	--	--

		innymi podmiotami. Powyższe oznacza nieuzasadnione zróżnicowanie sytuacji podmiotów, stanowiące istotne naruszenie, o którym mowa w art. 91 ust. 1 Ustawy o samorządzie gminnym.			
250	Dotyczy postanowienia § 13 pkt 6 pkt 2 Uchwały - w zakresie w jakim postanowienie to umożliwia sytuowanie powłok pneumatycznych oraz innych przestrzennych urządzeń reklamowych wyłącznie na terenach publicznych.	Zgodnie z definicją „terenu publicznego”, jest to przestrzeń ogólnodostępna np. drogi, parkingi itp. Postanowienie § 13 pkt 6 ppkt 2 Uchwały wprowadza niezrozumiałe ograniczenie możliwości sytuowania wskazanych tam powłok pneumatycznych oraz innych przestrzennych urządzeń reklamowych do jednego rodzaju terenu. Tymczasem celem uchwały krajobrazowej jest ochrona krajobrazu Miasta, a nie uznaniowe ograniczanie swobody reklamy. Ponadto w postanowieniu użyto wyrażenia „przestrzennych urządzeń reklamowych” którego definicji nie ma w słowniczku zawartym w § 4 Uchwały. Uchwała, jako akt prawa miejscowego, powinna w sposób jasny określać zasady i warunki gabarytów i standardów jakościowych urządzeń reklamowych. Wskazane postanowienie tego warunku nie spełnia, pozwalając na dowolną interpretację użytego w nim wyrażenia przez organ stosujący Uchwałę. Powyższe oznacza, że Uchwała nie spełnia podstawowego warunku, jakim jest zgodność z ustanowionymi Rozporządzeniem zasadami sztuki prawodawczej. Uchwała niespełniająca warunków ustalonych wskazanym Rozporządzeniem nie może pozostać w miejscowym porządku prawnym	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia uwagi w uchwale usunięto przepis dotyczący określenia definicji „teren publiczny”. Tym samym wykreślono ustalenie dot. możliwości sytuowania tej formy reklamy wyłącznie na terenach publicznych. Kwestie zgodności ustaleń uchwały z delegacją ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym a także Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów sprawie Zasad techniki prawodawczej oceniać będzie organ nadzoru jakim w tym wypadku jest Wojewoda Pomorski.	
251	Dotyczy Uzasadnienia Uchwały	Wnoszący uwagi zdaje sobie sprawę, że Uzasadnienie nie stanowi treści Uchwały. Jednakże w Uzasadnieniu Uchwały znajduje się stwierdzenie, które jest istotne z punktu widzenia zasad techniki prawodawczej.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uwaga nie dotyczy ustaleń projektu uchwały krajobrazowej.	

		Zgodnie z § 1 pkt 4 Rozporządzenia w sprawie zasad techniki prawodawczej podjęcie decyzji o przygotowaniu projektu uchwały poprzedza się w szczególności określeniem przewidywanych skutków społecznych, gospodarczych, organizacyjnych, prawnych i finansowych każdego z rozważanych rozwiązań. W Uzasadnieniu Uchwały wskazano, że „w toku prac nad projektem Uchwały ważono interes publiczny i interesy prywatne, w tym zgłaszane w postaci wniosków i uwag (...)”. Zdaniem piszącego nie został rozpoznany w sposób należyty aspekt ekonomiczny i konsekwencje finansowe podjęcia Uchwały dla budżetu Miasta. Należy przypomnieć, że gros tablic i urządzeń reklamowych znajduje się na terenach należących do Gminy Miasta Gdańsk. Uchwała spowoduje niewątpliwie niekorzystne skutki finansowe dla Gminy, a Miasto nie przedstawiło dokładnej analizy jakie przychody roczne osiągało dotychczas z tytułu reklam, w tym z tytułu opłat za zajęcia pasa, dzierżawę gruntu lub wynajem ścian. Ponadto powinno wskazać koszt usunięcia reklam z Miasta. Warunki i zasady wprowadzone Uchwałą spowodują ograniczenia działalności firm zajmujących się reklamą, właścicieli tablic i urządzeń reklamowych, a także negatywne skutki finansowe w postaci konieczności dostosowania tych tablic i urządzeń do warunków określonych Uchwałą. Powyższe oznacza ogólnie niekorzystne skutki społeczne w postaci zmniejszenia przychodów Miasta, spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych, ale również zwolnienia pracowników z branży reklamowej, a więc ogólnie negatywne koszty społeczne.			
--	--	--	--	--	--

Reklama Pomorska Sp. z o.o., reprezentowana przez Prezesa Zarządu Artura Bogoryja-Zakrzewskiego – z dn. 20.10.2017 r. (data wpływu 23.10.2017 r.):

252	Dotyczy § 3 ust. 1 i 2 (całe teksty wskazanych postanowień Uchwały) oraz Załącznika nr 1 do Uchwały (cały tekst Załącznika) i Załącznika nr 2 (mapa).	Wskazane postanowienia Uchwały, Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 w sposób nieuzasadniony: ustanawiają dla tych samych dzielnic Miasta różne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych poprzez objęcie poszczególnych fragmentów tych dzielnic granicami różnych obszarów określonych Uchwałą; Uchwała podzieliła dzielnice w ramach ich granic administracyjnych i objęła je regulacjami dotyczącymi różnych obszarów np. dzielnica Żabianka-Wejhery- Jelitkowo-Tysiąclecia objęta została aż trzema obszarami: Obszarem SI, Obszarem S2, natomiast jedna z działek znajdujących się we wskazanej dzielnicy - Obszarem SI. Uchwała wprowadziła w ten sposób różne dla każdego z trzech wskazanych fragmentów w/w dzielnicy Gdańska zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Podobny podział dotyczy innych dzielnic Miasta np. Wrzeszcza Górnego i Wrzeszcza Dolnego (Obszar SI - Załącznik nr 1 pkt 2 ppkt 4 lit. d) i Obszar S2 - Załącznik nr 1 pkt 2 ppkt 3 lit. h). Zróznicowanie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w ramach granic administracyjnych jednej dzielnicy spowoduje skutek odwrotny od celu Uchwały, jakim jest zrównoważenie krajobrazu Miasta. W ramach jednej dzielnicy powstaną różne jakościowo, wielkościowo i rodzajowo tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, co w konsekwencji spowoduje chaos oraz bałagan wizualny, estetyczny i architektoniczny. Istnieje również ryzyko, że ta sama	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Podział miasta na obszary dokonany został z uwzględnieniem ich walorów krajobrazowych. Zgodnie z art. 1 ust. 2 u.p.z.p. w planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym uwzględnia się zwłaszcza: walory architektoniczne i krajobrazowe, wymagania ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej. Wprowadzając w uchwale krajobrazowej odmienne zasady dla zabytków i obiektów historycznych kierowano się tymi wytycznymi. W ramach obszarów poszczególnych dzielnic Gminy znajdują się tereny o zróżnicowanym charakterze, w związku z czym w niektórych przypadkach objęcie całej dzielnicy jednym obszarem nie jest celowe z uwagi na ich zróżnicowany charakter. W tych przypadkach niezbędne było zaliczenie części dzielnic do kilku obszarów, dla których przewidziano inne zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych.	
-----	---	--	-----------------------	--	--

	nieruchomość w obszarze jednej dzielnicy zostanie objęta różnymi zasadami i warunkami sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. W konsekwencji Uchwała w sposób nieuzasadniony zróżnicuje sytuację jednego podmiotu (właściciela nieruchomości) lub kilku różnych podmiotów (przedsiębiorcy posiadający tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe na tej samej nieruchomości). Uchwała może zatem naruszyć zasadę równego traktowania obywateli, mieszkańców i przedsiębiorców w granicach danego obszaru. Ponadto w § 3 ust. 2 pkt 4 Uchwały wskazano, że w obszarze SI (obejmującym część dzielnicy Żabianka) zawierają się historyczne układy urbanistyczne nie wpisane do rejestru jako obszary, tereny z nimi sąsiadujące oraz inne obszary cenne krajobrazowo. Tymczasem wskazany szczegółowo w Załączniku nr 1 Obszar S1 nie posiada wskazanych w w/w postanowieniu Uchwały walorów. Zrozumiałym jest wyznaczenie odrębnych zasad na terenach obejmujących obiekty zabytkowe np. Główne Miasto. Tymczasem teren wskazanej dzielnicy Żabianka nie znajduje się w strefie objętej ochroną zabytków, nie ma walorów krajobrazowych, a stanowiąc jednolity okrąg administracyjny miasta powinien być traktowany w sposób całościowy. Wprowadzając zróżnicowane zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych dla innych obszarów niż zabytkowe Rada Miasta przekroczyła swoje kompetencje ustalone art. 37a ust. 6 Ustawy z dnia 27 marca 20013 r. - o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. nr 80, poz. 717, ze zm.; zwanej dalej „Ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym”).			
--	--	--	--	--

253	Dotyczy § 3 ust. 1 i 2 (całe teksty wskazanych postanowień Uchwały) oraz Załącznika nr 1 do Uchwały (cały tekst Załącznika) i Załącznika nr 2 (mapa).	Wskazane postanowienia Uchwały, Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 w sposób nieuzasadniony: wprowadzają mniej rygorystyczne warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na należących do Miasta obiektach sportowo-widowiskowych: areny na granicy Gdańska i Sopotu (Ergo Arena), Hali Olivii, stadionie na Letnicy. Postanowieniem § 3 ust. 2 pkt 6 Uchwała wprowadziła obszar SI obejmujący należące do Miasta obiekty sportowo- widowiskowe: arenę na granicy Gdańska i Sopotu (Ergo Arena), Halę Oliwię, stadion na Letnicy, ustanawiając dla niego w szczegółowych warunkach (Dział I) mniej rygorystyczne zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych np. zezwalając na sytuowanie ekranu świetlnego o wymiarach 13mx10m (§ 16 pkt 4 ppkt 6 Uchwały). Na pozostałych obszarach takie rozwiązanie nie jest dopuszczalne. Poprzez w/w wydzielenie i wprowadzenie odmiennych - mniej obostrzonych warunków dla sytuowania tablic i urządzeń reklamowych Miasto przyznało sobie przywileje niedostępne dla pozostałych podmiotów. Tym samym Rada Miasta naruszyła zasadę równego traktowania w ramach danego obszaru. Podsumowując powyższe uwagi do pkt a) – c) wskazuję, że dokonany Uchwałą podział Gdańska aż na 8 obszarów, ustalenie dla tej samej dzielnicy zróżnicowanych warunków i zasad sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz wprowadzenie nieuzasadnionych przywilejów dla Miasta w zakresie sytuowania reklam na należących do Gdańska obiektach sportowych, narusza przyznane Radzie Miasta uprawnienia ustawowe, o których mowa w art. 37a ust. 6 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Wskazany przepis Ustawy	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa Obszar oznaczony symbolem SI, w porównaniu z innymi obszarami na terenie Miasta, obsługuje imprezy masowe, a więc służy proporcjonalnie większej liczbie mieszkańców oraz charakteryzuje się naturą rozrywkową, stąd jego wydzielenie jest oczywiste. Sytuowanie na tym obszarze ekranów świetlnych jest spójne z charakterem obszaru tak długo, jak nie narusza to w sposób przeważający interesu ochrony krajobrazu na obszarach sąsiednich. Tymczasem uchwała może zawierać ustalenia dotyczące wymiarów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych. W związku z powyższym uwzględniono ekrany świetlne o wymiarach wynoszących nie więcej niż 13 m na 10 m.	
-----	---	--	-----------------------	--	--

		pozwała wprowadzić radzie gminy na odmienne uregulowania dla różnych obszarów gminy. Jednak uchwała podjęta przez radę powinna spełniać cel tej Ustawy, jakim jest wprowadzenie nowych rozwiązań powstrzymujących degradację krajobrazu oraz porządkujących stanowiącą dobro wspólne przestrzeń publiczną. Jak wyjaśniono powyżej Uchwała tych warunków nie spełnia. Co więcej wprowadza rozwiązania sprzeczne z tym celem, a więc i z art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Zgodnie z art. 91 ust. 1 Ustawy z dnia 8 marca 1990 r. - o samorządzie gminnym (Dz. U. Nr 16, poz. 95, ze zm.; zwanej dalej „Ustawą o samorządzie gminnym”), uchwała organu gminy sprzeczna z prawem jest nieważna. Uchwała krajobrazowa w kształcie proponowanym nie powinna zatem pozostać w miejscowym porządku prawnym. W związku z powyższym proponuję, aby dokonać podziału Miasta w granicach dozwolonych prawem na: - obszary zabytkowe objęte ustawą o ochronie zabytków, - ciągi komunikacyjne, - obszary pozostałe.			
254	Dotyczy postanowienia § 4 ust. 2 pkt 4 i 5 Uchwały (cały tekst postanowień).	Podobnie jak powyżej w uwagach do pkt 3 niniejszego pisma wskazuję, że zasady umieszczania obiektów budowlanych oraz niebędących obiektami budowlanymi reklam zostały już określone w art. 43 ust. 1 Ustawy o drogach publicznych. Wskazane w § 4 ust. 2 pkt 4 i 5 Uchwały kwestie odpowiednio regulujące odległość pomiędzy reklamami przy drodze (czyli odległość reklam od drogi) oraz zasady liczenia odległości od skrzyżowania nie mogą być zatem regulowane Uchwałą. Rada Miasta nie ma kompetencji aby ustanawiać kwestie	Uwaga nieuwzględniona	Powołane przepisy uchwały krajobrazowej nie regulują w tym fragmencie odległości od jezdni. § 4 ust. 2 pkt 45 będzie miał zastosowanie w przypadku reklam umieszczonych po obu stronach drogi. W postanowieniu tym wskazano, że w takim przypadku istotne są odległości pomiędzy poszczególnymi rodzajami reklam po 1 stronie drogi, a umieszczenie reklamy po drugiej stronie ulicy nie będzie uwzględniane przy określaniu wymogów dotyczących zachowania odległości od poszczególnych rodzajów reklam, §4 ust. 2 pkt 5 nie koliduje z postanowieniami ustawy o drogach publicznych.	

		prawne, które są już uregulowane dostatecznie w polskim porządku prawnym. Również jak w pkt 3 wskazuję, że Uchwała narusza przepisy kompetencyjne rad gmin określone art. 37a ust. 1 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Wszelkie postanowienia Uchwały wykraczające poza kompetencje rad gmin wskazane w w/w Ustawie, stanowią istotne naruszenie prawa, co w konsekwencji oznacza nieważność Uchwały zgodnie z art. 91 ust. 1 Ustawy o samorządzie gminnym.			
255	Dotyczy postanowienia § 4 ust. 1 pkt 19 Uchwały - wskazanej tam definicji wyrażenia „pole ochronne”.	We wskazanym postanowieniu zawarta jest definicja „pola ochronnego”, przez które należy rozumieć „puste prostokątne pole (...), proporcjonalne do wielkości tablicy reklamowej (...)”. Poprzez użyte słowo „proporcjonalnie” definicja ustala gabaryty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Nie wskazano jednak, jakie dokładnie proporcje powinna zachować tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, aby te gabaryty zostały spełnione. W konsekwencji oznacza to dowolność decyzji umieszczającego tablicę lub urządzenie reklamowe w zależności od płaszczyzny ich usytuowania, znajdujących się otworów okiennych, detali architektonicznych itp. We wskazanym zakresie Uchwała nie zawiera jasnych i czytelnych nakazów, dopuszczeń i ograniczeń, zatem nie spełnia wymogów Rozporządzenia w sprawie zasad techniki prawodawczej. Ponadto powyższe niedookreślone wskazanie oznacza faktyczne różnicowanie sytuacji podmiotów umieszczających tablice lub urządzenia reklamowe na jednej nieruchomości, co powoduje naruszenie zasady równości obywateli wobec prawa i równego traktowania w granicach danego obszaru.	Uwaga nieuwzględniona	Ustalenia dotyczące wielkości pola ochronnego dla konkretnych przypadków znajdują się w dalszych przepisach uchwały dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.	

