



uchwała krajobrazowa



→ www.trzcianka.pl

→ [@GminaTrzcianka](https://www.facebook.com/GminaTrzcianka)

→ [@trzcianka_official](https://www.instagram.com/trzcianka_official)

→ aplikacja Gmnia Trzcianka



uchwała krajobrazowa

Podstawy prawne, diagnoza przestrzenna.



→ www.trzcianka.pl

→ [@GminaTrzcianka](https://www.facebook.com/GminaTrzcianka)

→ [@trzcianka_official](https://www.instagram.com/trzcianka_official)

→ aplikacja Gmnia Trzcianka

uchwała inicjująca sporządzenie „uchwały krajobrazowej”

Uchwała Nr XXIII/241/20
Rady Miejskiej Trzcianki
z dnia 4 czerwca 2020 r.

w sprawie przygotowania przez Burmistrza Trzcianki projektu uchwały określającej 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

Na podstawie art. 37b ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2020 r., poz. 293) Rada Miejska, uchwala, co następuje:

§ 1. Burmistrz Trzcianki przygotowuje projekt uchwały określającej 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.

§ 2. Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Trzcianki.

§ 3. Uchwała obowiązuje od dnia podjęcia.

Przewodniczący Rady
Miejskiej Trzcianki

dr
inż. Adrian Hałuszka

czym jest „uchwała krajobrazowa”?

Uchwała krajobrazowa jest potoczną nazwą uchwały 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.

■ jaka jest podstawa prawna?

Możliwość przyjęcia „uchwały krajobrazowej” oraz „uchwały o opłacie reklamowej” jest następstwem wejścia w życie ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. W wyniku przyjęcia ustawy wprowadzono zmiany do 10 ustaw, które łącznie mają pozytywnie wpłynąć na krajobraz gmin w Polsce.

Z punktu widzenia gminy najważniejszymi jest zmiana ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z dnia 27 marca 2003 r., która umożliwia gminom przyjęcie tzw. uchwały krajobrazowej oraz zmiana ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych, która umożliwia przyjęcie uchwały o opłacie reklamowej.

■ czym jest „uchwała o opłacie reklamowej?”

Uchwała o opłacie reklamowej będzie następstwem przyjęcia uchwały krajobrazowej. Uchwała określi opłatę za sytuowanie reklam na terenie gminy oraz wysokość kar finansowych za nielegalne reklamy.

Uchwała krajobrazowa nie jest obowiązkowa, jej sporządzenie zależy od uchwały rady gminy. Ustalenia dotyczące reklam, obiektów małej architektury i ogrodzeń nadal będą wówczas obowiązywać, jeżeli zawierają je uchwalone miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego. Uchwała krajobrazowa jest aktem prawa miejscowego. Tylko za umieszczanie reklam niezgodnie z uchwałą reklamową mogą być wymierzone administracyjne kary pieniężne - sankcja taka nie może być zastosowana w przypadku niezgodności z planem miejscowym

jakich rodzajów obiektów dotyczą regulacje „uchwały krajobrazowej”?

Regulacje „uchwały krajobrazowej” dotyczą 3 rodzajów obiektów:

- reklam (w tym szyldów)
- ogrodzeń
- obiektów małej architektury

definicje zawarte w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym

reklama - upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne

tablica reklamowa – przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklama naklejana na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem



szyld – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują



urządzenie reklamowe – przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie



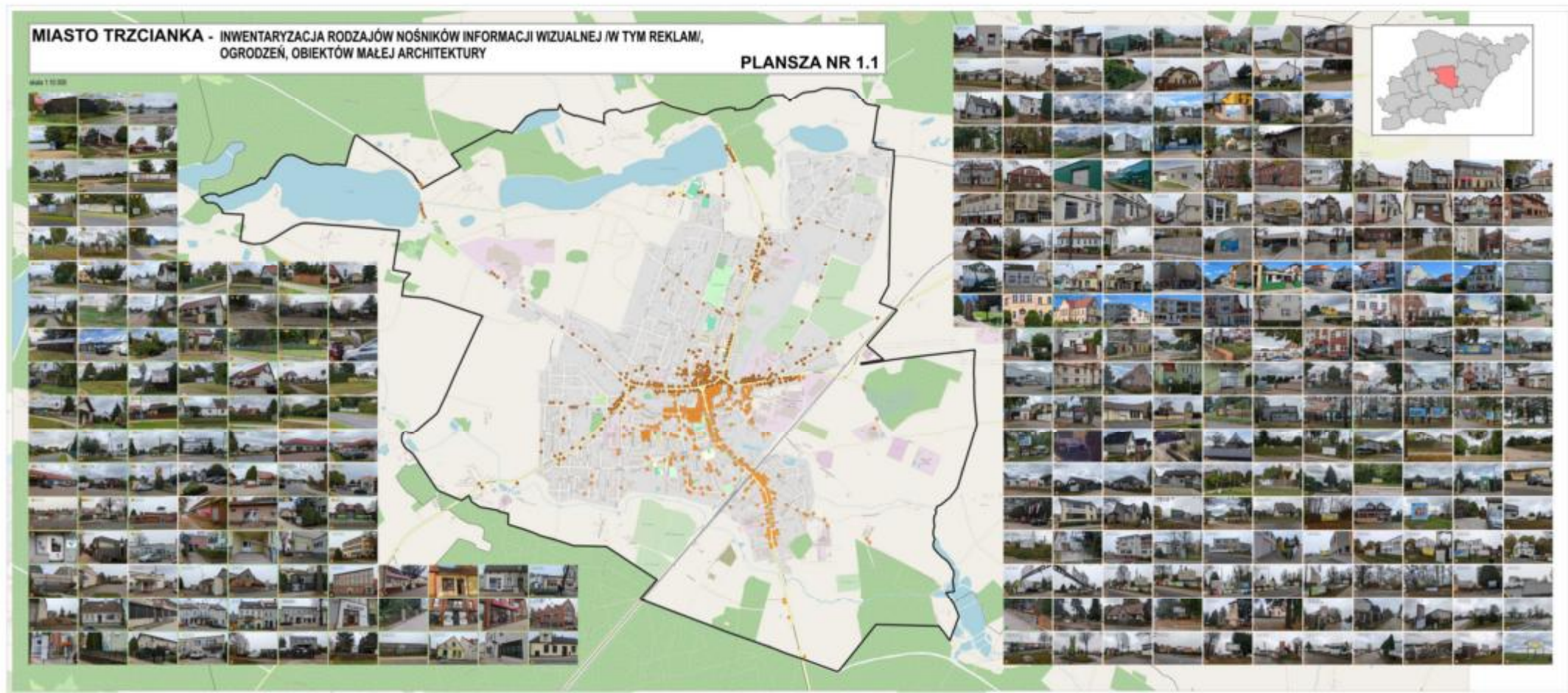
jaki jest cel uchwał „krajobrazowej” oraz „o opłacie reklamowej”

- Uchwała krajobrazowa ma podwyższyć jakość przestrzeni publicznej, uporządkować nośniki reklamowe, ograniczyć ilość banerów, ustandaryzować szyldy i reklamy, chronić wartościowe elewacje budynków, poprzez wskazanie miejsc do umieszczania szyldów a także poprawić bezpieczeństwo w ruchu drogowym (reklamy świetlne lub wielokolorowe reklamy w nadmiernej ilości widziane z drogi powodują dekoncentrację kierowców). Uchwała krajobrazowa ma też poprawić dostępność przestrzeni publicznej i swobodę poruszania się po mieście poprzez usunięcie tzw. „potykaczy” zwężających chodniki oraz ograniczanie grodzenia osiedli. Wprowadzenie uchwały reklamowej umożliwia ujednolicenie obiektów małej architektury, ograniczając tym samym wrażenie chaosu.
- Uchwała o opłacie reklamowej wprowadza opłatę za korzystanie w celu zarobkowym z przestrzeni publicznej. Uchwała o opłacie reklamowej nie dotyczy szyldów.

