

**UCHWAŁA NR XLVIII/1465/18  
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 m<sup>2</sup> włącznie;
- 9) format mały – powierzchnia służąca ekspozycji reklamy o wymiarach powyżej 0,1 m<sup>2</sup> do 1 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>, 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 różnic 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 m<sup>2</sup>;
- 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 równolegle do płaszczyzny sytuowania na jednym z obiektów (np. na budynku, pylonie, totemie);
- 32) szyld równoległy – szyld usytuowany równolegle 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 równolegle 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 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 cementarzy,
  - 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, kutyh, żeliwnych lub nitowanych, takich jak wysięgniki sztyldów 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 następczej, 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 następczej 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 niezaurowych 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 niezaurowych 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 m<sup>2</sup>,
  - 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 sztyldami 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 niezastrzeżonych 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, niewypłowiałych, 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 określeń 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 przeszkleeniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleenia,

– 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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kutech znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,

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 witać bezpośrednio przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku lub przy okienku sprzedażowym,
  - b) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,25 m<sup>2</sup>,
  - 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m<sup>2</sup> albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m<sup>2</sup>,
- 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 ekspozycję jedynie w godzinach otwarcia lokalu;

2) flaga plażowa:

- a) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na terenie plaż,
- 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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,

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 sepji 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 przeszkleeniu:
- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleeniach 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 przeszkleeniu, 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 20% powierzchni przeszkleenia;
- 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup> 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 granicach 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 m<sup>2</sup> albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m<sup>2</sup> albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m<sup>2</sup>,
- 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 przeszkleeniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleenia,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na niezaufowanych fragmentach ogrodzenia, nad bramą w ogrodzeniu lub na pylonie zbiorczym dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,

- 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 m<sup>2</sup>,
  - d) kasetonu:
    - o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,3 m<sup>2</sup>,
    - 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 przeźiernej 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 przeszkleeniach 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 przeszkleń;

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 m<sup>2</sup>,

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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup> albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m<sup>2</sup> albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m<sup>2</sup>,
- 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 przeszkleeniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleenia,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na niezaurowanych fragmentach ogrodzenia lub nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>,
- o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 1 m,
- o dopuszczalnej grubości nie większej niż 0,03 m,

b) kutech znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,

d) kasetonu:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,3 m<sup>2</sup>,
- 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 przeźiernej 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,
  - nieprzeźiernej 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 ujednoczeniem 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 m<sup>2</sup>;
- 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 stycznie 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,
    - 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;
- 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m<sup>2</sup> albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m<sup>2</sup>,
- 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 ekspozycję 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 przeszkleeniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleenia,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na nieażurowych fragmentach ogrodzenia, nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>

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

b) kutech znaków bez tła:

- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,7 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,
- 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 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 przeźiernej 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 10,5m,
  - 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 przeszkleciu:

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 przeszkleciu, 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 przeszklecia;

## 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 ujednoczeniem materiałów budowlanych z jakich są wykonane, wyrównania lub wyjustowania, oraz interlinii:

- w miejscu wskazanym pod sytuowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w projekcie budowlanym obiektem, 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 m<sup>2</sup>;
- 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m<sup>2</sup> albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m<sup>2</sup>,
  - 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 przeszkleeniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleenia,

– 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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>,

- 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,
- 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 (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 przeszkleeniu:

- 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) 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 ujednoczeniem materiałów budowlanych z jakich są wykonane, wyrównania lub wyjustowania, oraz interlinii:
    - w miejscu wskazanym pod sytuowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w projekcie budowlanym obiektem, 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 m<sup>2</sup>;
- 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 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, 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m<sup>2</sup> albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m<sup>2</sup>,
  - 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 przeszkleeniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleenia,

– 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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,
- 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 przeźiernej 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 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 przeszkleeniu:

- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleeniach 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,
  - nieprzeźiernej 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 przeszkleenia;

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 ujednoceniem 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 m<sup>2</sup>;
- 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 m<sup>2</sup> 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 użytkownikom 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 m<sup>2</sup> albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m<sup>2</sup> albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m<sup>2</sup>,
- 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 przeszkleeniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 20% powierzchni tego przeszkleenia,

– przy czym dla szyldów sytuowanych na nieazurowanych fragmentach ogrodzenia lub nad bramą w ogrodzeniu dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,4 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,
- 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 m<sup>2</sup>,
- 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 przeźiernej 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 m<sup>2</sup>.

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 przeszkleeniu:

- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleeniach 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,
  - nieprzeźiernej 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 ujednoczeniem 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 m<sup>2</sup>;

### 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> albo stojaka reklamowego dwustronnego o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,08 m<sup>2</sup> albo jednostronnego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,54 m<sup>2</sup>,
- 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**