256	Dotyczy postanowienia § 4 ust. 1 pkt 24 Uchwały (cały tekst postanowienia) w zw. z § 11 pkt 4 ppkt 1, § 12 pkt 4 ppkt 5, § 13 pkt 4 ppkt 7, § 14 pkt pkt 4 ppkt 7, § 15 pkt 4 ppkt 8, § 16 pkt 4 ppkt 9, § 17 pkt 4 ppkt 8 oraz § 18 pkt 4 ppkt 8 Uchwały (całe teksty wskazanych postanowień).	W postanowieniu § 4 ust. 1 pkt 24 Uchwały zawarto definicję „reklamy okolicznościowej”, przez którą należy rozumieć reklamę wydarzeń: kulturalnych, sportowych, społecznych, religijnych, szkolnych, odbywających się na obszarze Miasta. Reklama okolicznościowa odnosi się zatem do wydarzeń organizowanych lub sponsorowanych przez Miasto. Postanowienia Uchwały zawarte w Dziale II, regulujące szczegółowo zasady i warunki sytuowania reklam okolicznościowych nie wprowadzają zróżnicowanych warunków i zasad dla poszczególnych obszarów Miasta. Uchwała wprowadza zatem jednolite warunki sytuowania i formy reklamy okolicznościowej dla wszystkich obszarów Gdańska, z jednym wyjątkiem: dla obszarów SZ oraz SO Uchwała pozwala na sytuowanie reklam okolicznościowych wyłącznie dla wydarzeń okolicznościowych odbywających się w granicach obszaru, w pozostałych obszarach reklama okolicznościowa może być sytuowana dla wszystkich wydarzeń okolicznościowych. Uchwała nie różnicuje zatem warunków i zasad sytuowania reklam odnoszących się bezpośrednio do wydarzeń promujących Miasto. Podczas, gdy warunki i zasady sytuowania oraz gabaryty i standardy reklam komercyjnych reklamujących określone produkty czy też inne wydarzenia komercyjne zostały w Uchwale zróżnicowane w zależności od obszaru. Uchwała nie wprowadza jakichkolwiek ograniczeń np. ilościowych w sytuowaniu reklam okolicznościowych na terenie Starego Miasta. W konsekwencji zarówno obszary zabytkowe, jak i obszary Miasta nieposiadające takich walorów mogą tak samo zostać „zalaną” reklamami wydarzeń miejskich. Takie rozwiązanie różnicuje zatem	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa – z definicji określenia „reklama okolicznościowa” nie wynika, że odnosi się ona wyłącznie do „wydarzeń organizowanych lub sponsorowanych przez Miasto”; ponadto, nie ma podstaw aby sądzić, że „Miasto będzie uprzywilejowane w dostępie do „miejsca” reklamowego przed innymi podmiotami”. Warunki dla reklamy okolicznościowej są jednakowe dla wszystkich podmiotów.	
-----	---	--	-----------------------	--	--

		sytuację Miasta i innych podmiotów będących właścicielami urządzeń reklamowych, uprzywilejowując w tym zakresie Miasto. Nie ma tutaj znaczenia rodzaj wydarzeń, które mają być promowane reklamami okolicznościowymi ponieważ celem uchwały krajobrazowej nie powinno być ograniczenie wyłącznie reklam komercyjnych, a ogólnie „uporządkowanie” krajobrazu miejskiego pod kątem tablic i urządzeń reklamowych. Zatem bez względu, czy jest to reklama komercyjna, czy też nie, zasady sytuowania i warunki tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powinny być takie same dla wszystkich reklam bez względu jaki produkt, czy wydarzenie reklamują, lub też kto jest reklamodawcą, albo właścicielem lub posiadaczem nośnika reklamowego. Nie zmienia powyższego wyjątek dopuszczający umieszczanie na obszarach SZ oraz SO reklam okolicznościowych wyłącznie dla wydarzeń okolicznościowych odbywających się w granicach obszaru. Nadal bowiem Miasto będzie uprzywilejowane w dostępie do „miejsca” reklamowego przed innymi podmiotami. Powyższe oznacza nieuzasadnione zróżnicowanie sytuacji podmiotów, stanowiące istotne naruszenie, o którym mowa w art. 91 ust. 1 Ustawy o samorządzie gminnym.			
257	Dotyczy postanowienia § 13 pkt 6 pkt 2 Uchwały - w zakresie w jakim postanowienie to umożliwia sytuowanie powłok pneumatycznych oraz innych przestrzennych urządzeń reklamowych wyłącznie na terenach publicznych.	Zgodnie z definicją „terenu publicznego”, jest to przestrzeń ogólnodostępna np. drogi, parkingi itp. Postanowienie § 13 pkt 6 ppkt 2 Uchwały wprowadza niezrozumiałe ograniczenie możliwości sytuowania wskazanych tam powłok pneumatycznych oraz innych przestrzennych urządzeń reklamowych do jednego rodzaju terenu. Tymczasem celem uchwały krajobrazowej jest ochrona krajobrazu	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia uwagi w uchwale usunięto przepis dotyczący określenia definicji „teren publiczny”. Tym samym wykreślono ustalenie dot. możliwości sytuowania tej formy reklamy wyłącznie na terenach publicznych. Kwestie zgodności ustaleń uchwały z delegacją ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym a także Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów sprawie Zasad techniki prawodawczej oceniać będzie organ nadzoru jakim	

		Miasta, a nie uznaniowe ograniczanie swobody reklamy. Ponadto w postanowieniu użyto wyrażenia „przestrzennych urządzeń reklamowych” którego definicji nie ma w słowniczku zawartym w § 4 Uchwały. Uchwała, jako akt prawa miejscowego, powinna w sposób jasny określać zasady i warunki gabarytów i standardów jakościowych urządzeń reklamowych. Wskazane postanowienie tego warunku nie spełnia, pozwalając na dowolną interpretację użytego w nim wyrażenia przez organ stosujący Uchwałę. Powyższe oznacza, że Uchwała nie spełnia podstawowego warunku, jakim jest zgodność z ustanowionymi Rozporządzeniem zasadami sztuki prawodawczej. Uchwała niespełniająca warunków ustalonych wskazanym Rozporządzeniem nie może pozostać w miejscowym porządku prawnym		w tym wypadku jest Wojewoda Pomorski.	
258	Dotyczy postanowienia § 9 ust. 1 pkt 1 lit. a) Uchwały (cały tekst postanowienia).	Analogicznie jak w uwagach do pkt 9 niniejszego pisma wskazuję, że użyte w § 9 ust. 1 pkt 1 lit. a) Uchwały wyrażenie „dodatkowe elementy techniczne” jest pojęciem niejasnym, a wskazane tam przykłady nie stanowią wyłącznych przypadków jego zastosowania. Zawarta we wskazanym postanowieniu norma prawna została sformułowana niezgodnie z zasadami techniki prawodawczej i rodzi ryzyko dowolnej interpretacji przez organy.	Uwaga uwzględniona	Wprowadzono zmianę w treści przepisu o zakazie: <i>„montowania na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych elementów konstrukcyjnych w postaci podestów”.</i>	
259	Dotyczy postanowienia § 9 ust. 1 pkt 1 lit. d) Uchwały (cały tekst postanowienia).	Wskazane postanowienie zakazuje sytuowania ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres dłuższy niż pięć dni w miesiącu w obrębie danej nieruchomości. Nie zostało natomiast wskazane, czy zakaz ten odnosi się łącznie czy też odrębnie do wszystkich w/w rodzajów tablic reklamowych znajdujących się na danej nieruchomości. W przypadku, gdyby zakaz ten miałby się odnosić do wszystkich reklam łącznie,	Uwaga częściowo uwzględniona	Zgodnie z uwagą wykreśla się z przepisów uchwały przepis mówiący o sytuowaniu ekranów świetlnych i ekranów projekcyjnych na okres dłuższy niż pięć dni w miesiącu w obrębie danej nieruchomości. Ponadto z uwagi na brak możliwości regulowania w uchwale stopnia jasności/intensywności światła dla wymienionych w uwadze nośników reklamowych, ten typ reklamy został wykluczony ze wszystkich obszarów w granicach Miasta, poza obszarem SI.	

		postanowienie byłoby niewykonalne. Nie wiadomo, kto miałby je egzekwować tj. liczyć liczbę dni. Ponadto postanowienie mówi o sytuowaniu w/w kategorii tablic reklamowych co sugerowałoby nakaz demontażu tablicy na pozostałe dni miesiąca. Tymczasem zamierzeniem Rady Miasta zdaje się miało być uchronienie mieszkańców przed nadmiernym oświetleniem powodowanym przez tego typu tablice reklamowe, czyli np. wyłączenie tablicy, a nie jej usunięcie z budynku. Wskazana norma Uchwały jest nieprecyzyjna co do zakresu obowiązków nałożonych na adresatów, a czytana wprost ustanawia dla nich nadmierne obowiązki. Uchwała uchybia tym samym zasadzie równego traktowania w granicach danego obszaru.			
260	Dotyczy Uzasadnienia Uchwały	Wnoszący uwagi zdaje sobie sprawę, że Uzasadnienie nie stanowi treści Uchwały. Jednakże w Uzasadnieniu Uchwały znajduje się stwierdzenie, które jest istotne z punktu widzenia zasad techniki prawodawczej. Zgodnie z § 1 pkt 4 Rozporządzenia w sprawie zasad techniki prawodawczej podjęcie decyzji o przygotowaniu projektu uchwały poprzedza się w szczególności określeniem przewidywanych skutków społecznych, gospodarczych, organizacyjnych, prawnych i finansowych każdego z rozważanych rozwiązań. W Uzasadnieniu Uchwały wskazano, że „w toku prac nad projektem Uchwały ważono interes publiczny i interesy prywatne, w tym zgłaszane w postaci wniosków i uwag (...)”. Zdaniem piszącego nie został rozpoznany w sposób należyty aspekt ekonomiczny i konsekwencje finansowe podjęcia Uchwały dla budżetu Miasta. Należy przypomnieć, że gros tablic i urządzeń reklamowych znajduje się na terenach należących do Gminy Miasta	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Uwaga nie dotyczy ustaleń projektu uchwały krajobrazowej.	

		Gdańsk. Uchwała spowoduje niewątpliwie niekorzystne skutki finansowe dla Gminy, a Miasto nie przedstawiło dokładnej analizy jakie przychody roczne osiągało dotychczas z tytułu reklam, w tym z tytułu opłat za zajęcia pasa, dzierżawę gruntu lub wynajem ścian. Ponadto powinno wskazać koszt usunięcia reklam z Miasta. Warunki i zasady wprowadzone Uchwałą spowodują ograniczenia działalności firm zajmujących się reklamą, właścicieli tablic i urządzeń reklamowych, a także negatywne skutki finansowe w postaci konieczności dostosowania tych tablic i urządzeń do warunków określonych Uchwałą. Powyższe oznacza ogólnie niekorzystne skutki społeczne w postaci zmniejszenia przychodów Miasta, spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych, ale również zwolnienia pracowników z branży reklamowej, a więc ogólnie negatywne koszty społeczne.			
--	--	--	--	--	--

Ströer Polska Sp. z o.o. - reprezentowana przez Dyr. ds. Kontaktów z Administracją Samorządową Tamarę Widerak - z dn. 23.10.2017 r.:

261	Dział I Rozdział I par. 3 pkt 2 Obszary ustalono na podstawie występujących w nich charakterystycznych cech krajobrazu przyrodniczo-kulturowego, kolejno: (...) teren w otoczeniu rafinerii, tereny przemysłowo-usługowe wzdłuż alei Kazimierza Jagiellończyka.	Tekst uzasadnienia. Ten opis powinien być przywołany jedynie w uzasadnieniu uchwały.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Opis wyjaśniający delimitację obszarów może zawierać się w treści uchwały. Ponadto ujęcie w uchwale opisu delimitacji obszarów jest zgodny z ustaleniami Pomorskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków i było warunkiem uzyskania uzgodnienia projektu uchwały.	
262	Dział I Rozdział I par. 4 pkt 1	Usunąć W akcie normatywnym niższym rangą niż ustawa, bez upoważnienia ustawowego,	Uwaga częściowo uwzględniona	Wprowadzono modyfikację definicji: baner reklamowy – tablica reklamowa, wykonana z tkanin, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych.	

	baner reklamowy - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe elastyczne, zazwyczaj nieażyrowe wykonane z tkanin, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych, rozpinane pomiędzy lub na elementach konstrukcyjnych lub otaczających obiektach np. na stelażu, rusztowaniu budowlanym, elewacji budynku, ogrodzeniu, pojeździe (np. plandeka, transparent);	nie należy formułować definicji ustalających znaczenie określeń ustawowych; w szczególności, akt wykonawczy nie powinien formułować definicji, które ustalałyby znaczenie określeń zawartych w ustawie upoważniającej. Tym samym za wadliwe uznać należy zdefiniowanie pojęcia „baner reklamowy”. Pojęcie to występuje na gruncie przepisów upzp, jako przykład tablicy reklamowej (patrz: art. 2 pkt 16b upzp). Zakaz definiowania określeń ustawowych ma na celu zapobieganie powstaniu skrajnie różnych definicji. W przeciwnym razie, każda z 2500 gmin mogłaby zdefiniować baner inaczej.		Ustawa nie definiuje pojęcia „banera reklamowego”, a jedynie wymienia baner jako jeden z przedmiotów materialnych przeznaczonych lub służących ekspozycji reklamy. Odnośnie uwagi dotyczącej istnienia różnych definicji baneru w poszczególnych gminach, wskazać należy, że uchwała krajobrazowa gdańska obejmuje obszar tylko jednej gminy, a ustawa dopuszcza możliwość istnienia różnych zasad umieszczania tablic reklamowych na obszarach poszczególnych gmin.	
263	Dział I Rozdział I par. 4 pkt 2 detal architektoniczny - element dekoracyjny obiektu budowlanego, w szczególności gzyms, fryz, belkowanie, ryzalit, parapet, poręcz, balustrada, okiennica, element rzeźbiarski lub malarski, ozdobna stolarka lub ciesielka, sgraffito, boniowanie, blenda, płycina, opaska wokół otworu okiennego lub drzwiowego, lizeny, a także wykonanie elementu budowlanego, połączenia materiałów budowlanych (np. przeszkleń okiennych lub	Usunąć Wskazane elementy dekoracyjne obiektu budowlanego są niezrozumiałe dla mieszkańców. Jako przykład podano między innymi „wykonanie elementu budowlanego” czy „detaliczne wykonanie izolacji”. Nieprecyzyjne określenia mogą być przyczyną interpretacji przez urzędników, a tym samym powodować liczne nadużycia. Jak wskazuje w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017 WSA w Łodzi „nie można w uchwale wprowadzać określeń i pojęć niejednoznacznych, które mogą być dowolnie interpretowane, co w konsekwencji może doprowadzić do niemożności wyegzekwowania obowiązku, czy odmiennego stosowania zasad i warunków unormowanych w uchwale w stosunku do podmiotów znajdujących się w identycznej sytuacji faktycznej.”	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. W definicji, wymieniając przykłady detali architektonicznych posłużono się sformułowaniem „w szczególności”, w związku z czym nie stworzono zamkniętego katalogu detali architektonicznych. Rozbudowanie definicji ma na celu uniknięcie wątpliwości interpretacyjnych co do rozumienia pojęcia.	

	ścian osłonowych) lub detalicznego wykonania izolacji;				
264	Dział I Rozdział I par. 4 pkt 4 ekran projekcyjny - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, na które wyświetlana jest reklama za pośrednictwem niezależnego urządzenia projekcyjnego (rzutnika) na zasadzie projekcji przedniej lub tylnej, w szczególności na ścianę obiektu budowlanego, podłogę, matową witrynę okienną, rozciągniętą tkaninę;	Usunąć Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Ustanowienie zasad i warunków powinno nastąpić z uwzględnieniem legalnych definicji. W upzp mowa jest o przedmiotach materialnych (tablica reklamowa i urządzenie reklamowe). Projekcja nie jest przedmiotem materialnym. Wyznaczony przez art.37a ust.1 upzp zakres upoważnienia nie może być również traktowany rozszerzająco na obiekty budowlane (ściana, podłoga itp.).	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. W tym zakresie nie definiuje się pojęcia projekcji, lecz ekranu projekcyjnego, rozumianego m.in. jako ściana budynku, podłoga itd., na który wyświetlana jest reklama, a tym samym jest to tablica/urządzenie reklamowe, które są objęte upoważnieniem ustawowym i mogą być przedmiotem uchwały krajobrazowej. Zgodnie z definicjami ustawowymi tablicy i urządzenia reklamowego są to „przedmioty materialne przeznaczone lub służące ekspozycji reklamy”. Skoro ściana służy w danym przypadku ekspozycji reklamy, spełnia ustawową definicję.	
265	Dział I Rozdział I par. 4 pkt 26 reklama typu A - pionowa jedno- lub dwustronna reklama na obiekcie lub reklama wolnostojąca trwale związana z gruntem, w formie podświetlonej przeszklonej gabloty lub ekranu świetlnego, o wymiarach powierzchni ekspozycji reklamy 1,2 m x 1,8 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów oraz o powierzchni danego boku urządzenia reklamowego nieprzekraczającej 3 m²;	Propozycja zmiany: reklama typu A - jednostronna na obiekcie, jednostronna lub dwustronna reklama wolnostojąca, trwale związana z gruntem, w formie przeszklonej gabloty lub ekranu świetlnego, o wymiarach powierzchni ekspozycji reklamy 1,2 m x 1,8 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów, o powierzchni ekspozycji każdej ze stron urządzenia reklamowego nie większej niż 3 m²; Proponuje się uporządkowanie definicji. Nieprecyzyjne określenie boku urządzenia wymaga wyjaśnienia. Warunek podświetlenia przekracza upoważnienie ustawowe.	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwaga częściowo zasadna. Wprowadzono modyfikację definicji: „jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa trwale związana z gruntem lub sytuowana na obiekcie, w formie przeszklonej gabloty lub ekranu świetlnego, o wymiarach powierzchni służącej ekspozycji reklamy 1,2 m na 1,8 m a dla reklamy typu A na obiekcie także 0,9 m na 2,26 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów oraz o powierzchni danego boku nieprzekraczającej 3 m². W wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi dot. tamtejszej uchwały krajobrazowej nie zakwestionowano ustaleń dotyczących podświetlenia, lecz efekty wizualne/holograficzne/audiowizualne/dźwiękowe /projekcje holograficzne. W związku z powyższym uznaje się, że regulacje Uchwały Krajobrazowej Gdańska nie przekraczają delegacji ustawowej.	