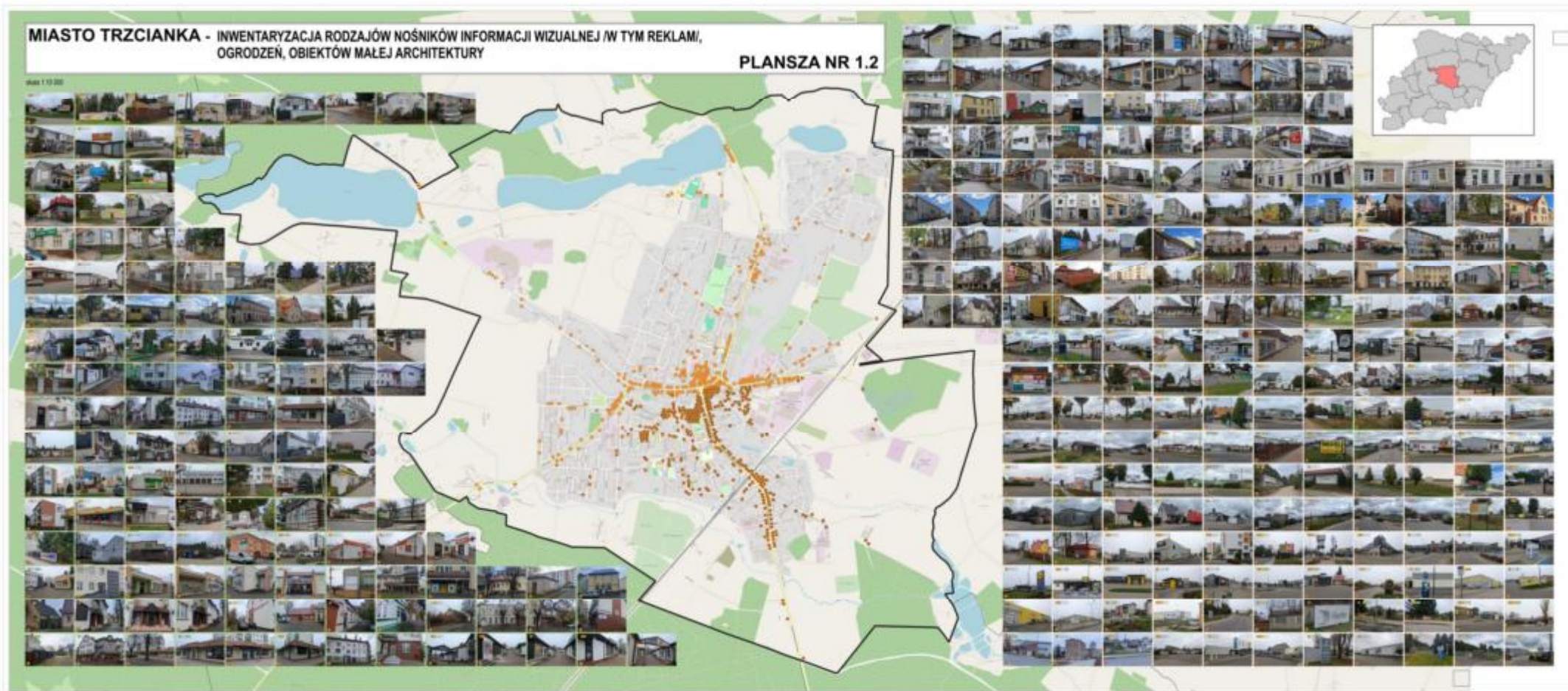
założenia do „uchwały krajobrazowej”

- **identyfikacja obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń** w obszarze całej gminy (gabaryty, standardy jakościowe, materiały)
- **identyfikacja obiektów i obszarów podlegających ochronie ze względów krajobrazowych** (chronionych ustawami: o zabytkach i opiece nad zabytkami, o ochronie przyrody), chronionych na podstawie przepisów prawa oraz dokumentów planistycznych (gminnych i wyższego rzędu)
- **identyfikacja skali problemów:** gdzie występuje największe natężenie braku estetyki i przypadkowości?
na podstawie tej analizy zależeć będzie podział obszaru gminy na strefy, dla których ustalone zostaną różne wymagania i zasady
- **identyfikacja problemów** - które elementy chcemy regulować?
 - jakie reklamy/szyldy wymagają wprowadzenia ustaleń?
 - czy ogrodzenia są problematyczne?
 - kto ma wpływ na małą architekturę?
- **identyfikacja przestrzenna** - w jaki sposób i w jaki miejscu chcemy regulować?
 - reklamy: na budynkach, ogrodzeniach, przy drogach, w przestrzeni publicznej?
 - ogrodzenia: osiedli mieszkaniowych, zabudowy produkcyjnej?
 - małą architekturę: na całym obszarze gminy, w przestrzeni publicznej?
- **identyfikacja osób fizycznych i prawnych, na które będą miały wpływ przepisy uchwały krajobrazowej interesariuszy** (tj.: reklamodawców – przedsiębiorców lokalnych zamieszczających reklamy, firmy reklamowe będące właścicielami nośników reklamowych, mieszkańców – na ich posesjach umieszczane są reklamy)

identyfikacja obiektów



identyfikacja obiektów



identyfikacja obiektów

GMINA TRZCIANKA - INWENTARYZACJA RODZAJÓW NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ /W TYM REKLAM/, OGRODZEŃ, OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY
obrzeży: KĘPA, ŁOMNICA, WRZĄCA, STOBNO

PLANSZA NR 2

skala 1:25 000



identyfikacja obiektów

GMINA TRZCIANKA - INWENTARYZACJA RODZAJÓW NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ /W TYM REKLAM/, OGRODZEŃ, OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY
obręby: BIAŁA, RADOLIN, TERESIN, NOWA WIEŚ

PLANSZA NR 3

skala 1:25 000

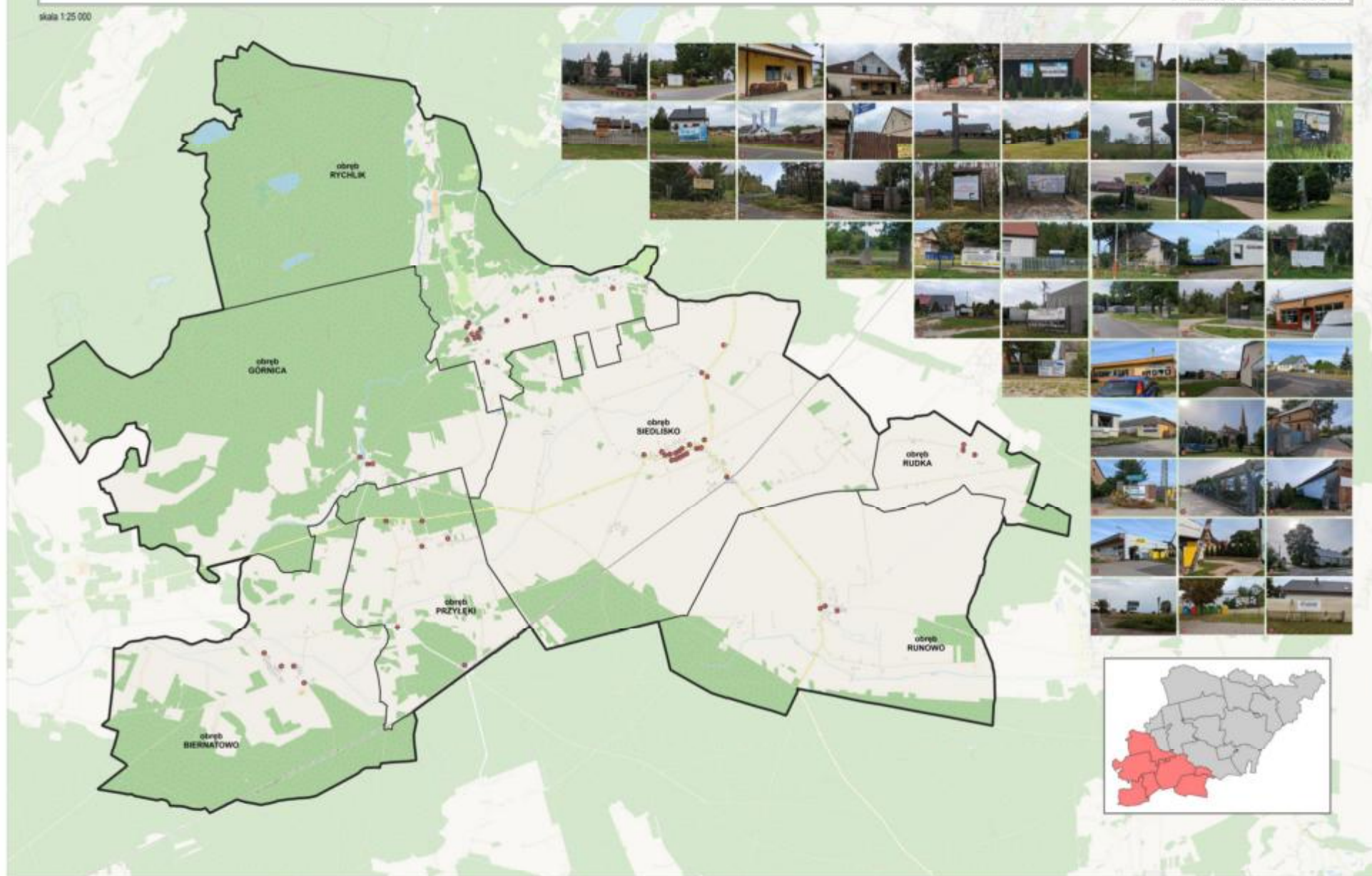


identyfikacja obiektów

GMINA TRZCIANKA - INWENTARYZACJA RODZAJÓW NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ /W TYM REKLAM/, OGRODZEŃ, OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY
obręby: RYCHLIK, GÓRNICA, SIEDLIŚKO, PRZYLEKI, RUNOWO, RUDKA

PLANSZA NR 4

skala 1:25 000

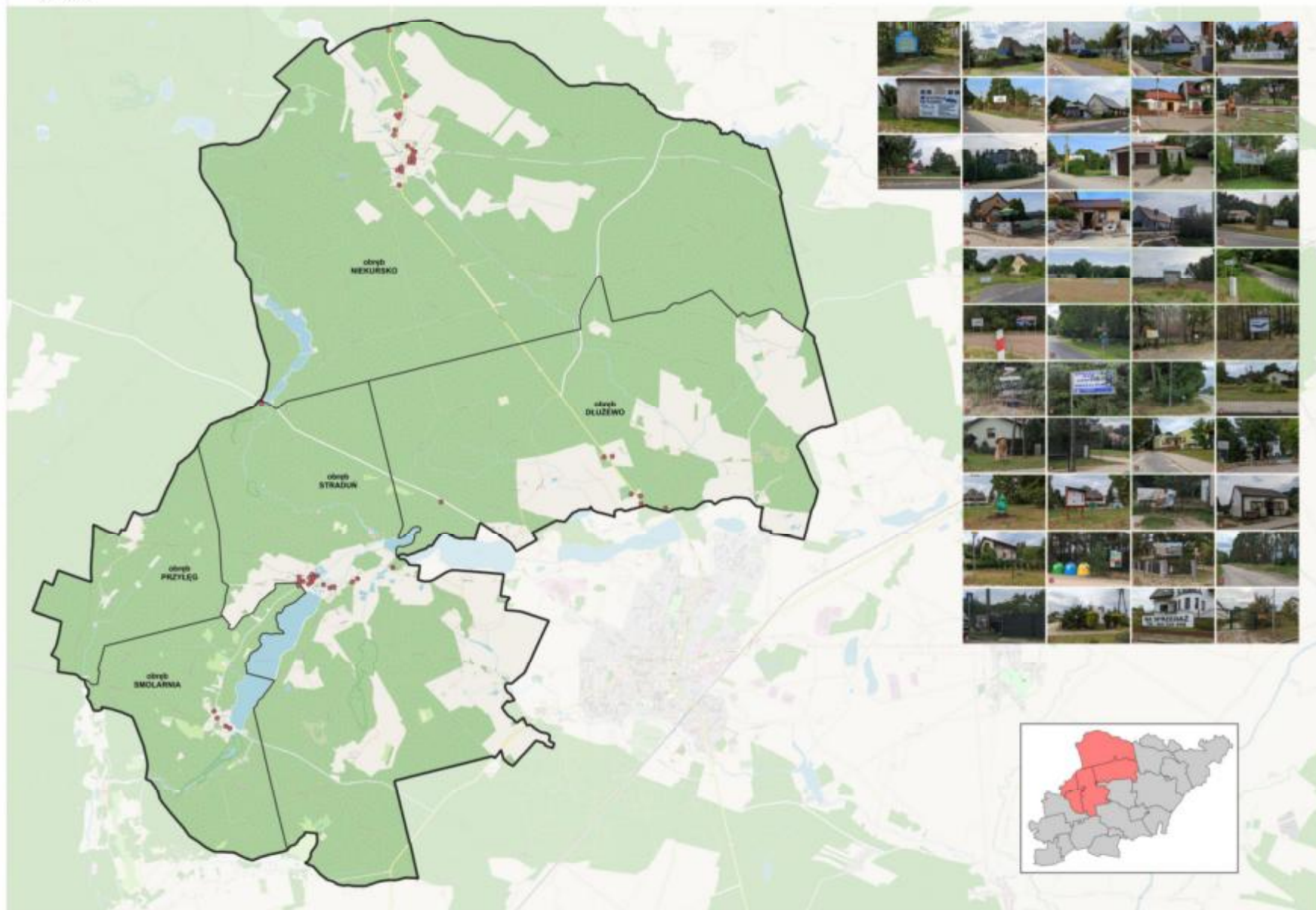


identyfikacja obiektów

GMINA TRZCIANKA - INWENTARYZACJA RODZAJÓW NOŚNIKÓW INFORMACJI WIZUALNEJ /W TYM REKLAM/, OGRODZEŃ, OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY
obręb: NIEKURSKO, DŁUŻEWO, STRADUŃ, SMOLARNIA, PRZYŁĘG