266	Dział I Rozdział I par. 4 pkt 28 reklama typu C - jedno- lub dwustronna reklama wolnostojąca, trwale związana z gruntem, w formie posadowionej na jednym słupie tablicy reklamowej z powierzchnią ekspozycji reklamy o wymiarach 5,04 m x 2,38 m lub 6 m x 3 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów oraz o maksymalnych powierzchniach danego boku urządzenia reklamowego nieprzekraczającej 18 m²;	Propozycja zmiany: a) reklama typu C - jedno- lub dwustronna reklama wolno stojąca, trwale związana z gruntem, w formie posadowionej na jednym słupie tablicy reklamowej z powierzchnią ekspozycji reklamy o wymiarach 5,04 m x 2,38 m lub 6 m x 3 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów oraz o powierzchni ekspozycji każdej ze stron urządzenia reklamowego nie większej niż 18m²; b) reklama typu CI - jedno- lub dwustronna reklama wolno stojąca, trwale związana z gruntem, w formie posadowionej na jednym słupie tablicy reklamowej z powierzchnią ekspozycji reklamy o wymiarach 12 m x 3 m, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów oraz o powierzchni ekspozycji każdej ze stron urządzenia reklamowego nie większej niż 36 m². Proponuje się zachować, przy ulicach dwupasmowych opisanych w obszarze SI, jedno lub dwustronną reklamę wolno stojącą, trwale związaną z gruntem, odpowiednią dla parametrów dróg dwujezdniowych o podwyższonej prędkości i warunkach sytuowania reklam zgodnie art. 42. pkt.1 ustawy o drogach publicznych.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Realizacja postulatu oraz dopuszczenie dodatkowego formatu dla reklamy typu C o wielkości do 36 m ² negatywnie wpłynęłaby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta.	
267	Dział I Rozdział 4 par. 7 pkt 1.2b b) ograniczenie widoczności elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności poprzez ich ukrycie w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w obiekt,	Usunąć Przepis kompetencyjny odnosi się do tablic i urządzeń reklamowych, a nie do elementów konstrukcyjnych, służących prawidłowemu mocowaniu tablicy reklamowej.	Uwaga częściowo uwzględniona	W celu poprawy czytelności przepisu usunięto fragment o „ograniczeniu widoczności” w zamian za „ukrycie” oraz doprecyzowano przepis. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym skoro są to części ww. elementów, to wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń i reklamowych.	

	z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych oraz nawiązujących do historycznego charakteru otoczenia, w szczególności elementów kutych, żeliwnych lub nitowanych,			Określenie użyte we wskazanym postanowieniu uchwały, choć stanowi pojęcie nieostre, to jednak uwzględniając różnorodność sytuacji, jakie mogą zaistnieć, jest konieczne. Ponadto zmieniono § 7 ust. 1 pkt 2 lit. b Uchwały na następujące brzmienie: „ukrycie elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności poprzez zmniejszenie ich gabarytów oraz ich ukrycie w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych oraz nawiązujących do historycznego charakteru otoczenia, w szczególności elementów kutych, żeliwnych lub nitowanych.”	
268	Dział I Rozdział 4 par. 7 pkt 1.2 c c) stosowanie przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia oraz o stałej intensywności i barwie, z możliwością jego dostosowania do oświetlenia otoczenia, w szczególności cyklu dobowego;	Usunąć Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 upzp obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane. A contrario, nie obejmuje kwestii ich oświetlenia. Ponadto zagadnienie to zostało uregulowane w art. 42a i art.43 ustawy o drogach	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Łodzi dot. tamtejszej uchwały krajobrazowej nie zakwestionowano ustaleń dotyczących podświetlenia, lecz efekty wizualne/holograficzne/audiowizualne/dźwiękowe /projekcje holograficzne. W związku z powyższym uznaje się, że regulacje Uchwały Krajobrazowej Gdańska nie przekraczają delegacji ustawowej. Inne sądy administracyjne nie odniosły się do tej kwestii. Przepisy art. 42a i 43 ustawy o drogach publicznych odnoszą się do reklam, natomiast powołują się na Rozporządzenie Ministra Infrastruktury i Budownictwa w sprawie maksymalnej luminancji powierzchni informacji wizualnej, które jeszcze nie obowiązuje i trwają nad nim prace. Zmieniono natomiast ustalenia § 7 ust. 1 pkt 2 lit. c poprzez wykreślenie zwrotu „oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia”.	
269	Dział I Rozdział 4 par. 7 pkt 1.3 3) dopuszcza się: a) podświetlenie	Usunąć Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 upzp dotyczy zdefiniowanych tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.	Uwaga częściowo uwzględniona	Zmiana ustaleń § 7 ust. 1 pkt 2 lit. c poprzez wykreślenie zwrotu „oświetlenia niepowodującego efektu olśnienia” na „stosowanie przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia o stałej intensywności i barwie;” WSA w Łodzi nie zakwestionował wprost takiej	

	i doświetlenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, b) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wykonane z giętych lamp neonowych oraz liniowo rozstawionych w kształt znaków bez tła lamp żarowych lub lamp wiernie je imitujących, od warunkiem ukrycia instalacji zasilającej w energię elektryczną, a także zamaskowanie kabli oraz elementów mocujących.	Nie obejmuje więc kwestii ich oświetlenia. Ponadto zagadnienie to zostało uregulowane w ustawie o drogach art. 42a i art.43		możliwości. Inne sądy administracyjne nie odniosły się do tej kwestii. Przepisy art. 42a i 43 ustawy o drogach publicznych odnoszą się do reklam, natomiast powołują się na Rozporządzenie Ministra Infrastruktury i Budownictwa w sprawie maksymalnej luminancji powierzchni informacji wizualnej, które jeszcze nie obowiązuje i trwają nad nim prace.	
270	Dział I Rozdział 4 par. 9 pkt 1.1a montowania na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych dodatkowych elementów technicznych, w szczególności podestów, z wyłączeniem elementów doświetlenia,	Usunąć Przepis kompetencyjny odnosi się do tablic i urządzeń reklamowych, a nie do elementów konstrukcyjnych, służących prawidłowemu mocowaniu lub obsłudze tablicy.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń reklamowych. W wyniku uwzględnienia innej uwagi zmieniono ustalenia § 9 ust. 1 pkt 1 lit. a: montowania na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych elementów konstrukcyjnych w postaci podestów	
271	Dział I Rozdział 4 par. 9 pkt 1.2d) d) sytuowanie całości fundamentu reklamy wolnostojącej trwale związanej z gruntem pod poziomem terenu, z zastrzeżeniem § 9 pkt 2	Usunąć Przekroczenie upoważnienia ustawowego. Art. 37a ust. 1 upzp i obejmuje kwestie lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych (zasady i warunki ich sytuowania), ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, a nie warunki fundamentowania. Ponadto warunki fundamentowania są określone w wydanych decyzjach pozwolenia na budowę lub przyjętych zgłoszeniach.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń reklamowych. W kwestii zarzutu dotyczącego określonych w zgłoszeniach i pozwoleniach na budowę warunków fundamentowania, uchwała krajobrazowa przewiduje termin na dostosowanie tablic i urządzeń	

	lit. e,			reklamowych, a tym samym uzyskanie lub zmianę istniejących zgód budowlanych.	
272	Dział I Rozdział 4 par. 9 pkt 1.2 f) f) zachowanie odległości: - nie mniejszej niż 35 m pomiędzy słupem reklamowym lub reklamą typu A, a reklamą typu A, -B lub C, słupem reklamowym, pylonem zbiorczym lub totemami, - nie mniejszej niż 70 m pomiędzy reklamami typu B, reklamą typu B a reklamą typu C i CI, pylonami zbiorczymi lub totemami, - nie mniejszej niż 100 m pomiędzy reklamami typu C.	Propozycja zmiany: f) zachowanie odległości: - nie mniejszej niż 35 m pomiędzy słupem reklamowym lub reklamą typu A, a reklamą typu: A, -B lub -C i CI, słupem reklamowym, pylonem zbiorczym lub totemami, - nie mniejszej niż 70 m pomiędzy reklamami typu B, reklamą typu B a reklamą typu C i CI, pylonami zbiorczymi lub totemami, - nie mniejszej niż 100 m pomiędzy reklamami typu C i CI. Włączenie do warunków odległości pylonów zbiorczych lub totemów o innych warunkach sytuowania niż reklama typy A, B, Ci CI, z uwzględnieniem zapisów szczegółowych rozdziału II, „wyłączy” z możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych, prawie wszystkie nieruchomości prywatne (z wyłączeniem bardzo dużych działek, o froncie działki powyżej 100m), co stanowi naruszenie Konstytucji i prawa materialnego, przez różnicowanie postanowień ze względu na wielkość nieruchomości, na której może znajdować się tablica.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Ustalenia dotyczące minimalnych odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi stanowią jedno z fundamentalnych ustaleń uchwały krajobrazowej. Wykreślenie minimalnych odległości pomiędzy nośnikami negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	
273	Dział II Rozdział 6 par. 15 pkt. 5.4 a) dopuszcza się wyłącznie w formie tablicy reklamowej podświetlonej, b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni,	Propozycja zmiany: a) usunąć b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, a) Przekroczenie upoważnienia ustawowego	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń.	

	- nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	b) Art. 43.pkt.1 ustawy o drogach reguluje odległości reklam od krawędzi jezdni. Ograniczenie odległości sytuowania (14m) jest sprzeczne z ustawą o drogach i przekracza upoważnienie ustawowe Rady Miasta, na co zwrócił również uwagę WSA w Łodzi, w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017, stwierdzając: „Brak jest wreszcie podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości reklamy, jak uczyniła to Rada Miejska w Łodzi w dyspozycji np. § 5 ust. 1 (pkt 4 lit. d czy § 5 ust. 2 pkt 2 lit. a uchwały, w sytuacji gdy powyższe zagadnienia zostały jasno unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca". Wprowadzone ograniczenia dotyczące minimalnych odległości w zakresie sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 35 m od granicy działki) są prawie ośmiokrotnie bardziej restrykcyjne niż te przewidziane na potrzeby sytuowania budynków, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki - 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Dodatkowo wprowadza naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.		Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	
274	Dział II Rozdział 7 par. 16 pkt 5.4	Propozycja zmiany: a) usunąć b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio:	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest	

a) dopuszcza się wyłącznie w formie tablicy reklamowej podświetlonej b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	- od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, a) Przekroczenie upoważnienia ustawowego b) Art. 43.pkt.1 ustawy o drogach reguluje odległości reklam od krawędzi jezdni. Ograniczenie odległości sytuowania (14m) jest sprzeczne z ustawą o drogach i przekracza upoważnienie ustawowe Rady Miasta, na co zwrócił również uwagę WSA w Łodzi, w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017, stwierdzając: „Brak jest wreszcie podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości reklamy, jak uczyniła to Rada Miejska w Łodzi w dyspozycji np. § 5 ust. 1 (pkt 4 lit. d czy § 5 ust. 2 pkt 2 lit. a uchwały, w sytuacji gdy powyższe zagadnienia zostały jasno unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca". Wprowadzone ograniczenia dotyczące minimalnych odległości w zakresie sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 35 m od granicy działki) są prawie ośmiokrotnie bardziej restrykcyjne niż te przewidziane na potrzeby sytuowania budynków, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki - 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony.		wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	
---	--	--	---	--

		Dodatkowo wprowadza naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.			
275	Dział II Rozdział 7 par. 16 pkt 5.5) 5) reklama typu C a) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 10 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 50 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	Propozycja zmiany: 5) reklama typu C i CI a) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, a) Art. 43.pkt.1 ustawy o drogach reguluje odległości reklam od krawędzi jezdni. Ograniczenie odległości sytuowania (14m) jest sprzeczne z ustawą o drogach i przekracza upoważnienie ustawowe Rady Miasta, na co zwrócił również uwagę WSA w Łodzi, w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017, stwierdzając: „Brak jest wreszcie podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości reklamy, jak uczyniła to Rada Miejska w Łodzi w dyspozycji np. § 5 ust. 1 (pkt 4 lit. d czy § 5 ust. 2 pkt 2 lit. a uchwały, w sytuacji gdy powyższe zagadnienia zostały jasno unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca". Wprowadzone ograniczenia sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 50 m od granicy działki) są przeszło jedenastokrotnie bardziej restrykcyjne niż wymagane dla sytuowania budynków w odległości od granicy działki, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	

		warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki - 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Wprowadza również, naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.			
276	Dział II Rozdział 8 par. 17 pkt. 5.4 a) dopuszcza się wyłącznie w formie tablicy reklamowej podświetlonej b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	Propozycja zmiany: a) usunąć b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, a) Przekroczenie upoważnienia ustawowego b) Art. 43.pkt.1 ustawy o drogach reguluje odległości reklam od krawędzi jezdni. Ograniczenie odległości sytuowania (14m) jest sprzeczne z ustawą o drogach i przekracza upoważnienie ustawowe Rady Miasta, na co zwrócił również uwagę WSA w Łodzi, w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017, stwierdzając: „Brak jest wreszcie podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości reklamy, jak uczyniła to Rada Miejska w Łodzi w dyspozycji np. § 5 ust. 1 (pkt 4 lit. d czy § 5 ust. 2 pkt 2 lit. a uchwały, w sytuacji gdy powyższe zagadnienia zostały jasno unormowane w art. 42a ust. 1	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	

		w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca". Wprowadzone ograniczenia dotyczące minimalnych odległości w zakresie sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 35 m od granicy działki) są prawie ośmiokrotnie bardziej restrykcyjne niż te przewidziane na potrzeby sytuowania budynków, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki - 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Dodatkowo wprowadza naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.			
277	Dział II Rozdział 8 par. 17 pkt.5.5 a) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 10 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 50 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji	Propozycja zmiany: a) usunąć b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkownikom której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, a) Art. 43.pkt.1 ustawy o drogach reguluje odległości reklam od krawędzi jezdni. Ograniczenie odległości sytuowania (14m) jest sprzeczne z ustawą o drogach i przekracza upoważnienie ustawowe Rady Miasta, na co zwrócił również uwagę WSA w Łodzi,	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	

	reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017, stwierdzając: „Brak jest wreszcie podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości reklamy, jak uczyniła to Rada Miejska w Łodzi w dyspozycji np. § 5 ust. 1 (pkt 4 lit. d czy § 5 ust. 2 pkt 2 lit. a uchwały, w sytuacji gdy powyższe zagadnienia zostały jasno unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca". Wprowadzone ograniczenia sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 50 m od granicy działki) są przeszło jedenastokrotnie bardziej restrykcyjne niż wymagane dla sytuowania budynków w odległości od granicy działki, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki - 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Wprowadza również, naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.			
278	Dział II Rozdział 9 par. 18 pkt 5.4 a) dopuszcza się wyłącznie w formie tablicy reklamowej podświetlonej b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio:	Propozycja zmiany: a) usunąć b) dopuszcza się sytuowanie w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane	

- od 2 m do 14 m od krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 35 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do użytkowników której skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	skierowana jest reklama, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c, a) Przekroczenie upoważnienia ustawowego b) Art. 43.pkt.1 ustawy o drogach reguluje odległości reklam od krawędzi jezdni. Ograniczenie odległości sytuowania (14m) jest sprzeczne z ustawą o drogach i przekracza upoważnienie ustawowe Rady Miasta, na co zwrócił również uwagę WSA w Łodzi, w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017, stwierdzając: „Brak jest wreszcie podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości reklamy, jak uczyniła to Rada Miejska w Łodzi w dyspozycji np. § 5 ust. 1 (pkt 4 lit. d czy § 5 ust. 2 pkt 2 lit. a uchwały, w sytuacji gdy powyższe zagadnienia zostały jasno unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca" Wprowadzone ograniczenia dotyczące minimalnych odległości w zakresie sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 35 m od granicy działki) są prawie ośmiokrotnie bardziej restrykcyjne niż te przewidziane na potrzeby sytuowania budynków, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki - 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Dodatkowo wprowadza naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.	odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.
--	--	--

279	Dział II Rozdział 9 par. 18 pkt 5.5a a) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 10 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 50 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, c,	Propozycja zmiany: a) dopuszcza się sytuowanie reklam w odległości odpowiednio: - od 2 m do 14 m od zewnętrznej krawędzi jezdni, - nie mniejszej niż 4,5 m od elewacji posiadającej otwory okienne, - nie mniejszej niż 4,5 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym ulicy, do której kierowana jest powierzchnia ekspozycji reklamy, z zastrzeżeniem § 9 pkt 1 lit. b, a) Art. 43.pkt.1 ustawy o drogach reguluje odległości reklam od krawędzi jezdni. Ograniczenie odległości sytuowania (14m) jest sprzeczne z ustawą o drogach i przekracza upoważnienie ustawowe Rady Miasta, na co zwrócił również uwagę WSA w Łodzi, w wyroku z dnia 11 sierpnia 2017, stwierdzając - „Brak jest wreszcie podstaw prawnych w świetle brzmienia art. 37a u.p.z.p. do ustalania odległości reklamy, jak uczyniła to Rada Miejska w Łodzi w dyspozycji np. § 5 ust. 1 (pkt 4 lit. d czy § 5 ust. 2 pkt 2 lit. a uchwały, w sytuacji gdy powyższe zagadnienia zostały jasno unormowane w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca". Wprowadzone ograniczenia sytuowania tablic reklamowych na nieruchomościach (minimum 50 m od granicy działki) są przeszło jedenastokrotnie bardziej restrykcyjne niż wymagane dla sytuowania budynków w odległości od granicy działki, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (Dz. U. Nr 75, poz. 690); dopuszczalna odległość ściany budynku z oknem od granicy działki - 4,5 m. Wobec wprowadzenia ograniczenia	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń. Ponadto zaznacza się, że kryterium różnicowania nie jest w tym wypadku wielkość nieruchomości.	
-----	---	---	-------------------------------------	--	--

		wzajemnych odległości tablic, dodatkowy warunek w podanej wysokości jest nieuzasadniony. Wprowadza również, naruszające konstytucję ograniczenia własności właścicieli nieruchomości, umożliwiając wyłącznie właścicielom większych nieruchomości czerpanie dodatkowych pożytków.			
280	Dział III par. 20 pkt 1 1) dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno-budowlany - 24 miesiące;	Propozycja zmiany: 1) tablice reklamowe i urządzeń reklamowe powstałe na podstawie prawomocnej decyzji pozwolenia na budowę lub zgłoszenia robót budowlanych przyjętego przez organ architektoniczno-budowlany nie wymagają dostosowania. Zgodnie z art. 2 upzp, w planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym uwzględnia się nie tylko wymagania ochrony krajobrazu, ale i np. walory ekonomiczne przestrzeni, prawo własności, czy też potrzeby interesu publicznego. Ochrona krajobrazu nie ma więc charakteru absolutnego, czy nawet nadrzędnego w stosunku do innych wartości przewidzianych przez ustawę o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym lub prawo budowlane, czy tym bardziej, w stosunku do wartości, które są chronione przez Konstytucję RP. Stąd, jakkolwiek ingerencja w te wartości musi odbywać się w zgodzie z konstytucyjną zasadą proporcjonalności - nie są to bowiem wartości gorsze, czy mniej ważne, niż ochrona krajobrazu. Ochrona krajobrazu ma być dopełnieniem regulacji z zakresu planowania przestrzennego i prawa budowlanego, a nie celem samym w sobie. Za sprzeczne z celem ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz prawa budowlanego należy uznać takie formułowanie przez uchwałę reklamową nakazów i zakazów, aby zakazywały one istnienia tablic i urządzeń reklamowych, które do tej pory były	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw. zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., sygn. akt: II SA/Op 196/17 dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład	

		całkowicie legalne (gdy powstawały - uwzględniały uwarunkowania wynikające z konieczności ochrony krajobrazu) i zostały postawione za zgodą organów administracji budowlanej samorządu. W kontekście wprowadzenia w projekcie uchwały dodatkowych reklam podmiotów gospodarczych w liczbie kilkudziesięciu tysięcy sztuk, proponowane rozwiązanie należy ocenić jako potencjalnie niezgodne z regulacjami dotyczącymi ochrony konkurencji, ze względu na stwarzanie zróżnicowanych warunków konkurencji. Podmioty, które zgodnie z prawem postawiły tablice i urządzenia reklamowe, są w gorszej sytuacji niż podmioty, dla których uchwała przewiduje dodatkowe powierzchnie reklamowe.		przestrzenny”. Ponadto rezultatem uwzględniania uwag jest zmiana ustaleń dot. przepisów dostosowawczych, poprzez wydłużenie okresów na dostosowanie do ustaleń uchwały wszystkich tablic i urządzeń reklamowych do 24 miesięcy, niezależnie od posiadania lub nie pozwoleń na budowę, lub zgłoszeń budowlanych. Uznaje się, że zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
281	Załącznik 1 6) Obszar SI - teren w granicach działek (oznaczony kolorem różowym w Załączniku nr 2 do Uchwały): a) dzielnica Żabianka-Wejhery- Jelitkowo-Tysiąclecia, obręb 007 - działka nr 239, b) dzielnica Oliwa, obręb 013 - działka nr 220/5, c) dzielnica Letnica, obręb 058 - działka nr 422/1.	Propozycja zmiany: Obszar SI - teren w granicach działek (oznaczony kolorem różowym w Załączniku nr 2 do Uchwały): a) dzielnica Żabianka-Wejhery- Jelitkowo-Tysiąclecia, obręb 007 - działka nr 239, b) dzielnica Oliwa, obręb 013 - działka nr 220/5, c) dzielnica Letnica, obręb 058 - działka nr 422/1. d) ulica Elbląska - działki: obręb: (...) e) ulica Słowackiego - działki: obręb: (...) f) ul. Armii Krajowej - działki: obręb: (...) g) obszar lotniska im. Lecha Wałęsy - działki: obręb: (...) Proponuje się włączenie do obszarów SI trzech wylotowych ciągów komunikacyjnych (ograniczonych działkami przyległymi do pasa drogowego) oraz terenu lotniska.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	

Outdoor 3miasto Sp. z o.o., reprezentowana przez Prezes Zarządu Martę Twerdochlib – z dn. 23.10.2017 r.:

282	Uwaga ogólna do uzasadnienia	Przepisy art. 37a i 37b u.p.z.p. zostały wprowadzone do systemu prawa w wyniku nowelizacji tejże ustawy dokonanej art. 7 pkt 5 ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych innych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz.U. z 2015 r., poz. 774 ze zm.), która weszła w życie 11 września 2015 r., (dalej: "ustawy krajobrazowej"). Jak wynika z treści uzasadnienia projektu ustawy (druk Sejmu VII kadencji nr 1525) celem nowelizacji u.p.z.p. było wprowadzenie do polskiego porządku prawnego rozwiązań, które powstrzymają degradację krajobrazu oraz zapewnią jego zachowanie, w szczególności poprzez wprowadzenie możliwości reglamentacji działalności polegającej na instalowaniu tablic i urządzeń reklamowych. Z kolei w uzasadnieniu do projektu analizowanej uchwały wskazane zostało, że „Ustalenia Uchwały wzmacniają m.in. ochronę przed ekspozycją reklamy w miejscach do tego nieprzeznaczonych lub w sposób nieadekwatny do danej lokalizacji. Uchwała umożliwia wyeksponowanie walorów krajobrazu przyrodniczego i kulturowego, w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego m.in. uniemożliwiając przysłonienie zabytków, dóbr kultury współczesnej oraz walorów architektury a także nadmierne ingerowanie w krajobraz naturalny”.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa – odnosi się do uzasadnienia a nie do przepisów projektu uchwały.	
283	Ogólna Przekroczenie normy kompetencyjnej w zakresie definicji	Uregulowanie zasad i warunków lokalizowania urządzeń reklamowych powinno nastąpić z uwzględnieniem pojęć ustawowych zdefiniowanych legalnie: "tablica reklamowa", "urządzenie reklamowe", "szyld", uregulowanych w przepisach art. 2 pkt 16b, 16c i łód u.p.z.p., rozumianych przez ustawodawcę stricte jako przedmioty materialne. Pojęcia "tablice reklamowe" i "urządzenia reklamowe" zostały	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zróżnicowanie w u.p.z.p. pomiędzy tablicą reklamową a urządzeniem reklamowym ma na celu rozwianie wątpliwości w jaki sposób wyliczać powierzchnię służącą ekspozycji reklamy w przypadku, w którym nie wystarczy policzenie iloczynu jej szerokości i wysokości. Uchwała krajobrazowa w celu uregulowania skomplikowanej problematyki wprowadziła definicje poszczególnych rodzajów tablic reklamowych	

		zdefiniowane w art. 2 pkt 16b i 16c u.p.z.p. Proponowana Uchwała tworzy w ramach zbioru desygnatów nazw „tablice reklamowe” i „urządzenia reklamowe” - bez konsekwentnego zaliczania do tych zbiorów tj. poprzez alternatywnie nierozłącznie zaliczenie desygnatów do obu tych zbiorów za pomocą spójnika „lub” - podzbiory nazw: baner reklamowy, ekran projekcyjny, ekran świetlny, flaga, flaga plażowa, format drobny, format mały, kaseton, markiza, mural reklamowy, pylon, pylon cenowy, pylon wizytówkowy, reklama na obiekcie, reklama okolicznościowa, reklama przenośna reklama typu A, reklama typu B, reklama typu C, reklama wyborcza, siatka reklamowa, słup reklamowy, stojak reklamowy, szyld główny, szyld równoległy, szyld wizytówkowy, tablica wizytówkowa, totem, urządzenie wyborcze, witacz wejściowy i dopiero tworząc zakazy nakazy i dozwolenia wobec desygnatów tych nazw. Skutkiem takiego zabiegu jest wykreowanie przez ustawodawcę uchwały niezgodnych z normą kompetencyjną pojęć, których zdefiniowanie opiera się na złączeniu obu wyraźnie rozdzielonych w ustawie o planowaniu przestrzennym klas desygnatów. Istotnym z punktu widzenia ustawy jest bowiem, czy dany przedmiot jest tablicą reklamową czy urządzeniem reklamowym. Tworzenie definicji legalnych z wykorzystaniem budowy definicji klasycznej nie może prowadzić do naruszania woli racjonalnego ustawodawcy poprzez łącznie gatunków skonstruowanych przez ustawodawcę definicji tj. definicji tablicy reklamowej oraz definicji urządzenia reklamowego.		i urządzeń reklamowych. Przy czym przy spełnieniu pewnych warunków niektóre zdefiniowane w uchwale pojęcia (rodzaje reklam) mogą być tablicą reklamową albo urządzeniem reklamowym w rozumieniu przepisów u.p.z.p.	
284	Ogólna Przekroczenie normy kompetencyjnej w zakresie definicji	Przekroczeniem upoważnienia ustawowego wynikającego z art. 37a u.p.z.p. stanowi także narzucanie dla tablic i urządzeń reklamowych oraz obiektów małej architektury i ogrodzeń	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatu negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane ustalenia są optymalnym	

		jednej kolorystyki - sepii.		rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Ujednolicenie kolorystyki obiektów małej architektury w przestrzeni miasta jest jednym z głównych założeń projektu Uchwały. W tej kwestii wypowiedział się Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi w uzasadnieniu do wyroku z dnia 11 sierpnia 2017 roku, sygn. akt II SA/Łd 523/17 w sprawie tamtejszej uchwały krajobrazowej, uznając że kolorystyka jest istotnym elementem krajobrazu, którego narzędziem ochrony jest uchwała krajobrazowa.	
285	Ogólna Naruszenie zasad techniki prawodawczej	Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 czerwca 2002 r. w sprawie zasad techniki prawodawczej stanowi zbiór reguł tworzenia aktów prawotwórczych. Każdy akt prawotwórczy w tym tworzony przez organy samorządu terytorialnego winien spełniać dyrektywy przywołanego Rozporządzenia. Projekt Uchwały tego postulatu nie realizuje. W pierwszej kolejności podnieść należy, iż projekt uchwały wprowadza definicji, które są niejednoznaczne i mogą być dowolnie interpretowane przez organ egzekwujący realizację Uchwały. Można by twierdzić, jak w przypadku uchwały krajobrazowej uchwalonej przez radę Miasta Łodzi, iż nieostrość i wieloznaczność stanowią naturalną konsekwencję cech języka, w którym redagowane są teksty prawne oraz różnorodności materii podlegającej normowaniu (wyrok d. TK z 18 marca 2010 r., K 8/08, OTK ZU nr 3/A/2010, poz. 23). Przepis § 155 ust. 1 rozporządzenia w sprawie Zasad techniki prawodawczej stanowi, że jeżeli zachodzi potrzeba zapewnienia elastyczności tekstu aktu normatywnego, można posłużyć się określeniami nieostryimi, klauzulami generalnymi albo wyznaczyć	Uwaga częściowo uwzględniona	Projekt uchwały jest zgodny z przywołanymi przez zgłaszającego uwagi przepisami. Projekt uchwały definiuje znaczną część pojęć na użytek uchwały, pozostałe zaś określenia w niej zawarte są zdefiniowane w innych aktach albo są powszechnie używane i w związku z tym nie wymagają doprecyzowania. Ponadto, z uwagi na przedmiot regulacji uchwały niezbędne jest niekiedy posługiwanie się pojęciami nieostryimi, czy klauzulami generalnymi, które będą zapewne podlegały doprecyzowaniu w drodze wykładni przez powołane do tego organy i sądy. Ustawodawca przyznał kompetencje radzie gminy do ustalenia zasad i warunków, których nie da się wprowadzić bez wprowadzenia definicji. Nie są one jednakże sprzeczne z obowiązującym prawem, a jedynie definiują pojęcia, które dotychczas nie miały definicji legalnej dla potrzeb stosowania zasad i warunków określonych w uchwale. Kwestie zgodności ustaleń uchwały z delegacją ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym a także Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów sprawie Zasad techniki prawodawczej oceniać będzie organ nadzoru jakim w tym wypadku jest Wojewoda Pomorski. Wprowadzono modyfikację – słowo „uprawy”	

	nieprzekraczalne dolne lub górne granice swobody rozstrzygnięcia. Z kolei § 146 ust. 1 stanowi, że w ustawie lub innym akcie normatywnym formułuje się definicję danego określenia, jeżeli: 3. zwrot jest wieloznaczny; 4. zwrot jest nieostre, a jest pożądane ograniczenie jego nieostrości; 5. znaczenie zwrotów nie jest powszechnie zrozumiałe; 6. ze względu na dziedzinę stosunków społecznych do których należą regulowane sprawy ustalenia nowego znaczenia danego określenia. Co prawda regulacja zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury i ogrodzeń wymaga w pewnym stopniu zapewnienia elastyczności tekstu aktu normatywnego z uwagi na złożony charakter pojęcia ładu przestrzennego, który niewątpliwie cechuje przymiot dynamiczności będący wynikiem rozwoju inwestycyjnego, zmian infrastruktury urbanistycznej itp., jak i cel jaki realizować ma uchwała staniona na podstawie u.p.z.p., osadzony w zmieniającym się kontekście społecznym, to mieć należy na względzie, że regulacja ta wpływa na prawa jednostki, w tym w znaczącym stopniu oddziałuje na prawo własności, a więc na jedno z podstawowych praw nie tylko na poziomie konstytucyjnym, ale i na poziomie praw człowieka. Ponadto argumentacja dotycząca dopuszczalności wykorzystywania nieostrości języka mogłaby w identyczny sposób być stosowana w odniesieniu do każdego innego obszaru stosunków społecznych; każdy bowiem tym stosunków społecznych jest obecnie w znaczącym stopniu skomplikowany. Niedopuszczalne jest jednak by przepisy		zastąpiono słowem „pola”, które są zdefiniowane ustawowo.	
--	---	--	--	--