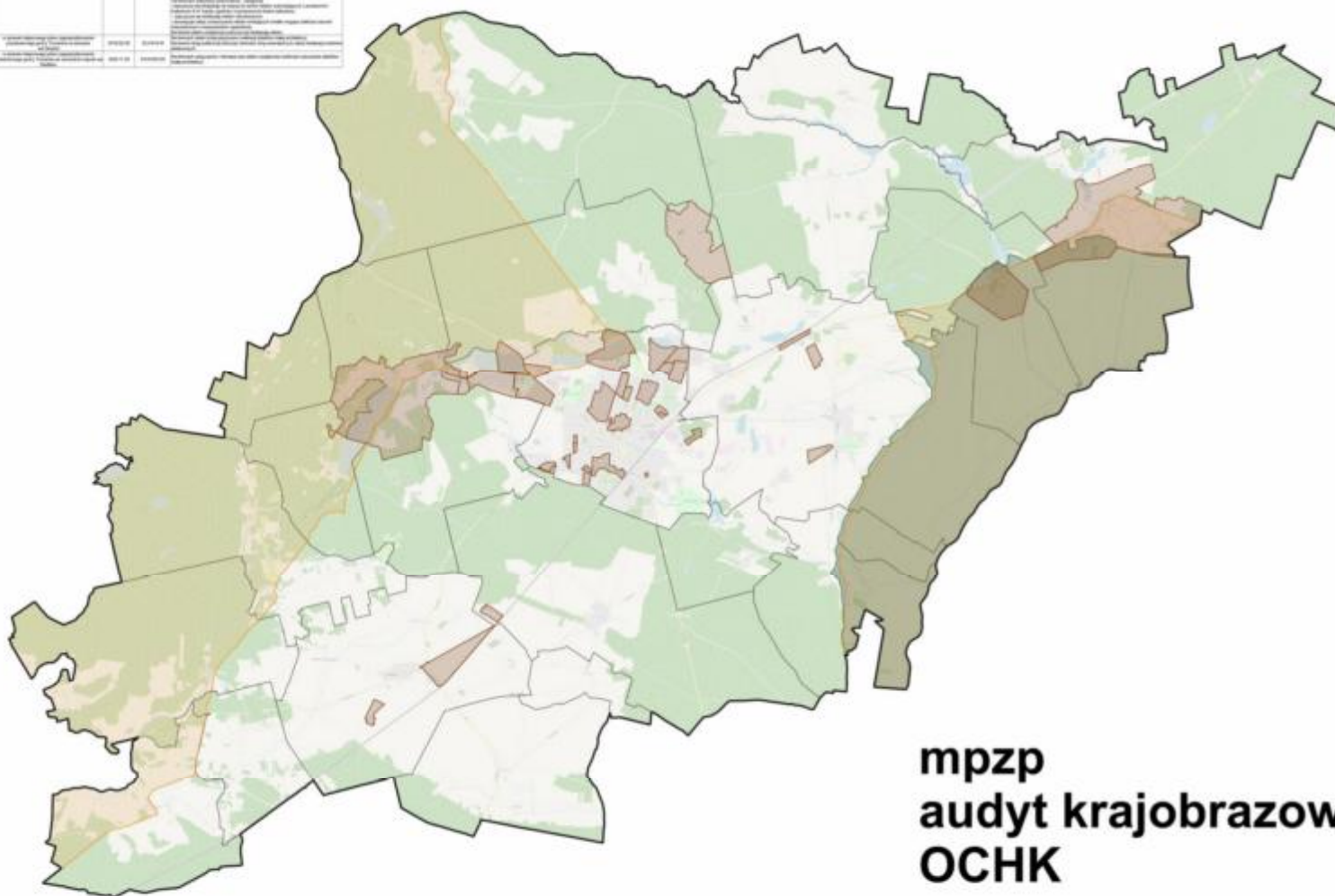
PLANSZA NR 5

skala 1:25 000



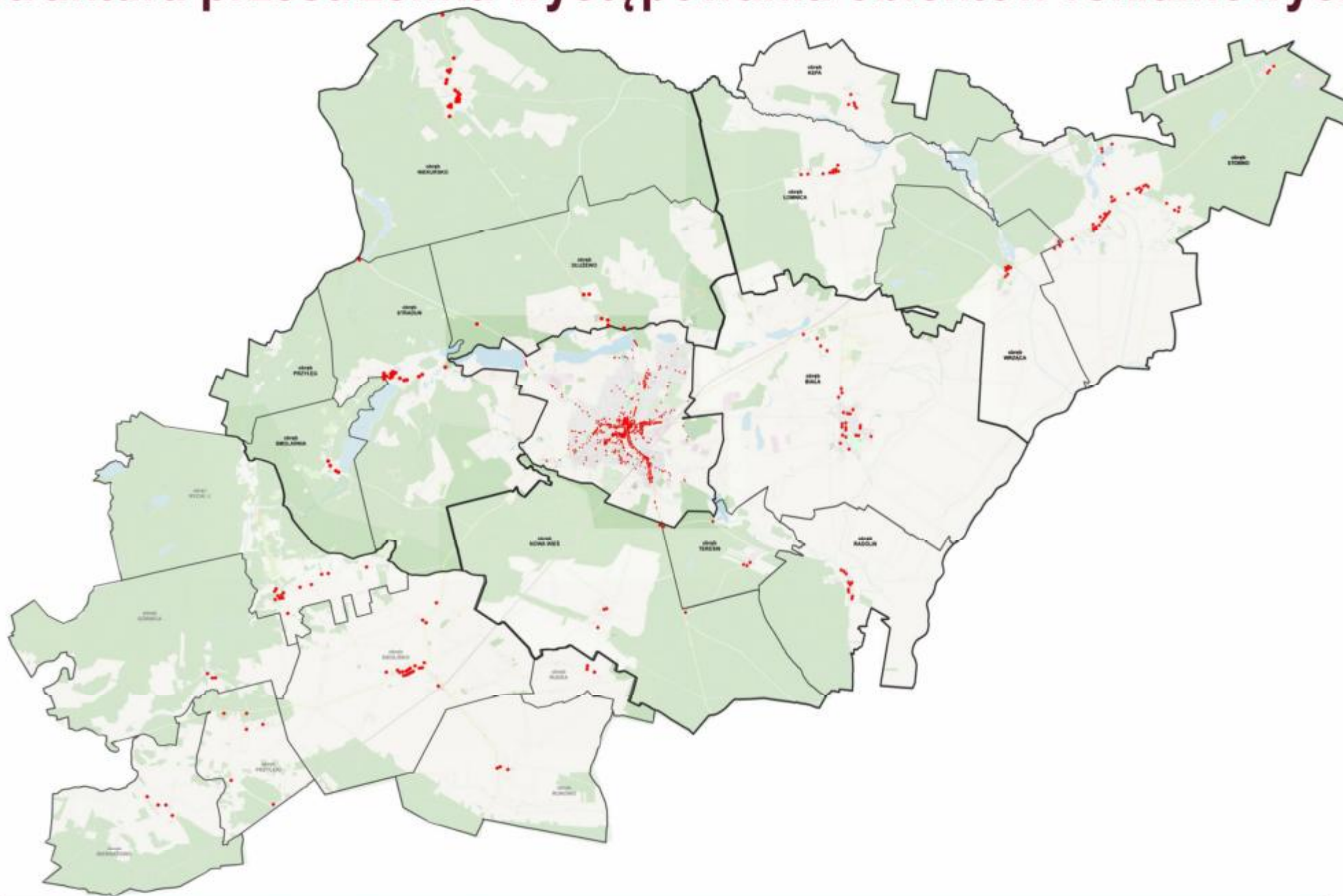
a regulacje „uchwały krajobrazowej”

do uzupełnienia

[illegible]

**mpzp
audyt krajobrazowy
OCHK**

struktura przestrzenna występowania obiektów reklamowych



■ 1 wyzwanie

Dysharmonia szyldów w historycznym centrum



■ 2 wyzwanie

Reklama wielkoformatowa na Placu Pocztowym



■ 3 wyzwanie

Obniżenie rangi miejsca



■ 4 wyzwanie

Drogi wjazdowe do centrum miasta



■ 5 wyzwanie

Nadmierna koncentracja reklam na skrzyżowaniach



■ 6 wyzwanie

Zagrożenie bezpieczeństwa ruchu drogowego
chaotycznie rozmieszczone nośniki rozpraszają kierowców
znak drogowy znika w szumie informacyjnym



■ 7 wyzwanie

Zanik ładu przestrzennego - kradzież przestrzeni wizualnej
zasłanianie architektury, zasłanianie budynków



■ 8 wyzwanie

Banery reklamowe na ogrodzeniach, balustradach, mostkach



ankieta,

**czyli co myślą na temat potrzeby poprawy estetyki
przestrzeni publicznej Trzcianki jej mieszkańcy?**

pytania ankietowe

1. WYPEŁNIAM ANKIETĘ PRZED WSZYSTKIM JAKO:

można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź

- ☐ osoba zamieszkała w mieście Trzcianka
- ☐ osoba zamieszkała na terenach wiejskich gminy Trzcianka
- ☐ osoba prowadząca działalność gospodarczą na terenie gminy Trzcianka
- ☐ właściciel nieruchomości na terenie gminy Trzcianka
- ☐ osoba odwiedzająca

2. CZY ZWRACA PAN/PANI UWAGĘ NA LICZBĘ REKLAM NA TERENIE TRZCIANKI I CZY KORZYSTA PAN/PANI Z ICH TREŚCI?

należy zaznaczyć jedną odpowiedź

- ☐ tak korzystam, są czytelne i pomocne a ilość jest odpowiednia
- ☐ tak korzystam, są czytelne i pomocne, ale ilość jest zbyt duża
- ☐ reklam jest za dużo, są usytuowane chaotycznie przez co są nieskuteczne i nieczytelne
- ☐ nie zwracam uwagi na ilość reklam i ich treść

3. PROSZĘ PODAĆ CO PRZESZKADZA W REKLAMACH UMIESZCZONYCH NA TERENIE TRZCIANKI

można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź

- ☐ nadmierna liczba
- ☐ chaotyczne rozmieszczenie
- ☐ jaskrawa kolorystyka
- ☐ zbyt duży rozmiar
- ☐ niska jakość wykonania i zły stan techniczny
- ☐ mrugające światło
- ☐ niedostosowanie do architektury budynku
- ☐ zła lokalizacja
- ☐ inne, jakie? (proszę wpisać poniżej)

4. W JAKICH MIEJSCACH ZAUWAŻA PAN/PANI NADMIERNĄ ILOŚĆ REKLAM?

można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź

- ☐ ciągi głównych dróg
- ☐ centrum miasta
- ☐ osiedla mieszkaniowe
- ☐ centra handlowe i usługowe
- ☐ budynki usługowe
- ☐ ogrodzenia
- ☐ inne, jakie? (proszę wpisać poniżej)

5. CZY DOSTRZEGA PAN/PANI POTRZEBĘ STWORZENIA PRZEPISÓW REGULUJĄCYCH ZAGADY UMIESZCZANIA REKLAM NA TERENIE TRZCIANKI?

należy zaznaczyć jedną odpowiedź

- ☐ zdecydowanie tak
- ☐ raczej tak
- ☐ raczej nie
- ☐ zdecydowanie nie
- ☐ nie mam zdania

6. CZY PANA/PANI ZDANIEM LOKALIZOWANIE REKLAM WE WSKAZANYCH MIEJSCACH POWINNO ZOSTAĆ OGRANICZONE CZY POWINNO BYĆ ZAKAZANE?