	prawa, mające stanowić podstawę stosowania wobec adresatów sankcji były w tan znacznym stopniu nieostre. Przykładowo, przepis proponowanej uchwały § 6 ust. 2) lit. b) wprowadza dopuszczenie sytuowania ogrodów wokół „upraw”, tym samym de facto przepis ten dopuszcza sytuowanie ogrodzeń wokół każdego rodzaju flory, co do której stosowane są mniej lub bardziej intensywne zabiegi pielęgnacyjne; podobnie rzecz ma się co do terminu „techniki plastyczne” na stronie 24 projektu uchwały w punkcie 3). Pojęcie technik plastycznych jest bardzo szerokie; powszechnie uznaje się, że technikami plastycznymi są między innymi: akwarela, gwasz, tempera, technika olejna, pastel ołówkowy, pióro węgiel, druk wypukły: drzeworyt linoryt, druk wklęsły: miedzioryt akwaforta, druk sitowy itp. Innym przykładem otwartości tekstowej, która powodować będzie nieuchronne spory interpretacyjne jest posługiwanie się przez projektodawcę w zakresie ograniczenia liczby szyldów (§ 8 ust 2) pojęciem nieruchomości, podczas gdy nieruchomością jest zarówno samodzielny lokal mieszkalny lub grunt ze wszystkimi posadowionymi na nim budynkami. Znaczną wadą proponowanej regulacji jest również niedoprecyzowania sposobu przeprowadzenia granic pomiędzy poszczególnymi obszarami. Brak ustalenia strony ulic wskazanych jako granice poszczególnych obszarów jest niejednoznaczne i będzie prowadziło do trudności z ustaleniem, czy obiekty położone przykładowo w środkowej części - na pasach zieleni jak chociażby w przypadku ulic dwujezdniowych są zgodne z zastrzeżeniami ustalonymi dla jednej ze stron. Jak wskazał WSA w Warszawie w wyroku z dnia 24 czerwca 2009 r., IV SA/Wa 285/09 niejednoznaczne			
--	---	--	--	--

		określenie granic parku krajobrazowego (również będącego aktem prawa miejscowego) prowadzi do nieważności tego aktu w zakresie, w jakim nie daje się określić, jaki reżim prawny obowiązuje na poszczególnych nieruchomościach.			
286	Ogólne Brak analizy kosztów wprowadzenia Uchwały w życie	Niezgodnym z regułami prawidłowej legislacji jest pominięcie w procesie tworzenia Uchwały, czego wyrazem jest brak jakiegokolwiek wzmianki w tym zakresie w uzasadnieniu projektu Uchwały, analizy kosztów wprowadzenia Uchwały nie tylko z perspektywy budżetu gminy ale również punktu widzenia kosztów mieszkańców. Wprowadzenie w życie niniejszej uchwały siłą rzeczy doprowadzi do powstania kosztów po stronie mieszkańców co najmniej dwóch rodzajów: kosztów działań dostosowawczych - choć z treści uchwały nie wynika jeszcze jakich oraz kosztów odszkodowań jakie podmioty wynajmujące powierzchnie zajmowane pod urządzenia reklamowe, tablice reklamowe, obiekty małej architektury będą musiały zapłacić wobec osób zajmujących lub dzierżawiących powierzchnie zajęte takimi urządzeniami jeżeli czas najmu lub dzierżawy był dłuższy niż wskazane okresy dostosowawcze. Ten poważny mankament prowadzi do pominięcia bardzo istotnego aspektu związanego z powstaniem szeregu sporów dotyczących odszkodowań za niemożność wykonywania stosunków zobowiązaniowych przez umówiony czas. Nie bez znaczenia pozostaje dla oceny procesu legislacyjnego okoliczność, iż Gmina Gdańsk nie prowadzi równolegle prac nad uchwałą mającą ustalać opłaty za umieszczanie urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, a tym samym wysokości sankcji za naruszenie zakazów wskazanych w Uchwale.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Projekt Uchwały Krajobrazowej Gdańska procedowany jest zgodnie z procedurą określoną w Ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Przepisy ustawy, w szczególności art. 37a-37e, nie nakładają obowiązku sporządzenia analizy kosztów społecznych ani kosztów ekonomiczno-finansowych dla miasta. Analiza taka nie stanowi więc elementu procedury uchwalania przez gminy tzw. uchwał krajobrazowych. Sporządzenie tego typu analiz jest obligatoryjne w przypadku uchwalania miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego lub studium zagospodarowania przestrzennego Gminy. Kwestie zgodności ustaleń uchwały z delegacją ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym a także Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów sprawie Zasad techniki prawodawczej oceniać będzie organ nadzoru jakim w tym wypadku jest Wojewoda Pomorski. Ponadto zgodnie z przepisami tzw. Ustawy Krajobrazowej Uchwała o opłatach sporządzona może być jedynie dla obszaru na którym obowiązują ustalenia uchwały reklamowej. W przypadku braku podjęcia takiej uchwały obowiązują stawki określone ustawowo. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania dodatkowych regulacji, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego oraz zadbanie o ład przestrzenny”.	

287	Ogólne Sprzeczność z zasadą praw nabytych	Koniecznym jest również zwrócenie uwagi na możliwość podważenia uchwał ostatecznych decyzji administracyjnej wydanych na podstawie decyzji administracyjnych wydawanych na podstawie ustawy prawo budowlane w zakresie pozwoleń na budowę obiektów małej architektury urządzeń reklamowych oraz tablic reklamowych. Wprowadzenie w życie nowej regulacji podważającej de facto ostateczne decyzje administracyjne prowadzi do oczywistego zanegowania porządku prawnego i zasady zaufania do organów władzy publicznej. Tak jak jeszcze legalnym wydaje się wprowadzenie norm nakazujących, zakazujących czy określających warunki posadawiania obiektów po wejściu w życie aktu normatywnego, tak za niezgodne z zasadą praw nabytych uznać należy nałożenie niedookreślonego zakresowo obowiązku dostosowawczego. Szczególnie doniosłe znaczenie dla oceny legalności proponowanych uchwał rozwiązań prawnych ma ich wpływ na dotychczas obowiązujące stosunki prawne. Mechanizm ochronny w tym zakresie stanowi przede wszystkim zakaz niedziałania prawa wstecz, jak również będąca konsekwencją tej zasady zasada praw nabytych. Wprowadzenie bowiem w życie uchwały w proponowanej treści niewątpliwie spowoduje naruszenie praw nabytych podmiotów, które są właścicielami lub posiadaczami obiektów małej architektury, tablic reklamowych urządzeń reklamowych i ogrodzeń, przy jednoczesnym braku doprecyzowania w uchwale na czym ma polegać dostosowanie poszczególnych obiektów w sposób wydaje się oczywisty uchyla element pewności prawa jako z zakresu kształtowania ustroju przestrzennego. Osoby fizyczne, prawne i jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawne,	Uwaga nieuwzględniona	Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw., zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z rozstrzygnięciem uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., (sygn. akt: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r.) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny. Ponadto rezultatem uwzględniania uwag jest zmiana	
-----	--	--	-----------------------	--	--

		prawdopodobnie na własny koszt będą zmuszone do dokonania niejednokrotnie bardzo istotnych i kosztownych, choć nie wiadomo na czym polegających, przebudów ⁵ lub demontażu istniejących obiektów w bardzo niejednokrotnie krótkim, bo 12 miesięcznym okresie.		ustaleń dot. przepisów dostosowawczych, poprzez wydłużenie okresów na dostosowanie do ustaleń uchwały wszystkich tablic i urządzeń reklamowych do 24 miesięcy, niezależnie od posiadania lub nie pozwoleń na budowę, lub zgłoszeń budowlanych. Uznaje się, że zaproponowany termin jest optymalnym okresem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
288	Ogólne Sprzeczność z zasadami prawa	W literaturze przedmiotu postulowanym jest, że w przypadku gdy gmina w określonych obszarach albo dla określonych kategorii obiektów budowlanych zamierza wprowadzić zakaz sytuowania, musi przestrzegać zasad tzw. władztwa planistycznego, które to pojęcie zostało wypracowane przy materii miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego. Te kryteria muszą spełniać również pozostałe ograniczenia. Władztwo to musi spełniać wymogi: • należytego ważenia interesów, • proporcjonalności (wynikającej z art. 31 ust. 3 Konstytucji RP), • równości wobec prawa. „Należyte ważenie interesów oznacza, że nie można z góry zakładać, że interes publiczny ma pierwszeństwo przed interesem prywatnym albo że interes jednego podmiotu jest ważniejszy niż interes innego a ograniczenia muszą być dokonywane z uwzględnieniem uzasadnionych interesów podmiotów zainteresowanych sytuowaniem określonych obiektów. Organy gminy wprowadzając takie, warunki i zasady będą musiały wykazać, że służy on ważnemu celowi (ochronie krajobrazu, ochronie ładu przestrzennego, zabytków, bezpieczeństwu publicznemu) a właśnie ich wprowadzenie ma się do osiągnięcia tego celu przyczynić. W odniesieniu do miejscowych planów	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych wobec podmiotów, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego oraz zadbanie o ład przestrzenny”. Art. 37a ust. 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym wyraźnie zaznacza, że „Uchwała, o której mowa w ust. 1, może przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy określając w sposób jednoznaczny granice tych obszarów”. Opis delimitacji obszarów wraz z uzasadnieniem ich wyboru ujęty został w § 3 ust. 2 Uchwały. Uchwała nie wprowadza ustaleń uprzywilejowujących obszary gminy. Definicja terenu publicznego zawarta w § 4 ust. 1 pkt 40 wyraźnie zaznaczała, że w rozumieniu ustaleń Uchwały jest to „przestrzeń ogólnodostępna niezależnie od form własności(...)”. Mimo wszystko w celu uniknięcia wszelkich wątpliwości interpretacyjnych w wyniku uwzględnienia uwag w uchwale usunięto przepis dotyczący określenia definicji „teren publiczny”. Tym samym wykreślono ustalenie dot. możliwości sytuowania pewnych formy reklamy wyłącznie na terenach publicznych. Pozostałe zarzuty nie dotyczą ustaleń projektu Uchwały Krajobrazowej gdańska a kwestie w nich poruszone rozstrzygnięte zostały na poziomie ustawowym (w tzw. ustawie krajobrazowej).	

	zagospodarowania przestrzennego sądy administracyjne wskazywały, ograniczenia i zakazy w zagospodarowaniu terenu powinny być uzasadnione uniwersalnymi wartościami, których nośnikiem jest zamierzony cel publiczny, racjonalność ograniczenia, jego współmierność odniesiona do zakresu ciężaru ponoszonego przez obywatela i legalność wprowadzenia ograniczenia (wyrok NSA z dnia czerwca 2012 r., sygn. akt II OSK 944/12). Wypełnienie wymogu równości oznacza, że przy określaniu warunków i zasad dotyczących sytuowania albo zakazu sytuowania obiektów w uchwale reklamowej nie można bez uzasadnionych przyczyn różnicować ustaleń dla różnych terenów, jeżeli cechują się takimi samymi cechami albo uwarunkowaniami. Prowadziłoby to bowiem do nierówności wobec prawa. „Za niedopuszczalne należy również uznać różnicowanie ustaleń uchwały o charakterze podmiotowym (na przykład wprowadzenie innych regulacji dla obiektów gminnych a innych dla pozostałych albo innych dla osób fizycznych a innych dla osób prawnych) Jak wskazał NSA w wyroku z 24 października 2014 r., sygn. akt II OSK 906/13, zawsze w sytuacjach, gdy w procesie planistycznym wchodzi w grę sprzeczne interesy, interesy poszczególnych właścicieli nieruchomości, interes społeczny, gminny konieczne jest wyważenie tych interesów, a wnioski wysnute z wyważania tych interesów i motywy, które to doprowadziły do tych wniosków winny znaleźć odzwierciedlenie w procedurze planistycznej. Poddany konsultacjom projekt Uchwały wprost wprowadza uprzywilejowanie gminy na niektórych terenach, poprzez zastrzeżenie prawa umieszczania urządzeń reklamowych o tablic reklamowych wyłącznie na			
--	--	--	--	--

		nieruchomościach gminy. Jest to w sposób oczywisty sprzeczne z zasadą równości wobec prawa. Bardzo duże znaczenie w kontekście proponowanej uchwały ma przerzucenie całości kosztów dostosowania na posiadaczy lub wścieri obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych i ogrodzeń. Stanowi to jaskrawe i oczywiste naruszenie zasady proporcjonalności i wyważenia interesu publicznego. Dotyczy to w szczególności obowiązku dostosowania ogrodzeń, ewentualnego wycięcia tysięcy żywopłotów, itp. chociaż co podkreśla opiniujący projekt uchwały nie zawiera najmniejszych wskazówek co do sposobu dostosowania do wymogów proponowanej uchwały obiektów w niej wskazanych. W procesie legislacyjnym nie dokonana analizy kosztów jakie poniesione być muszą przez mieszkańców gminy na dostosowanie do wymogów proponowanej uchwały. Stanowi to naruszenie zasady proporcjonalności, koszt bowiem wprowadzenia Uchwały w życie poniesie wyłącznie właściciel lub posiadacz nieruchomości. Brak możliwości zastosowania sankcji wobec podmiotów które nie dostosują reklam do wymogów uchwały. Ograniczenie do nakładania obowiązków, aktami rangi ustawowych.			
--	--	---	--	--	--

Cityboard Media Sp. z o.o., reprezentowana przez bnt Neupert Zamorska & Partnerzy sp. j. – z dn. 20.10.2017 r. (data wpływu 23.10.2017 r.):

289	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 4 ust. 1	Wnosimy o zmianę § 4 ust. 1 Projektu poprzez dodanie do niego pkt 17a w następującym brzmieniu: „17a) nieruchomość — działka ewidencyjna w rozumieniu przepisów rozporządzenia Ministra Rozwoju Regionalnego i Budownictwa z dnia 29 marca 2001 r. w sprawie ewidencji gruntów	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Ustawa krajobrazowa nie definiuje pojęcia nieruchomości dlatego przyjmuje się jej rozumienie wynikające z innych przepisów.	
-----	--	--	-----------------------	--	--

		i budynków, tekst jednolity Dz.U. z 2016. Poz. 1034 z późniejszymi zmianami.” Uzasadnienie uwagi: wiele przepisów Działu II Projektu odnosi się do pojęcia nieruchomości ograniczając np. dopuszczalną maksymalną liczbę tablic i urządzeń reklamowych danego typu czy to szyldów na jednej nieruchomości. Wskazujemy, że w prawie polskim występują różne definicje pojęcia nieruchomości, czym innym jest nieruchomość w rozumieniu przepisów o ewidencji gruntów i budynków (działka ewidencyjna), a czym innym jest nieruchomość w sensie wieczystoksięgowym, która może się składać z wielu działek ewidencyjnych. W celu uniknięcia wątpliwości przy stosowaniu Projektu po jego uchwaleniu niezbędne jest doprecyzowanie w tym miejscu o jakie rozumienie nieruchomości chodzi.			
290	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 4 ust. 1 pkt 23	Wnosimy o zmianę § 4 ust. 1 pkt 23 Projektu, przez nadanie mu nowego następującego brzmienia: „23) reklama na obiekcie budowlanym - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe usytuowane bezpośrednio na obiekcie budowlanym, w tym na dachach, lub niemocowane do obiektu budowlanego, ale usytuowane w odległości nie większej niż 0,2m od ściany tego obiektu budowlanego w celu jego ochrony przed skutkami montażu”. Uzasadnienie uwagi: Zawarte w tym przepisie Projektu pojęcie obiektu jest niejasne na gruncie prawa polskiego, szczególnie przepisów prawa budowlanego, zatem powinno być uściślone przez odniesienie do przepisów ustawy Prawo budowlane, które posługuje się pojęciem obiektu budowlanego, zdefiniowanym w § 3 pkt 1 ustawy Prawo budowlane, jako kategoria zbiorcza, obejmująca zarówno budynki, jak i budowle a także obiekty małej architektury.	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwaga uwzględniona następującą zmianą definicji określenia - reklama na obiekcie - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe usytuowane bezpośrednio na obiekcie lub niemocowane do obiektu, ale usytuowane w całości w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego obiektu	