można zaznaczyć jedną możliwą odpowiedź w wierszu

	OGRANICZONE	ZAKAZANE
na elewacjach budynków	☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie
na zabytkach	☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie
na ogrodzeniach,	☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie
na balustradach	☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie
na placach miejskich	☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie
na terenach zielonych	☐ tak ☐ nie	☐ tak ☐ nie

7. CZY PANA/PANI ZDANIEM NALEŻY WPROWADZIĆ STANDARDY, KTÓRE PRZYCZYNIĄ SIĘ DO UJEDNOLICENIA GABARYTÓW SZYLDÓW I ICH UPORZĄDKOWANEGO UMIEJSCOWIENIA NA ELEWACJI BUDYNKU LUB INNYM OBIEKCIE ?

należy zaznaczyć jedną odpowiedź

- ☐ zdecydowanie tak
- ☐ raczej tak
- ☐ raczej nie
- ☐ zdecydowanie nie
- ☐ nie mam zdania

13. CZY ZGADZA SIĘ PAN/PANI Z OPINIĄ, ŻE NALEŻY WPROWADZIĆ Z TYTUŁU LOKALIZACJI TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH DODATKOWĄ OPŁATĘ REKLAMOWĄ?

należy zaznaczyć jedną odpowiedź

- ☐ zdecydowanie tak
- ☐ raczej tak
- ☐ raczej nie
- ☐ zdecydowanie nie
- ☐ nie mam zdania

14. CZY MA PAN/PANI WŁASNE SPOSTRZĘŻENIA I UWAGI DOTYCZĄCE SZYLDÓW, REKLAM, OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY ORAZ OGRODZEŃ W TRZCIANCE ? JEŻELI TAK TO JAKIE?

.....
.....
.....



konsultacje społeczne - ankieta

Konsultacje w formie ankiety w aplikacji mobilnej prowadzone były w terminie od 4 sierpnia 2025 roku do 17 sierpnia 2025 roku. Informacje Burmistrza Trzcianki o przeprowadzeniu konsultacji dotyczących uchwały krajobrazowej dla gminy Trzcianka zostały udostępnione na stronie internetowej Urzędu Miejskiego Trzcianki pod adresem : https://trzcianka.pl/aktualnosc-1065konsultacje_dotyczace_uchwaly.html

Celem konsultacji społecznych było zaangażowanie jak najszerszego grona interesariuszy w proces tworzenia uchwały krajobrazowej oraz możliwości wyrażenia opinii mieszkańców.

W ankiecie wzięło udział 311 osób, większość osób głosujących to mieszkańcy miasta Trzcianki, właściciele nieruchomości i osoby nie prowadzące działalności gospodarczej.

Ankietowani w większości zwracają uwagę na liczbę reklam, ale nie korzystają z nich uważając, że jest ich za dużo oraz są chaotycznie rozmieszczone na terenie miasta i gminy Trzcianka. Ponadto zauważają nadmierną ilość reklam w centrum miasta Trzcianki oraz przy ciągach głównych dróg terenu wiejskiego gminy Trzcianka.

Dostrzegają potrzebę stworzenia przepisów regulujących zasady umieszczania reklam na terenie gminy Trzcianka (w większym stopniu dotyczy to terenu miasta).

Mieszkańcy uważają, że umieszczanie reklam powinno zostać ograniczone lub zakazane na obiektach zabytkowych. Jednocześnie zdaniem ankietowanych należy wprowadzić standardy, które przyczynią się do ujednolicenia gabarytów szyldów i ich uporządkowania na obiektach.

Należy określić standardy wykonania ogrodzeń, przy czym nie należy zakazać ogrodzenia osiedli wielorodzinnych.

Według uczestników konsultacji powinno się określić wygląd małej architektury (zwłaszcza lokalizację oraz kolorystykę).

Dodatkowo zgadzają się z opinią, że należy wprowadzić dodatkową opłatę reklamową z tytułu lokalizacji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

Wyniki ankiety pozwoliły na rozpoznanie opinii mieszkańców na temat reklamy zewnętrznej i oczekiwanego zakresu regulacji przyszłej uchwały krajobrazowej.





uchwała krajobrazowa

Regulacje - projekt



→ www.trzcianka.pl

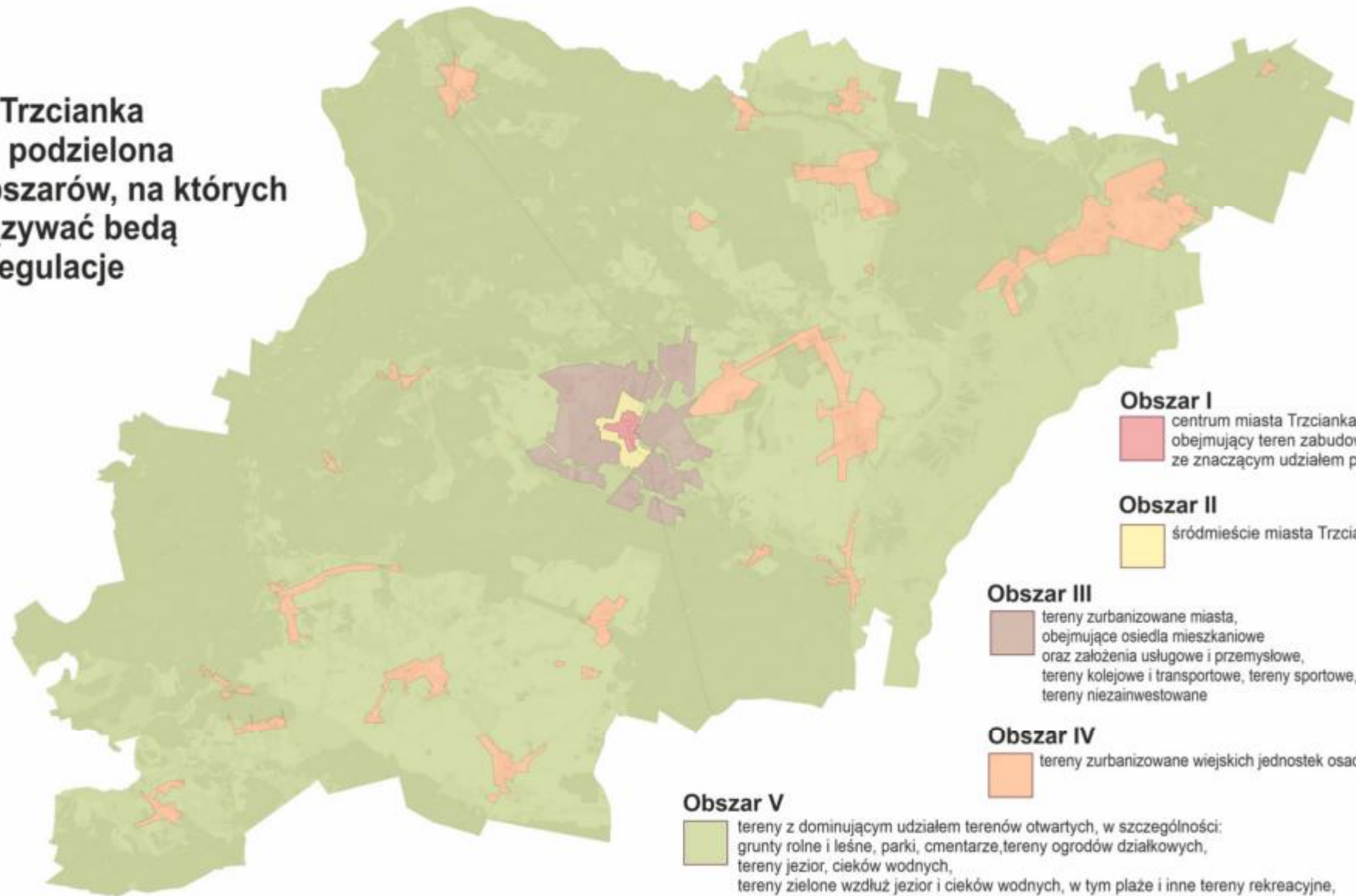
→ [@GminaTrzcianka](https://www.facebook.com/GminaTrzcianka)

→ [@trzcianka_official](https://www.instagram.com/trzcianka_official)

→ aplikacja Gmnia Trzcianka

podział na obszary

Gmina Trzcianka została podzielona na 5 obszarów, na których obowiązywać będą różne regulacje



Obszar I

centrum miasta Trzcianka, obejmujący teren zabudowy staromiejskiej ze znaczącym udziałem przestrzeni publicznych,

Obszar II

śródmieście miasta Trzcianka

Obszar III

tereny zurbanizowane miasta, obejmujące osiedla mieszkaniowe oraz założenia usługowe i przemysłowe, tereny kolejowe i transportowe, tereny sportowe, tereny niezainwestowane

Obszar IV

tereny zurbanizowane wiejskich jednostek osadniczych

Obszar V

tereny z dominującym udziałem terenów otwartych, w szczególności: grunty rolne i leśne, parki, cmentarze, tereny ogrodów działkowych, tereny jezior, cieków wodnych, tereny zielone wzdłuż jezior i cieków wodnych, w tym plaże i inne tereny rekreacyjne, tereny o ekstensywnej zabudowie w mieście i rozproszonej zabudowie wiejskiej.

podział na obszary - MIASTO TRZCIANKA

Obszar I

centrum miasta Trzcianka,
obejmujący teren zabudowy staromiejskiej
ze znaczącym udziałem przestrzeni publicznych,

Obszar II

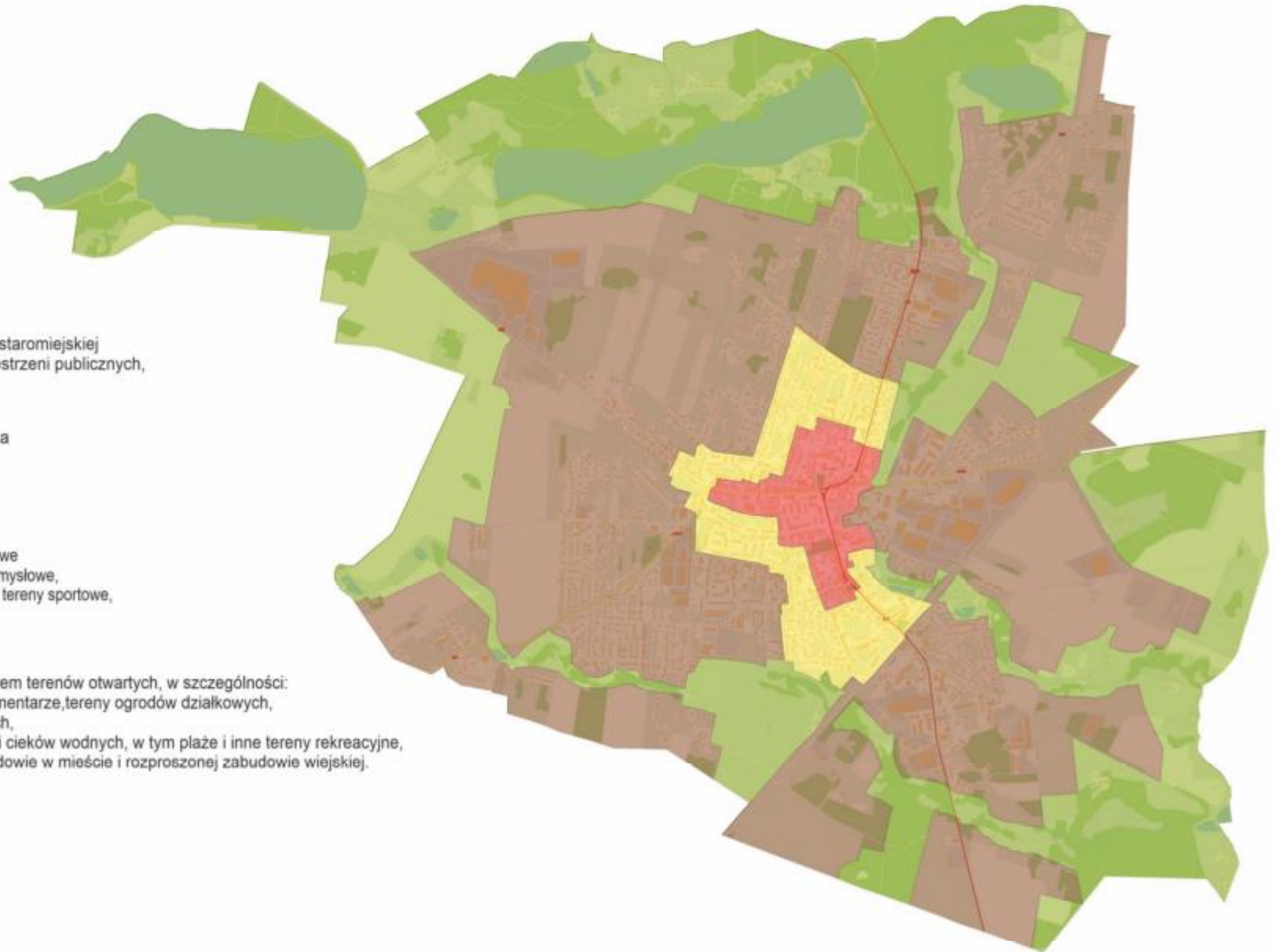
śródmieście miasta Trzcianka

Obszar III

tereny zurbanizowane miasta,
obejmujące osiedla mieszkaniowe
oraz założenia usługowe i przemysłowe,
tereny kolejowe i transportowe, tereny sportowe,
tereny niezainwestowane

Obszar V

tereny z dominującym udziałem terenów otwartych, w szczególności:
grunty rolne i leśne, parki, cmentarze, tereny ogrodów działkowych,
tereny jezior, cieków wodnych,
tereny zielone wzdłuż jezior i cieków wodnych, w tym plaże i inne tereny rekreacyjne,
tereny o ekstensywnej zabudowie w mieście i rozproszonej zabudowie wiejskiej.



definicje zawarte w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym

reklama - upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne

tablica reklamowa – przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, o płaskiej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w szczególności baner reklamowy, reklama naklejana na okna budynków i reklamy umieszczane na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem



szyld – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują



urządzenie reklamowe – przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, inny niż tablica reklamowa, z wyłączeniem drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie



podstawowe definicje zawarte w projekcie

W Uchwale krajobrazowej nie powtarza się ani nie modyfikuje definicji zawartych w przepisach odrębnych. Niezdefiniowane w Uchwale krajobrazowej określenia, należy rozumieć zgodnie z ich definicjami w tych przepisach, w przypadku ich braku, zgodnie z przyjętymi powszechnie definicjami zawartymi w słowniku języka polskiego.

baner reklamowy

– tablica reklamowa, wykonana z tkanin, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych



detal architektoniczny

– element dekoracyjny obiektu budowlanego, np. gzyms, fryz, belkowanie, ryzalit, parapet, poręcz, balustrada, okiennica, element rzeźbiarski lub malarski, opaska wokół otworu okiennego, połączenia materiałów budowlanych



kaseton

– tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe: jednobrytowe, przestrzenne, niepełne w środku, zazwyczaj podświetlane



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



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)



potykacz

– wolno stojące, przenośne urządzenie reklamowe, składające się z dwóch prostokątnych tablic, złączonych wzdłuż górnej krawędzi lub z jednej dwustronnej tablicy na podstawie



podstawowe definicje zawarte w projekcie

pylon

– wolnostojące i pionowe urządzenie, na którym dopuszcza się sytuowanie więcej niż jednej powierzchni służącej ekspozycji reklamy, z rozróżnieniem na:

pylon cenowy – informujący o cenach (w szczególności w formie wyświetlacza tekstowego) 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,



pylon wizytówkowy

– eksponujący modułowo rozmieszczone tabliczki formatu drobnego, z dopuszczeniem zwieńczenia w jego najwyższej części tablicą reklamową o szerokości nie większej niż szerokość tego pylonu,



tabliczki formatu drobnego do 0,15 m²

pylon zbiorczy

– eksponujący modułowo rozmieszczone tablice reklamowe;



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 1,2 m na 1,8 m, na obiekcie także 0,9 m na 2,26 m (tzw. citylight)



reklama typu B

– jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa trwale związana z gruntem lub sytuowana na obiekcie, o wymiarach 3,55 m na 2,47 m (ok. 9 m²)



reklama typu C

– jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa trwale związana z gruntem lub sytuowana na obiekcie, o wymiarach 5,04 m na 2,38 m (ok. 12 m²) lub 6 m na 3 m (18 m²)