		Dodatkowo w definicji dla uniknięcia wątpliwości powinno zostać wskazane, że pojęcie reklamy na obiekcie budowlanym obejmuje swoim zakresem znaczeniowym również reklamy na dachach budynków, bo reklama na dachu w słownikowym znaczeniu niewątpliwie też jest reklamą usytuowaną na obiekcie budowlanym.			
291	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 4 ust. 1 pkt 27 Projektu	Wnosimy o zmianę § 4 ust. 1 pkt 27 Projektu, przez nadanie mu nowego następującego brzmienia: „27) reklama typu B — jedno- lub dwustronna reklama w formie tablicy reklamowej z powierzchnią ekspozycji reklamy od 9 m2 do maksymalnie 18 m2 z dopuszczalnym odchyleniem o 5%, posadowionej na jednym słupie lub na większej ich ilości;” Uzasadnienie uwagi: Zawarta w tym przepisie Projektu definicja reklamy typu B jest niejasna i nie odpowiada standardom wielkości reklam przyjętym powszechnie w branży reklamowej, dlatego wnosimy o jej zmianę. Projektowane uzasadnienie Projektu mówi o tym, że ustalenia dla reklamy wolnostojącej przyjęto na podstawie „rynku współcześnie stosowanych formatów” - wielkość reklam pomiędzy 9 m2 a 18 m2 to powszechnie przyjęty tzw. format średni reklam. Przyjęcie takich parametrów umożliwi deklarowane w projektowanym uzasadnieniu do Projektu „wyważenie interesu publicznego i interesów prywatnych”, które w obecnej wersji Projektu nie ma miejsca, także dlatego, że brak jest podstaw do wyrugowania wszelkich reklam stojących na więcej niż jednym słupie. Tak sformułowane ograniczenie eliminuje legalnie dotąd wzniesione na terenie Miasta Gdańska tablice i urządzenia reklamowe w większym formacie, godzi w ochronę praw nabytych przez podmioty, które dokonały zgodnie	Uwaga nieuwzględniona	Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie B do 18 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw., zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., (sygn. akt: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r.) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia	

		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. Więcej na ten temat w uzasadnieniu do uwagi do § 20 Projektu. Wskazujemy też, że przyjęta dotąd w Projekcie definicja reklamy wolnostojącej jako „trwale z gruntem związanej” jest sprzeczna z orzecnictwem sądów administracyjnych, które jako wolnostojące określają tablice i urządzenia reklamowe opierające się siłom przyrody, w szczególności sile wiatru, niezależnie od tego czy są one trwale związane z gruntem czy nie (tak np. wyrok NSA z 12.05.2009 r. sygn. akt II OSK 735/08), dlatego proponujemy usunięcie tych słów z przedmiotowej definicji i pozostałych punktów Projektu, w których one się pojawiają w kontekście reklamy wolnostojącej. Nadto sformułowanie o tablicach danego typu (A, B, C) pojawia się w regulacjach dla poszczególnych obszarów Miasta Gdańsk w Projekcie także w odniesieniu do reklam na obiektach - w celu usunięcia tej sprzeczności (reklama wolnostojąca nie jest reklamą na obiekcie) zasadne jest usunięcie z przedmiotowej definicji także słowa „wolnostojąca”.		29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny.	
292	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 4 ust. 1 pkt 28 Projektu	Wnosimy o zmianę § 4 ust. 1 pkt 28 Projektu, przez nadanie mu nowego następującego brzmienia: „28) reklama typu C - jedno- lub dwustronna reklama w formie tablicy reklamowej z powierzchnią ekspozycji reklamy od 18 m2 do maksymalnie 24 m2 z dopuszczalnym odchyleniem o 5%, posadowionej na jednym słupie lub na większej ich ilości;” Uzasadnienie uwagi: Zawarta w tym przepisie Projektu definicja reklamy typu C jest niejasna i nie odpowiada	Uwaga nieuwzględniona	Uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie C do 24 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa	

	standardom wielkości reklam przyjętym powszechnie w branży reklamowej, dlatego wnosimy o jej zmianę. Projektowane uzasadnienie Projektu mówi o tym, że ustalenia dla reklamy wolnostojącej przyjęto na podstawie „rynku współcześnie stosowanych formatów” - wielkość reklam pomiędzy 18 m² a 24 m² to powszechnie przyjęty tzw. format duży reklam. Przyjęcie takich parametrów umożliwi deklarowane w projektowanym uzasadnieniu do Projektu „wyważenie interesu publicznego i interesów prywatnych”, które w obecnej wersji Projektu nie ma miejsca także dlatego, że brak jest podstaw do wyrugowania wszelkich reklam stojących na więcej niż jednym słupie. Tak sformułowane ograniczenie eliminuje legalnie dotąd wzniesione na terenie Miasta Gdańska tablice i urządzenia reklamowe w większym formacie, 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. Więcej na ten temat w uzasadnieniu do uwagi do § 20 Projektu. Wskazujemy też, że przyjęta dotąd w Projekcie definicja reklamy wolnostojącej jako „trwale z gruntem związanej” jest sprzeczna z orzecznictwem sądów administracyjnych, które jako wolnostojące określają tablice i urządzenia reklamowe opierające się siłom przyrody, w szczególności sile wiatru, niezależnie od tego czy są one trwale związane z gruntem czy nie (tak np. wyrok NSA z 12.05.2009 r. sygn. akt II OSK 735/08), dlatego proponujemy usunięcie tych słów z przedmiotowej definicji i pozostałych punktów Projektu, w których one się pojawiają w kontekście reklamy wolnostojącej. Nadto sformułowanie		„krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw., zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z rozstrzygnięciem uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., (sygn. akt: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r.) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny.	
--	--	--	--	--

		o tablicach danego typu (A, B, C) pojawia się w regulacjach dla poszczególnych obszarów Miasta Gdańsk w Projekcie także w odniesieniu do reklam na obiektach - w celu usunięcia tej sprzeczności (reklama wolnostojąca nie jest reklamą na obiekcie) zasadne jest usunięcie z przedmiotowej definicji także słowa „wolnostojąca”			
293	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 4 ust. 1 Projektu	Wnosimy o zmianę § 4 ust. 1 Projektu, przez dodanie do niego nowego pkt 28a o następującym brzmieniu: „28a) reklama typu D - jedno- lub dwustronna reklama w formie tablicy reklamowej z powierzchnią ekspozycji reklamy większym niż 24 m2, posadowionej na jednym słupie lub na większej ich ilości;” Projektowane uzasadnienie Projektu mówi o tym, że ustalenia dla reklamy wolnostojącej przyjęto na podstawie „rynku współcześnie stosowanych formatów”, Projekt jednak całkowicie pomija powszechnie przyjęty tzw. format wielki reklam, czyli powyżej 24 m2. Dodatkowo dopuszczenie takich parametrów umożliwi deklarowane w projektowanym uzasadnieniu do Projektu „wyważenie interesu publicznego i interesów prywatnych”, które w obecnej wersji Projektu nie ma miejsca. Generalny zakaz sytuowania innych tablic i urządzeń reklamowych niż wskazany w uchwale sformułowany w § 2 ust. 1 Projektu eliminuje legalnie dotąd wzniesione na terenie Miasta Gdańska tablice i urządzenia reklamowe w tym formacie, 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. Więcej na ten temat w uzasadnieniu do uwagi do § 20 Projektu.	Uwaga uwzględniona częściowo	Uchwała została uzupełniona o warunki dostosowania istniejących tablic/urządzeń reklamowych, w szczególności reguły rozstrzygające „pierwszeństwo”, w sytuacji gdy na nieruchomości jest kilka tablic/urządzeń reklamowych lub szyldów, które spełniają wymogi uchwały krajobrazowej. Natomiast uwzględnienie postulatu w postaci dopuszczenia reklam o formacie 24 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecnictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw., zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona	

				regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z rozstrzygnięciem uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., (sygn. akt: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r.) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny.	
294	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 9 ust. 1 pkt 1 lit. a) Projektu	Wnosimy o zmianę § 9 ust. 1 pkt 1 lit. a) Projektu przez wykreślenie z niego słów „w szczególności podestów”. Uzasadnienie uwagi: niejasne jest ratio legis zakazania montowania podestów na tablicach i urządzeniach reklamowych, które wszakże służą względem bezpieczeństwa i higieny pracy, tj. bezpieczeństwu pracowników wymieniających plakaty reklamowe. To bezpieczeństwo musi być zapewnione i Miasto Gdańsk projektowaną uchwałą nie może zasadnie wprowadzać ograniczeń sprzecznych z przepisami powszechnie obowiązującego prawa w zakresie bhp. Ponadto likwidacja podestów doprowadzi do konieczności wymiany plakatów na tablicach reklamowych przy użyciu podnośników, co może niszczyć trawniki, chodniki i infrastrukturę położoną	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń reklamowych. W wyniku uwzględnienia innej uwagi zmieniono ustalenia § 9 ust. 1 pkt 1 lit. a: a) montowania na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych elementów konstrukcyjnych w postaci podestów	

		wokół tablicy reklamowej, co według naszej wiedzy nie jest skutkiem preferowanym i oczekiwanym przez Miasto Gdańsk.			
295	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 9 ust. 1 pkt 1 lit. b) tiret 6	Wnosimy o zmianę § 9 ust. 1 lit. b) Projektu poprzez wykreślenie z niego tiret 6, dot. zakazu sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na dachach obiektów budowlanych oraz dodanie w przepisach Projektu dla poszczególnych obszarów Miasta Gdańska SR, Si, S2, S3, SP oraz SI w ich ust. 4 dotyczących reklam na obiektach zasad dopuszczających ich sytuowanie na dachach oraz ich gabaryty ze szczególnym uwzględnieniem postulowanych reklam typu D (powyżej 24 m2 powierzchni ekspozycji) Uzasadnienie uwagi: Brak jest uzasadnienia wprowadzenia takiego zakazu: w szczególności wiele reklam, w tym historycznych, np. w formie neonów lokowane było właśnie na dachach budynków ze względu na to, że są tam dobrze wyeksponowane nie zagrażając bezpieczeństwu ruchu drogowego. Nie było też jak dotąd żadnych przypadków w skali całego kraju, aby takie reklamy spadły, są zatem bezpieczne. Wskazujemy też, że ze względu na konieczność ich widoczności i czytelności formaty typu A do C są zbyt małe, dlatego zasadne jest wprowadzenie dopuszczalności w tym zakresie reklam typu D - powyżej 24 m2powierzchni ekspozycji.	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Uwzględnienie postulatów w postaci dopuszczenia reklam na dachach oraz reklam o formacie 24 m2 negatywnie wpłynęłoby na realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Zaproponowane w uchwale dopuszczalne formaty reklam są optymalnym rozwiązaniem wyważającym interesy społeczne, cele ochrony krajobrazu oraz praktyczne możliwości dostosowania istniejących tablic i urządzeń reklamowych do ustaleń uchwały.	
296	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 9 ust. 1 pkt 1 lit. c) Projektu	Wnosimy o zmianę § 9 ust. 1 lit. c) Projektu poprzez nadanie mu nowego następującego brzmienia: „c) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w odległości mniejszej niż 15 m od skrzyżowania, dla ulic wymienionych w Załączniku nr 3 niniejszej Uchwały, z wyłączeniem: reklam formatu drobnego i małego, reklam typu A, reklam typu B, słupów reklamowych, tablic	Uwaga częściowo uwzględniona	Rezultatem uwzględniania uwag jest usunięcie Załącznika Nr 3 - Wykazu ulic o dużym znaczeniu komunikacyjnym i podwyższonym standardzie bezpieczeństwa wraz ze wszystkimi ustaleniami, które go dotyczyły. Z regulacji tej zrezygnowano z powodu braku możliwości regulowania standardów bezpieczeństwa uchwałą krajobrazową – zasady bezpieczeństwa ruchu regulowane są przepisami szczególnymi. Dokument tym samym nie stanowi już	

		wizytówkowych, pylonów, masztów flagowych, reklam przenośnych, reklamy wyborczej oraz elementów SIL, ” Uzasadnienie uwagi: W gęstej miejskiej siatce ulic wprowadzenie przedmiotowego ograniczenia odległości reklam od skrzyżowań oznaczałoby w praktyce funkcjonalny całkowity zakaz reklam przy tych ulicach, ponieważ skrzyżowania znajdują się często w odległości mniejszej niż 70 m, dlatego postulujemy ograniczenie tej odległości do 15 m oraz ponieważ są to trasy przelotowe, przy których mniejsze nośniki reklamowe są nieczytelne, to wnosimy także, aby zakaz ten nie dotyczył również tablic i urządzeń reklamowych typu B. Wskazujemy, że lokowanie małych nośników reklamowych typu A przy takich ulicach może prowadzić do tego, że kierowcy będą odwracać uwagę od ruchu drogowego aby dojrzeć co jest na małym nośniku reklamowym (3 m2), co może generować wypadki. Dlatego zasadne jest dopuszczenie przy tych trasach większych i dzięki temu czytelniejszych tablic i urządzeń reklamowych.		integralnej części uchwały.	
297	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 9 ust. 1 pkt 2 lit. d)	Wnosimy o zmianę § 9 ust. 1 pkt 2 Projektu poprzez wykreślenie z niego lit. d) dot. obowiązku sytuowania fundamentów reklamy wolnostojącej trwale związanej z gruntem w całości pod poziomem terenu. Uzasadnienie uwagi: Tak sformułowane ograniczenie eliminuje wiele z dotąd legalnie wzniesionych na terenie Miasta Gdańska tablic reklamowych, których fundamenty powstały zgodnie z projektem i zgłoszeniem robót budowlanych w taki sposób, że wystaje on częściowo nad ziemię lub jest posadowiony na powierzchni gruntu. Ponieważ „poprawka” takiej tablicy reklamowej nie będzie już możliwa w przypadku istniejących już w Gdańsku tablic	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga bezprzedmiotowa. Zgodnie z ustawowymi definicjami tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego obejmują one ich elementy konstrukcyjne i zamocowania. W związku z tym wymogi dotyczące tych elementów stanowią warunki i zasady sytuowania tablic/urządzeń reklamowych.	

		reklamowych, to regulacja ta automatycznie umożliwi nakładanie na ich operatorów kar administracyjnych po upływie okresu dostosowawczego czyli automatycznie je zdelegalizuje i doprowadzi do konieczności ich rozbiórki, mimo że nie zostaną orzeczone wobec nich nakazy rozbiórki. 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. Więcej na ten temat w uzasadnieniu do uwagi do § 20 Projektu.			
298	Dział I Przepisy ogólne Uwaga do § 9 ust. 1 pkt 2 lit. f) Projektu	Wnosimy o zmianę § 9 ust. 1 pkt 2 Projektu poprzez wykreślenie z niego lit. f) dot. obowiązku zachowania określonych odległości między poszczególnymi typami reklamowych Uzasadnienie uwagi: Tak sformułowane ograniczenie jest niewykonalne w przypadku istniejących już na terenie Miasta Gdańska tablic i urządzeń reklamowych podlegających obowiązkowi dostosowawczemu przewidzianemu w § 20 Projektu, ponieważ nie precyzuje, która z tablic reklamowych znajdująca się w odległości bliższej niż przewidziana w tym przepisie od innej tablicy reklamowej miałaby podlegać usunięciu (obie? ta posadowiona wcześniej? nielegalna w stosunku do legalnej? a co jeśli obie tablice będą legalne?). Rozwiązanie to eliminuje wiele z dotąd legalnie wzniesionych na terenie Miasta Gdańska tablic reklamowych, które powstały zgodnie z projektem i zgłoszeniem robót budowlanych czy pozwoleniem na budowę. Ponieważ „przesunięcie” takiej tablicy reklamowej nie będzie już możliwa w przypadku istniejących już w Gdańsku tablic reklamowych, to regulacja ta automatycznie	Uwaga uwzględniona częściowo	Uchwała została uzupełniona o warunki dostosowania istniejących tablic/urządzeń reklamowych, w szczególności reguły rozstrzygające „pierwszeństwo”, w sytuacji gdy na nieruchomości jest kilka tablic/urządzeń reklamowych lub szyldów, które spełniają wymogi uchwały krajobrazowej. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw., zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych.	