(reklamy typu B i C to tzw. billboardy)

siatka budowlana

– siatka ochronna na rusztowaniu roboczym, na której możliwe jest eksponowanie reklamy w postaci elastycznej i ażurowej tablicy reklamowej wykonanej z tkanin, tekstyliów lub miękkich tworzyw sztucznych o strukturze siatki



podstawowe definicje zawarte w projekcie

szyld równoległy

– szyld usytuowany równolegle do płaszczyzny sytuowania lub stycznie do słupa totemu, inny niż szyld główny i szyld wizytówkowy



szyld semaforowy

- szyld usytuowany pod kątem prostym lub w połowie kąta rozwartego między płaszczyznami, pomiędzy którymi jest sytuowany



szyld główny

– pionowy lub poziomy szyld wybranej działalności głównej na danej nieruchomości, w szczególności wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, obiektów instytucji kultury, hoteli itp., a także szyld obiektu, inny niż szyld równoległy, inny niż szyld semaforowy i wizytówkowy, sytuowany równolegle do płaszczyzny sytuowania na jednym z obiektów: kiosku, budynku, pylonie lub totemie



podstawowe definicje zawarte w projekcie

szyld wizytówkowy

– szyld usytuowany równolegle do płaszczyzny sytuowania, inny niż szyld główny i szyld równoległy, formatu drobnego lub małego najczęściej zgrupowany z innymi szyldami wizytówkowymi (np. na tablicy wizytówkowej, pylonie) w sposób modułowy z uwzględnieniem jednolitych zasad, w szczególności wymiarów, odstępów, wyrównania lub justowania treści, w szczególności zawierający dane identyfikacyjne działalności lub informacje o godzinach otwarcia, przyjęć, rejestracji itp.



szyld zabytkowy

– szyld wpisany do ewidencji zabytków lub do rejestru zabytków lub starszy niż 40 lat, licząc od dnia wejścia w życie Uchwały krajobrazowej



totem

– urządzenie reklamowe wolnostojące w formie słupa zwieńczonego jednym szyldem głównym;



tablica wizytówkowa

– tablica reklamowa przeznaczona do ekspozycji modułowo rozmieszczonych szyldów wizytówkowych



Regulacje - obiekty małej architektury

obiekt małej architektury - należy przez to rozumieć niewielkie obiekty, a w szczególności:

- a) kultu religijnego, jak: kapliczki, krzyże przydrożne, figury,
- b) posągi, wodotryski i inne obiekty architektury ogrodowej,
- c) użytkowe służące rekreacji codziennej i utrzymaniu porządku, jak: piaskownice, huśtawki, drabinki, śmietniki

[Ustawa z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane, art.3, pkt 4]

dla obszaru całej Gminy ustala się:

1) zasady i warunki sytuowania:

sytuowanie w sposób nieutrudniający ruchu pieszego i rowerowego poprzez zachowanie minimalnych szerokości chodnika oraz drogi rowerowej określonych w przepisach odrębnych, wkomponowanie obiektów w otoczenie, w sposób nie zakłócający charakteru miejsca oraz nie przesłaniający widoków na: obiekty wpisane do rejestru zabytków, pomniki, tablice pamiątkowe, miejsca pamięci narodowej, znaki i sygnały drogowe, tablice urzędowe; dopuszczenie iluminacji;

2) gabaryty:

wysokość nie większa niż 6 m,
pozostałe wymiary dowolne;

3) standardy jakościowe:

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 (w szczególności bez ubytków w deskowaniu, w ceramice, bez odprysków farby, tynków),
sytuowanie i utrzymanie zakonserwowanych zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami dla danych materiałów budowlanych
(w szczególności sezonowej impregnacji drewna lub zabezpieczeniem przed niepożądaną korozją);

4) materiały budowlane:

stosowanie powszechnie przyjętych materiałów budowlanych, w szczególności szkła, kamienia, betonu, tworzyw sztucznych, drewna, materiałów ceramicznych, metali i ich kompozytów,
zachowanie jednorodności materiałów i kolorystyki powtarzalnych obiektów małej architektury oraz spójnej stylowo formy poszczególnych obiektów małej architektury w obrębie placu, ulicy, skweru, zieleńca lub innej przestrzeni dostępnej publicznie, postrzeganej jako czytelnie wyodrębniona całość



Regulacje - ogrodzenia

dla obszaru całej Gminy ustala się:

- 1) dla ogrodzeń usytuowanych od strony przestrzeni dostępnych publicznie:
 - a) zakazuje się ogrodzeń wykonanych z następujących materiałów:
 - blach,
 - tworzyw sztucznych, z wyłączeniem imitujących materiały naturalne,
 - o podwyższonej odporności na oddziaływanie czynników zewnętrznych,
 - prefabrykowanych paneli betonowych i żelbetowych,
 - niestanowiących integralnego elementu przęsła ogrodzenia,
 - elementów refleksyjnych, odblaskowych,
 - b) zakazuje się ogrodzeń o stopniu ażurowości przęsła mniejszym niż 35% w widoku równoległym, z wyłączeniem:
 - ogrodzeń zabytkowych, w tym również powstałych w wyniku rekonstrukcji,
 - ogrodzeń stanowiących uzupełnienie przerw w zabudowie tworzącej pierzeję ulic,
 - murowanych fragmentów ogrodzeń w zabudowie jednorodzinnej o łącznym przebiegu stanowiącym 30% długości odcinka ogrodzenia,
 - c) nakazuje się zachowanie 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 (w szczególności bez ubytków w deskowaniu, w ceramice, bez odprysków farby, tynków),
 - sytuowanie i utrzymanie w funkcjonalności technicznej (w szczególności z prawidłowo funkcjonującymi furtami w ogrodzeniu),
 - sytuowanie i utrzymanie zakonserwowanych zgodnie z powszechnie przyjętymi zasadami dla danych materiałów budowlanych (w szczególności sezonowej impregnacji drewna lub zabezpieczeniem przed niepożądaną korozją).
 - 2) dla ogrodzeń usytuowanych w granicach obszaru IV i obszaru V, z wyłączeniem terenów położonych w granicach administracyjnych miasta Trzcianka, dopuszcza się:
 - a) ogrodzenia wykonane z prefabrykowanych paneli betonowych i żelbetowych,
 - b) ogrodzenia o dowolnym stopniu ażurowości i ogrodzenia pełne.
2. Ograniczenia zawarte w ust. 1 pkt 1 lit. b, nie dotyczą:
 - 1) terenów, których sposób ogrodzenia uregulowany jest w przepisach odrębnych;
 - 2) terenów związanych z prowadzeniem gospodarki rolnej i leśnej;
 - 3) terenów cmentarzy;
 - 4) terenów służących zapewnieniu bezpieczeństwa infrastruktury technicznej;
 - 5) terenów stanowiących magazyny zewnętrzne towarzyszące budynkom handlowo-usługowym;
 - 6) terenów schronisk dla zwierząt;
 - 7) terenów, na których prowadzona jest działalność produkcyjna, składowa lub magazynowa



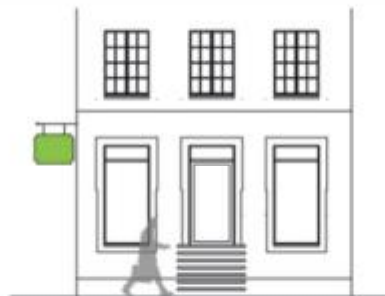
Kluczowe regulacje

Szyldy



SZYLD RÓWNOLEGŁY

Szyld umieszczony bezpośrednio na obiekcie, np.: ścianie budynku, równolegle do powierzchni do której jest zamocowany. Szyld taki może przyjąć różnorodne formy: tablicy, przestrzennych bądź płaskich liter. Zazwyczaj jest spotykany nad wejściem do lokalu usługowego pomiędzy oknami parteru a pierwszego piętra budynku.



SZYLD SEMAFOROWY

Szyld umieszczony na budynku, zazwyczaj prostopadłe do ściany budynku. Szyld taki może przyjąć różnorodne formy: tablicy, przestrzennych bądź płaskich liter, bądź kasetonu. Zazwyczaj jest spotykany przy wejściu do lokalu usługowego



NA OBIEKTACH MAŁEJ ARCHITEKTURY

Szyld w postaci niewielkich znaków umieszczonych na obiektach małej architektury lub elementach ogródków gastronomicznych.



SZYLD WIZYTÓWKOWY

Niewielka tabliczka informująca o prowadzonej działalności o wielkości nie większej niż 0,1 metra kwadratowego. Taka tabliczka zazwyczaj umieszczana jest na większej tablicy, tzw. tablicy wizytówkowej lub pylonie wizytówkowym.