		umożliwi nakładanie na ich operatorów kar administracyjnych po upływie okresu dostosowawczego czyli automatycznie je zdelegalizuje i doprowadzi do konieczności ich rozbiórki, mimo że nie zostaną orzeczone wobec nich nakazy rozbiórki. 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. Więcej na ten temat w uzasadnieniu do uwagi do § 20 Projektu.		Zgodnie z rozstrzygnięciem uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., (sygn. akt: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r.) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny.	
299	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 14 ust. 5 Projektu	Wnosimy o dodanie do § 14 ust. 5 Projektu nowego pkt 7) o następującym brzmieniu: „7) reklama typu B a) dopuszcza się sytuowanie na terenach publicznych i prywatnych, b) dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 10 m.” Uzasadnienie uwagi: Obszar Si znajduje się poza ścisłym Centrum Miasta Gdańska i lokowanie w nim reklam postulowanego typu B (9-18 m2) nie narusza ładu przestrzennego, rozwiązanie to umożliwi także zapewnienie należytej ochrony praw nabytych podmiotom które w dobrej wierze i legalnie wzniosły w tym obszarze tablice i urządzenia reklamowe w okresie poprzedzającym wejście w życie uchwały. Więcej na ten temat w uzasadnieniu do uwagi do § 20 Projektu.	Uwaga uwzględniona częściowo	Podniesiono wysokość reklamy typu B z 6 m do 7 m. Natomiast uchwała nie może rozróżniać terenów na prywatne i publiczne – ochrona krajobrazu dotyczy całego obszaru miasta. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla	

				tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw., zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z rozstrzygnięciem uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., (sygn. akt: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r.) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny.	
300	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 15 ust. 5 pkt 4 lit. b) Projektu	Wnosimy o zmianę § 15 ust. 5 pkt 4 lit. b) Projektu przez jego całkowite wykreślenie, tj. usunięcie zapisów o dopuszczalnych odległościach sytuowania tablic reklamowych od elementów infrastruktury drogowej (krawędzi jezdni i pasa drogowego). Uzasadnienie uwagi: zapis ten wprowadza liczne ograniczenia w zakresie możliwości lokowania billboardów w określonych odległościach od określonych elementów infrastruktury drogowej. Brak jest podstaw do wprowadzenia takich ograniczeń w zakresie odległości od innych elementów infrastruktury drogowej, ponieważ ograniczenia w zakresie odległości nośników reklamowych od elementów infrastruktury drogowej są zawarte w art. 42a ust. 1 w zw.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń.	

		z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz.U. z 2016 r., poz. 1440 ze zm.), brak jest zatem kompetencji po stronie Rady Miasta Gdańska, aby uregulować w sposób wiążący tematykę uregulowaną w odmienny sposób w regulacjach rangi ustawowej, jest to niedopuszczalna ingerencja w materię zastrzeżoną dla ustawodawcy. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11.08.2017 r. w sprawie II SA/Łd 523/17 stwierdził nieważność uchwały krajobrazowej Miasta Łodzi zawierającej analogiczne rozwiązania prawne.			
301	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 15 ust. 5 pkt 4 lit. d) Projektu	Wnosimy o zmianę § 15 ust. 5 pkt 4 lit. d) Projektu przez nadanie mu następującego brzmienia: „d) — dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 10 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu;” Uzasadnienie uwagi: Ograniczenie do 6 m spowoduje konieczność „dostosowania” tj. likwidacji większości istniejących tablic i urządzeń reklamowych w tej strefie, dlatego postulujemy podniesienie maksymalnej dopuszczalnej ich wysokości.	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwzględniono zmianę do projektu uchwały: dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 7 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu.	
302	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 16 ust. 5 pkt 4 lit. b) Projektu	Wnosimy o zmianę § 16 ust. 5 pkt 4 lit. b) Projektu przez jego całkowite wykreślenie, tj. usunięcie zapisów o dopuszczalnych odległościach sytuowania tablic reklamowych od elementów infrastruktury drogowej (krawędzi jezdni i pasa drogowego). Uzasadnienie uwagi: zapis ten wprowadza liczne ograniczenia w zakresie możliwości lokowania billboardów w określonych odległościach od określonych elementów infrastruktury drogowej. Brak jest podstaw do wprowadzenia takich ograniczeń w zakresie odległości od innych elementów infrastruktury drogowej, ponieważ ograniczenia w zakresie odległości nośników	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń.	

		reklamowych od elementów infrastruktury drogowej są zawarte w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz.U. z 2016 r., poz. 1440 ze zm.), brak jest zatem kompetencji po stronie Rady Miasta Gdańska, aby uregulować w sposób wiążący tematykę uregulowaną w odmienny sposób w regulacjach rangi ustawowej, jest to niedopuszczalna ingerencja w materię zastrzeżoną dla ustawodawcy. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11.08.2017 r. w sprawie II SA/Łd 523/17 stwierdził nieważność uchwały krajobrazowej Miasta Łodzi zawierającej analogiczne rozwiązania prawne.			
303	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 16 ust. 5 pkt 4 lit. d) Projektu	Wnosimy o zmianę § 16 ust. 5 pkt 4 lit. d) Projektu przez nadanie mu następującego brzmienia: „d) - dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 10 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu.” Uzasadnienie uwagi: Ograniczenie do 6 m spowoduje konieczność „dostosowania” tj. likwidacji większości istniejących tablic i urządzeń reklamowych w tej strefie, dlatego postulujemy podniesienie maksymalnej dopuszczalnej ich wysokości.	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwaga uwzględniona zmianę do projektu uchwały: dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 7 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu.	
304	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 16 ust. 5 pkt 5 lit. a) Projektu	Wnosimy o zmianę § 16 ust. 5 pkt 5 lit. a) Projektu przez jego całkowite wykreślenie, tj. usunięcie zapisów o dopuszczalnych odległościach sytuowania tablic reklamowych od elementów infrastruktury drogowej (krawędzi jezdni i pasa drogowego). Uzasadnienie uwagi: zapis ten wprowadza liczne ograniczenia w zakresie możliwości lokowania billboardów w określonych odległościach od określonych elementów infrastruktury drogowej. Brak jest podstaw do wprowadzenia takich ograniczeń w zakresie odległości od innych elementów	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni, jednakże w wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis dopuszczający reklamę typu C na tym obszarze.	

		infrastruktury drogowej, ponieważ ograniczenia w zakresie odległości nośników reklamowych od elementów infrastruktury drogowej są zawarte w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz.U. z 2016 r., poz. 1440 ze zm.), brak jest zatem kompetencji po stronie Rady Miasta Gdańska, aby uregulować w sposób wiążący tematykę uregulowaną w odmienny sposób w regulacjach rangi ustawowej, jest to niedopuszczalna ingerencja w materię zastrzeżoną dla ustawodawcy. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11.08.2017 r. w sprawie II SA/Łd 523/17 stwierdził nieważność uchwały krajobrazowej Miasta Łodzi zawierającej analogiczne rozwiązania prawne.			
305	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 16 ust. 5 pkt 5 lit. c) Projektu	Wnosimy o zmianę § 16 ust. 5 pkt 4 lit. c) Projektu przez nadanie mu następującego brzmienia: „c) - dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 12 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu;” Uzasadnienie uwagi: Ograniczenie do 8 m spowoduje konieczność „dostosowania” tj. likwidacji większości istniejących tablic i urządzeń reklamowych w tej strefie, dlatego postulujemy podniesienie maksymalnej dopuszczalnej ich wysokości.	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni, jednakże w wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis dopuszczający reklamę typu C na tym obszarze.	
306	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 17 ust. 5 pkt 4 lit. b) Projektu	Wnosimy o zmianę § 17 ust. 5 pkt 4 lit. b) Projektu przez jego całkowite wykreślenie, tj. usunięcie zapisów o dopuszczalnych odległościach sytuowania tablic reklamowych od elementów infrastruktury drogowej (krawędzi jezdni i pasa drogowego). Uzasadnienie uwagi: zapis ten wprowadza liczne ograniczenia w zakresie możliwości lokowania billboardów w określonych odległościach od określonych elementów infrastruktury drogowej. Brak jest	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam,	

		podstaw do wprowadzenia takich ograniczeń w zakresie odległości od innych elementów infrastruktury drogowej, ponieważ ograniczenia w zakresie odległości nośników reklamowych od elementów infrastruktury drogowej są zawarte w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz.U. z 2016 r., poz. 1440 ze zm.), brak jest zatem kompetencji po stronie Rady Miasta Gdańska, aby uregulować w sposób wiążący tematykę uregulowaną w odmienny sposób w regulacjach rangi ustawowej, jest to niedopuszczalna ingerencja w materię zastrzeżoną dla ustawodawcy. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11.08.2017 r. w sprawie II SA/Łd 523/17 stwierdził nieważność uchwały krajobrazowej Miasta Łodzi zawierającej analogiczne rozwiązania prawne.		które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń.	
307	Uwaga do § 17 ust. 5 pkt 4 lit. d) Projektu	Wnosimy o zmianę § 17 ust. 5 pkt 4 lit. d) Projektu przez nadanie mu następującego brzmienia: „d) - dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 10 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu;” Uzasadnienie uwagi: Ograniczenie do 6 m spowoduje konieczność „dostosowania” tj. likwidacji większości istniejących tablic i urządzeń reklamowych w tej strefie, dlatego postulujemy podniesienie maksymalnej dopuszczalnej ich wysokości.	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwaga uwzględniona zmianę do projektu uchwały: dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 7 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu.	
308	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 17 ust. 5 pkt 5 lit. a) Projektu	Wnosimy o zmianę § 17 ust. 5 pkt 5 lit. a) Projektu przez jego całkowite wykreślenie, tj. usunięcie zapisów o dopuszczalnych odległościach sytuowania tablic reklamowych od elementów infrastruktury drogowej (krawędzi jezdni i pasa drogowego). Uzasadnienie uwagi: zapis ten wprowadza liczne ograniczenia w zakresie możliwości lokowania billboardów	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów	

		w określonych odległościach od określonych elementów infrastruktury drogowej. Brak jest podstaw do wprowadzenia takich ograniczeń w zakresie odległości od innych elementów infrastruktury drogowej, ponieważ ograniczenia w zakresie odległości nośników reklamowych od elementów infrastruktury drogowej są zawarte w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz.U. z 2016 r., poz. 1440 ze zm.), brak jest zatem kompetencji po stronie Rady Miasta Gdańska, aby uregulować w sposób wiążący tematykę uregulowaną w odmienny sposób w regulacjach rangi ustawowej, jest to niedopuszczalna ingerencja w materię zastrzeżoną dla ustawodawcy. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11.08.2017 r. w sprawie II SA/Łd 523/17 stwierdził nieważność uchwały krajobrazowej Miasta Łodzi zawierającej analogiczne rozwiązania prawne.		tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń.	
309	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 17 ust. 5 pkt 5 lit. c) Projektu	Wnosimy o zmianę § 17 ust. 5 pkt 4 lit. c) Projektu przez nadanie mu następującego brzmienia: „c) - dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 12 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu,” Uzasadnienie uwagi: Ograniczenie do 8 m spowoduje konieczność „dostosowania” tj. likwidacji większości istniejących tablic i urządzeń reklamowych w tej strefie, dlatego postulujemy podniesienie maksymalnej dopuszczalnej ich wysokości.	Uwaga częściowo uwzględniona	Wprowadzono następującą zmianę do projektu uchwały: dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 8,5 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu.	
310	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 18 ust. 5 pkt 4 lit. b) Projektu	Wnosimy o zmianę § 18 ust. 5 pkt 4 lit. b) Projektu przez jego całkowite wykreślenie, tj. usunięcie zapisów o dopuszczalnych odległościach sytuowania tablic reklamowych od elementów infrastruktury drogowej (krawędzi jezdni i pasa drogowego).	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może	

		Uzasadnienie uwagi: zapis ten wprowadza liczne ograniczenia w zakresie możliwości lokowania billboardów w określonych odległościach od określonych elementów infrastruktury drogowej. Brak jest podstaw do wprowadzenia takich ograniczeń w zakresie odległości od innych elementów infrastruktury drogowej, ponieważ ograniczenia w zakresie odległości nośników reklamowych od elementów infrastruktury drogowej są zawarte w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz.U. z 2016 r., poz. 1440 ze zm.), brak jest zatem kompetencji po stronie Rady Miasta Gdańska, aby uregulować w sposób wiążący tematykę uregulowaną w odmienny sposób w regulacjach rangi ustawowej, jest to niedopuszczalna ingerencja w materię zastrzeżoną dla ustawodawcy. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11.08.2017 r. w sprawie II SA/Łd 523/17 stwierdził nieważność uchwały krajobrazowej Miasta Łodzi zawierającej analogiczne rozwiązania prawne.		wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń.	
311	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 18 ust. 5 pkt 4 lit. d) Projektu	Wnosimy o zmianę § 18 ust. 5 pkt 4 lit. d) Projektu przez nadanie mu następującego brzmienia: „d) - dopuszczalna wysokość reklamy wynosi nie więcej niż 10 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu,” Uzasadnienie uwagi: Ograniczenie do 6 m spowoduje konieczność „dostosowania” tj. likwidacji większości istniejących tablic i urządzeń reklamowych w tej strefie, dlatego postulujemy podniesienie maksymalnej dopuszczalnej ich wysokości.	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwaga uwzględniona zmianę do projektu uchwały: dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 7 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu.	
312	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 18 ust. 5 pkt 5 lit. a) Projektu	Wnosimy o zmianę § 18 ust. 5 pkt 5 lit. a) Projektu przez jego całkowite wykreślenie, tj. usunięcie zapisów o dopuszczalnych odległościach sytuowania tablic reklamowych	Uwaga częściowo uwzględniona	W wyniku uwzględnienia innej uwagi usunięto przepis mówiący o minimalnej odległości reklamy od krawędzi jezdni. Ponadto celem uchwały reklamowej jest	

		od elementów infrastruktury drogowej (krawędzi jezdni i pasa drogowego). Uzasadnienie uwagi: zapis ten wprowadza liczne ograniczenia w zakresie możliwości lokowania billboardów w określonych odległościach od określonych elementów infrastruktury drogowej. Brak jest podstaw do wprowadzenia takich ograniczeń w zakresie odległości od innych elementów infrastruktury drogowej, ponieważ ograniczenia w zakresie odległości nośników reklamowych od elementów infrastruktury drogowej są zawarte w art. 42a ust. 1 w zw. z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (j.t. Dz.U. z 2016 r., poz. 1440 ze zm.), brak jest zatem kompetencji po stronie Rady Miasta Gdańska, aby uregulować w sposób wiążący tematykę uregulowaną w odmienny sposób w regulacjach rangi ustawowej, jest to niedopuszczalna ingerencja w materię zastrzeżoną dla ustawodawcy. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi wyrokiem z dnia 11.08.2017 r. w sprawie II SA/Łd 523/17 stwierdził nieważność uchwały krajobrazowej Miasta Łodzi zawierającej analogiczne rozwiązania prawne.		wprowadzenie ładu i przejrzystych zasad dotyczących sytuowania reklam, w tym samym dbałość o estetykę Miasta. W tym celu Gmina może wprowadzić m.in. wymogi dotyczące odległości sytuowania poszczególnych rodzajów tablic/urządzeń reklamowych. Projektowane odległości są właściwe dla postrzegania reklam, które przy mniejszych odległościach są nieczytelne jak również nadmiernie nasycają przestrzeń.	
313	Dział II Przepisy szczegółowe Uwaga do § 18 ust. 5 pkt 5 lit. c) Projektu	Wnosimy o zmianę § 18 ust. 5 pkt 4 lit. c) Projektu przez nadanie mu następującego brzmienia: „c) - dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 12 m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu”; Uzasadnienie uwagi: Ograniczenie do 8 m spowoduje konieczność „dostosowania” tj. likwidacji większości istniejących tablic i urządzeń reklamowych w tej strefie, dlatego postulujemy podniesienie maksymalnej dopuszczalnej ich wysokości.	Uwaga częściowo uwzględniona	Uwaga uwzględniona zmianę do projektu uchwały: dopuszczalna wysokość wynosi nie więcej niż 8,5m względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni znajdującej się na poziomie terenu.	

314	Dział III Przepisy przejściowe i dostosowujące Uwaga do § 20 pkt 1 Projektu	Wnosimy o zmianę § 20 pkt 1 Projektu przez nadanie mu nowego następującego brzmienia: „1) dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno-budowlany - 25 lat;” Uzasadnienie uwagi: Uzasadnione jest postulowane w niniejszej uwadze znaczne przedłużenie obowiązku dostosowawczego w zakresie tablic i urządzeń reklamowych istniejących w chwili wejścia w życie uchwały, jeśli zostały one wniesione na podstawie ostatecznych pozwoleń na budowę lub przyjętych przez właściwe organy zgłoszeń robót budowlanych. Ponadto przepis ten w jego obecnym brzmieniu uniemożliwia jego prawidłowe stosowanie w przyszłości, bo jest niejasny, tj. nie konkretyzuje, na czym ma polegać owo „dostosowanie”, a ponadto zawiera zbyt krótki okres dostosowawczy wynoszący jedynie 24 miesiące. Projekt uchwały w tym punkcie wadliwie dokonuje jedynie nieznacznego zróżnicowania sytuacji prawnej legalnych urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, które zostały wniesione w Gdańsku na podstawie ważnych pozwoleń na budowę lub zgłoszeń prac budowlanych oraz takich urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, które zostały wniesione całkowicie nielegalnie i stanowią samowolę budowlaną, ponieważ przewiduje dla tych pierwszych (wniesionych legalnie i w dobrej wierze przez ich operatorów) zaledwie 24-miesięczny okres dostosowania, podczas gdy podmioty działające na zasadzie samowoli budowlanej, czyli w złej wierze i lekceważąc przepisy prawa mają 12-miesięczny okres dostosowania. Brak uzasadnienia, dlaczego postępowanie w dobrej wierze i poniesienie	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga nie może zostać uwzględniona. Realizacja postulatu znacznie odroczyłaby realizację celu jakim jest ochrona krajobrazu miasta. Intencją ustawodawcy było wprowadzanie w akcie prawa miejscowego jednolitych warunków dla wszystkich podmiotów. Stąd tzw. ustawa „krajobrazowa” pomija kwestię „praw nabytych” i przewiduje wprowadzenie nowych regulacji, identycznych dla wszystkich. Dotychczasowy brak podstawy prawnej do odmowy wydania „zgody budowlanej” na montaż reklam skutkował często stawianiem reklam wykorzystujących lukę prawną bez poszanowania ładu przestrzennego, co ustawodawca uznał za jeden z podstawowych elementów, które uchwały gmin mają uregulować. Zgodzić się należy ze stanowiskiem wyrażonym w orzecznictwie sądów administracyjnych, zgodnie z którym delegacja ustawowa nie daje Gminie podstaw prawnych do różnicowania sytuacji dla tablic i urządzeń reklamowych posiadających tzw., zgody budowlane. W ocenie Gminy wprowadzona regulacja nie narusza praw nabytych. Zgodnie z rozstrzygnięciem uzasadnieniem wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z dnia 5 października 2017 r., (sygn. akt: II SA/Op 196/17 Wyrok WSA w Opolu z dn. 5.10.2017 r.) dot. zaskarżonej uchwały Rady Miasta Opola z dnia 29 grudnia 2016 r., Nr XXXVI/708/16, w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Opolu: „(...) Sąd nie podzielił zarzutów skarżącej w przedmiocie naruszenia zasady ochrony praw nabytych dotyczącej tych podmiotów, które legitymują się legalnie posadowioną tablicą reklamową, na podstawie zgłoszenia bądź uzyskanego pozwolenia na budowę. Wyczerpująca delegacja ustawowa zawarta w art. 37a u.p.z.p. nie daje podstaw do wprowadzania regulacji ochronnych, bowiem priorytetem dla ustawodawcy było wprowadzenie rozwiązań, które miały na celu
-----	--	--	--------------------------	--

	wydatków i poczynienie wysiłków na zalegalizowanie nośnika ma być jedynie nieznacznie lepiej potraktowane, niż działalność o charakterze przestępczym (samowola budowlana jest przestępstwem zgodnie z art. 90 Prawa budowlanego zagrożonym karą pozbawienia wolności do lat dwóch). Treść omawianego paragrafu w dowiązaniu do całokształtu regulacji należy rozpatrywać w kategoriach konstytucyjnej ochrony praw nabytych, utraty korzyści i potencjalnych roszczeń odszkodowawczych za brak możliwości kontynuowania dotychczasowego sposobu zagospodarowania działki (brak możliwości dalszego funkcjonowania nośników reklamowych) ze strony zarówno właścicieli i innych podmiotów wydierżawiających teren pod legalne nośniki reklamowe, jak i operatorów tych nośników reklamowych. Z tej właśnie przyczyny Wojewódzki Sąd Administracyjny w Opolu uchylił wyrokiem z dnia 05.10.2017 r. opolską uchwałę krajobrazową w sprawie sygn. II SA/Op 196/17. Mianowicie w projekcie uchwały nie ustanowiono należytego mechanizmu ochrony praw nabytych podmiotów, które przed wejściem w życie uchwały wzniosły na terenie Gdańska urządzenia reklamowe i tablice reklamowe na podstawie ważnych pozwoleń na budowę lub zgłoszeń prac budowlanych. Uwaga uwzględniona za to nakaz „dostosowania” tych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do postanowień uchwały, co jest równoważne z nałożeniem między innymi na spółkę Cityboard Media sp. z o.o. obowiązku ich rozbiórki, mimo nieorzeczenia wobec tych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nakazu rozbiórki we właściwym trybie		ochronę krajobrazu miejskiego, zadbanie o ład przestrzenny.	
--	---	--	---	--

	przewidzianym w art. 48, art. 50 lub art. 51 Prawa budowlanego, bo spółka praktycznie będzie tak długo karana karami administracyjnymi za „niedostosowanie”, aż sama będzie zmuszona je zlikwidować po upływie 24 miesięcy okresu dostosowawczego. Stawia to nośniki wzniesione legalnie prawie na równi z nośnikami stawianymi „na dziko” jako samowola budowlana (które mają roczny okres karencji zgodnie z obecnym brzmieniem Projektu) i stanowi niedopuszczalną dyskryminację podmiotów działających zgodnie z literą prawa. W projektowanym akcie prawnym nie ustanowiono również stosownej rekompensaty pieniężnej (odszkodowania) w przypadkach konieczności „dostosowania” do wymogów uchwały urzędów reklamowych i tablic reklamowych, które zostały wzniesione w Gdańsku na podstawie ważnych pozwoleń na budowę lub zgłoszeń prac budowlanych przez ich rozbiórkę, co jest równoważne w skutkach z ich wywłaszczeniem i ograniczeniem wolności działalności gospodarczej. Dodatkowo trzeba wskazać, że w projektodawca posługuje się niedookreślonym pojęciem „dostosowania” bez jego wystarczającego zdefiniowania lub skonkretyzowania, jakie konkretnie czynności w celu tego „dostosowywania” mieliby podjąć właściciele ww. urzędów reklamowych i tablic reklamowych (rozbiórka, przemieszczenie lub zmniejszenie, a jeśli tak, to w jakim trybie, oraz jak ustalić, które z istniejących nośników polegają rozbiórce czy demontażowi w przypadku niespełniania np. wymogów ich odległości od siebie lub jeśli powstaną nowe elementy infrastruktury, które będą od istniejącego nośnika w odległości mniejszej niż dopuszczalna w uchwale, np. nowe			
--	---	--	--	--

	skrzyżowanie czy przystanek itd.). Taki sposób regulacji jest niedopuszczalny, co potwierdził Wojewódzki Sąd Administracyjny w Łodzi stwierdzając nieważność łódzkiej uchwały krajobrazowej w wyroku z dnia 11.08.2017 r. w sprawie sygn. II SA/Łd 523/17. W uzasadnieniu tego wyroku Sąd stwierdził tam między innymi że: „W ocenie sądu postanowienia przedmiotowej uchwały, a konkretnie jej § 4 ust. 2 oraz §10 dowodzą, że poza terminami dostosowania nie reguluje ona żadnych warunków dostosowania istniejących obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych. Ponadto § 4 ust. 2 uchwały stanowi: "określa się następujące warunki dostosowania (...) do zasad i warunków określonych w uchwale", a jego pkt 1 brzmi: "dostosowanie ma nastąpić najpóźniej pierwszego dnia roboczego następującego po upływie terminu określonego w ust. 1", nie wskazując, na czym ma ono polegać. Zarzut ten ma doniosłe znaczenie także z tego względu, że skoro uchwała wprowadza swą treścią regulacje związane z sytuowaniem tablic reklamowych, urządzeń reklamowych czy szyldów, a nie określa warunków ich dostosowania, to brak unormowania w tym zakresie może powodować w istocie brak możliwości wyegzekwowania obowiązku, na przykład w sytuacji dwóch różnych podmiotów posiadających dotychczas legalnie usytuowane tablice reklamowe na terenie jednego obiektu mogą pojawić się wątpliwości, który z nich ma się dostosować do treści uchwały.” Rozwiązaniem tego problemu jest postulowane znaczne wydłużenie okresu dostosowawczego dla takich tablic i urządzeń np. na okres do 25 lat, czyli na okres odpowiadający z reguły okresowi ich technicznej żywotności		
--	---	--	--

	i amortyzacji. Rozwiązanie takie zapewni prawidłową tj. zgodną z Konstytucją RP (art. 2 Konstytucji RP - zasada ochrony praw słuszenie nabytych) implementację przepisu art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym tj. doprowadzi do pogodzenia wykładni tego przepisu z ww. zasadą ochrony praw nabytych podmiotów, które uzyskały w sferze prawa administracyjnego uprawnienia wynikające z ostatecznych pozwoleń na budowę lub zgłoszeń robót budowlanych i zrealizowanych w oparciu o te akty administracyjne legalnie robót budowlanych, bo po tym okresie te tablice i urządzenia reklamowe i tak będą podlegały usunięciu przez ich właścicieli jako zużyte, przez co zapewniona zostanie należyta ochrona ich praw. Ustanowiony w projekcie uchwały okres dostosowawczy dwóch lat nie jest wystarczający, aby taką ochronę zapewnić, gdyż tablice i urządzenia reklamowe mające charakter obiektów budowlanych mają dużo dłuższy okres trwałości w rozumieniu przepisów Prawa budowlanego. Wskazujemy Ponadto że w Projekcie nie jest określone, kto miałby ponieść koszty finansowe wejścia w życie uchwały w projektowanym brzmieniu przede wszystkim w aspekcie odszkodowań za demontaż legalnie wzniesionych nośników reklamowych, czy też opłacenia kosztów demontażu albo szerzej „dostosowania” istniejących nośników reklamowych do zapisów uchwały oraz zysków utraconych przez wydzierżawiających teren pod nośniki reklamowe i przez operatorów tych nośników, takich jak nasze przedsiębiorstwo. Ustanawiając ww. krótki okres dostosowawczy Miasto Gdańsk naraża się na znaczne roszczenia odszkodowawcze ze strony tych podmiotów. Ponieważ projekt uchwały nie przewiduje		
--	---	--	--

	żadnych wyjątków dla istniejących przed dniem wejścia w życie uchwały legalnie wzniesionych tablic i urządzeń reklamowych, to skutkiem prawnym ww. postanowień uchwały w tym zakresie będzie obowiązek usunięcia przez spółkę Cityboard Media Sp. z o.o. prawie wszystkich wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych, jako niedopuszczalnych w przyszłości w tych miejscach. Konieczność ochrony krajobrazu i estetyki przestrzeni publicznej w zaproponowany sposób nie uzasadnia ograniczenia przysługujących Cityboard Media Sp. z o.o. praw nabytych. Jednocześnie nie wydano wobec Cityboard Media Sp. z o.o. żadnych decyzji administracyjnych wygaszających uzyskane przez nią ostateczne decyzje o pozwoleniu na budowę i zgłoszenia/potwierdzenia przyjęcia zgłoszeń tablic i urządzeń reklamowych na terenie Gdańska, ani nie wydano decyzji o ich rozbiórce. Ponadto przepisy ustawy wprowadzającej art. 37a i następne ustawy o pzp, ani inne przepisy prawa nie zawierają żadnego przepisu o tym, że ww. pozwolenia na budowę/potwierdzenie zgłoszeń i nabyte w ich wyniku prawa Cityboard Media Sp. z o.o. w postaci prawa do użytkowania wzniesionych na ich podstawie nośników reklamowych stracą moc lub wygasną z chwilą wejścia w życie przedmiotowej uchwały lub z chwilą, gdy upłyną przewidziane okresy dostosowawcze. Z jednej zatem strony Cityboard Media Sp. z o.o. będzie w przyszłości nadal posiadała wszelkie wymagane prawem decyzje administracyjne (w tym ostateczne pozwolenia na budowę) i nabyła wszelkie podlegające konstytucyjnej ochronie wynikające z nich prawa w sferze prawa administracyjnego, aby w sposób legalny kontynuować swoją			
--	--	--	--	--

	działalność gospodarczą w Gdańsku w formie tych tablic i urządzeń reklamowych (wynajem powierzchni reklamowej), zaś z drugiej strony ww. przepisy projektu uchwały nakazują zlikwidowanie ww. tablic i urządzeń reklamowych w tych miejscach po upływie okresów dostosowawczych jako niedopuszczalnych, mimo że nie orzeczono wobec tych tablic nakazu rozbiórki i brak jest również podstaw do orzeczenia takiego nakazu przez właściwe organy w przyszłości. Podsumowując ten wątek należy wskazać, że istniejące przepisy prawa o podobnym charakterze, a mianowicie przepisy dotyczące uchwalania miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, które tak jak uchwały krajobrazowe też mają charakter aktów prawa miejscowego, nie dopuszczają wstecznego „delegalizowania” istniejących na danym terenie obiektów budowlanych, nawet jeśli uchwalony później miejscowy plan zagospodarowania przewiduje inne przeznaczenie danego terenu. Zasadę tą wyraża art. 35 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Miejscowy plan nie ma zatem charakteru retrospektywnego i nie działa wobec istniejących legalnie obiektów ze skutkiem wstecznym, który nakazywałby po wejściu w życie planu ich rozbiórkę lub zmianę ich przeznaczenia, tak jak czyni to projektowana przez Miasto Gdańsk uchwała krajobrazowa wobec tablic i urządzeń reklamowych. Podobnie w przypadku zmiany tzw. przepisów techniczno-budowlanych dotyczących budynków¹ nie istnieje obowiązek dostosowania do nich istniejących obiektów, nawet jeśli nowe przepisy na przyszłość zakazują lub wykluczają pewne rozwiązania techniczne. Przykładowo można tu wskazać, że obecnie dla nowych budynków powyżej 9,5 m		
--	---	--	--

	od posadzki parteru do posadzki ostatniej kondygnacji obowiązkowa jest instalacja dźwigów osobowych (wind). Natomiast obowiązek ten nie dotyczy budynków starszych i znacznie wyższych, które zostały zbudowane w innym stanie prawnym (kiedyś windę w budynkach wielorodzinnych należało budować tylko, gdy miały więcej niż 4 kondygnacje). Nie ma obowiązku dobudowania do nich wind po zmianie przepisów. Na analogicznej zasadzie ochronie powinny podlegać istniejące w chwili wejścia w życie uchwały krajobrazowej tablice i urządzenia reklamowe, o ile zostały rzecz jasna zbudowane legalnie tj. zgodnie z literą prawa, czyli posiadają wszystkie wymagane pozwolenia i zgłoszenia robót budowlanych. Na marginesie należy wskazać, że brak istotnego różnicowania regulacji prawnej dot. istniejących w chwili wejścia w życie uchwały krajobrazowej legalnych i nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych doprowadzi do absurdalnej sytuacji, w której nielegalnie wzniesione nośniki reklamowe (jeśli tylko spełnią kryteria uchwały w zakresie rozmiarów i lokalizacji) podlegać będą swoistej „abolicii” i będzie wolno je nadal eksploatować jako zgodne z uchwałą bez sankcji w postaci kar administracyjnych, jeśli tylko stoją w dozwolonych miejscach i mają dozwolony przez Projekt format, natomiast nośniki reklamowe wzniesione całkowicie legalnie przy uzyskaniu wszelkich wymaganych prawem zezwoleń mogą podlegać tym karom i w efekcie obowiązkowi ich usunięcia, jeśli ich gabaryty i lokalizacja będą objęte zakazem na danym terenie. Skutkiem takiej regulacji będzie jedynie jeszcze większy chaos estetyczny i prawny: działający „na dziko” właściele wielu małych		
--	---	--	--

	nielegalnych nośników będą profitować na rozwiązaniach uchwały, natomiast działające legalnie podmioty sprofilowane gospodarczo np. właśnie na nośniki wielkoformatowe będą bezpodstawnie ukarane za prowadzenie zgodnej z prawem działalności gospodarczej. Tak ukształtowane skutki prawne uchwały będą sprzeczne wobec jej założeń i celów, a dodatkowo odniosą demoralizujący skutek społeczny – negatywny przykład branży reklamowej będzie wprost zachęcał również inne podmioty prawa, szczególnie podmioty gospodarcze, do podejmowania działań sprzecznych z prawem, w tym do podejmowania samowoli budowlanych, także w zakresie reklamy zewnętrznej.			
--	--	--	--	--