SZYLD GŁÓWNY

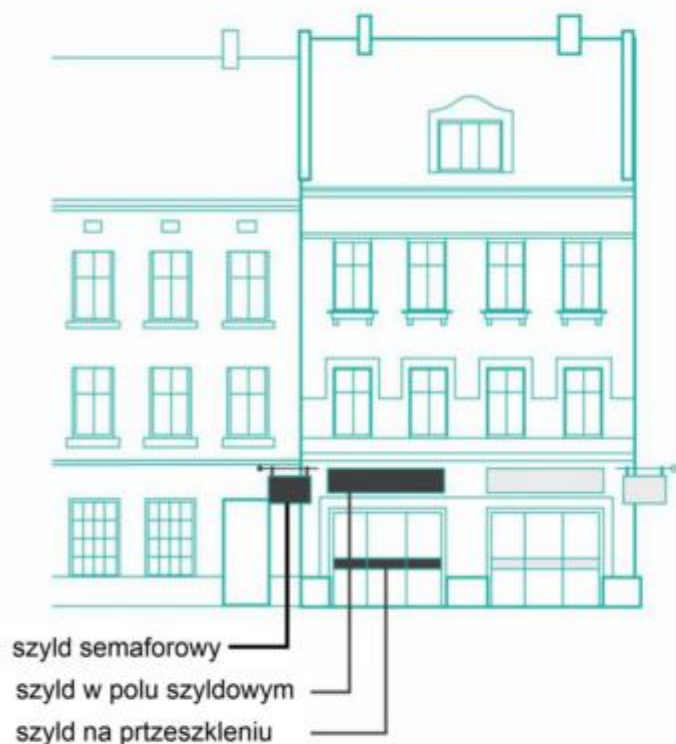
Pionowy lub poziomy szyld dużego obiektu usługowego, budynków użyteczności publicznej jak urzędy, sądy, dworce oraz na obiektach handlowych, jak galerie handlowe. Zazwyczaj szyld główny jest nazwą danego obiektu pozwalający na jego rozpoznanie w mieście.



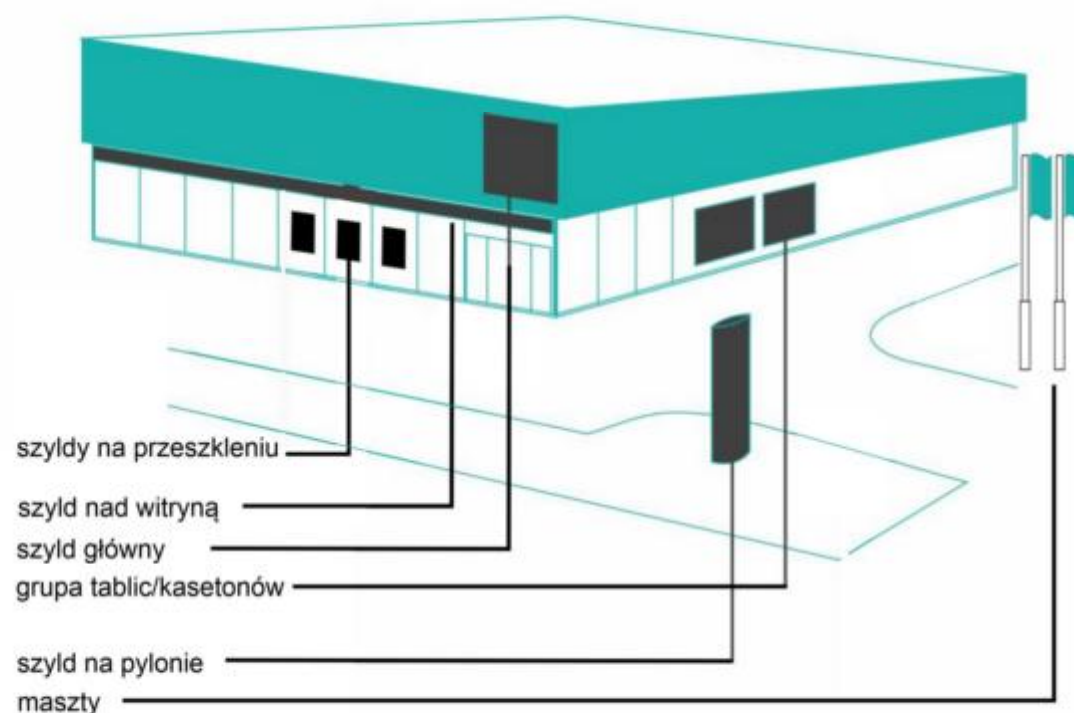
MASZT

Liczba szyldów

Ta sama dopuszczalna liczba dla każdego przedsiębiorcy
10 szyldów



budynek w pierzei



budynek wolnostojący

Liczba szyldów

liczba i rodzaj szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości, przez każdy podmiot prowadzący na niej działalność:

maksymalna łączna liczba szyldów, umieszczanych na nieruchomości przez jeden podmiot prowadzący na niej działalność, równa dziesięć, przy zachowaniu dodatkowych warunków nakładanych na poszczególne rodzaje szyldów przez inne przepisy Uchwały krajobrazowej

dla każdego podmiotu zajmującego lub współdzielącego lokal, który nie posiada bezpośredniego wejścia z zewnątrz – jeden szyld wizytówkowy przy wejściu do budynku,

dla każdego lokalu, do którego wejście nie znajduje się od strony ulicy – jeden szyld wizytówkowy lub semaforowy przy przejściu prowadzącym do lokalu, w szczególności szyld flankujący przejście bramowe prowadzące do podwórka,

w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność jeden szyld wizytówkowy albo równoległy na ogrodzeniu lub na pylonie (odpowiednio wizytówkowym lub zbiorczym) dla każdego podmiotu,

nie więcej niż trzy szyldy w formie flag na maszcie flagowym, po jednej fladze na każdy maszt,

szyldy zabytkowe lub ich wierne rekonstrukcje, niezależnie od wymienionych powyżej ograniczeń liczbowych,

szyldy umieszczane na elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, niezależnie od wymienionych powyżej ograniczeń liczbowych,

liczba szyldów sytuowanych przez jeden podmiot liczona jest jako jeden szyld w następujących przypadkach:
jako suma wszystkich elementów szyldu takich jak litery przestrzenne lub litery przestrzenne i logo,
dla szyldu wolnostojącego posiadającego powierzchnie ekspozycji skierowane w różne strony, jeśli zachowują identyczne gabaryty i wysokość sytuowania.

Kluczowe regulacje - szyldy

Dla obszaru całej Gminy ustala się sytuowanie następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych **będących szyldami**:

1) szyld równoległy:

w formie tablicy pełnej lub z wyciętymi znakami w kontrze:

w formie kasetonu:

w formie znaków bez tła:

2) szyld semaforowy:

w formie tablicy:

w formie kasetonu:

w formie kutek znaków bez tła:

2) szyld główny:

w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła o orientacji poziomej, w formie tablicy lub kasetonu, sytuowany równolegle do elewacji o dopuszczalnej wysokości znaków:

□ nie większej niż 1 m przy wysokości sytuowania nie większej niż 4 m,

□ nie większej niż 1/5 wysokości elewacji oraz nie większej niż 1,6 m, przy wysokości sytuowania nie mniejszej niż 4 m i nie większej niż 12 m,

□ nie większej niż 1/8 wysokości elewacji oraz nie większej niż 5,0 m, przy wysokości sytuowania nie mniejszej niż 12 m,

w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła o orientacji pionowej sytuowany równolegle do elewacji o dopuszczalnej wysokości znaków nie większej niż 1 m,

w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła sytuowany na budynku kultury lub hotelu prostopadle do elewacji, poniżej górnej krawędzi elewacji

4) szyld wizytówkowy

5) tablica wizytówkowa

6) pylon wizytówkowy

7) szyld na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych i kramów ulicznych:

Obszar I

1) szyld równoległy:

- w formie płaskich znaków bez tła lub z tłem z folii matowej mrożonej lub mlecznej,

- sytuowanych od strony wnętrza lokalu na przeszkleciu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym innym niż nadświetle,

o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż **30%** przeszklecia,

- w formie znaków przestrzennych, kasetonu lub neonu, sytuowanych na przeszkleciu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym, o dopuszczalnej powierzchni szyldu nie większej niż innych niż **30%** powierzchni tego przeszklecia

Obszar II

1) szyld równoległy

- jak w Obszarze I

- szyld sytuowany na wiacie:

2) totem:

- dopuszcza się sytuowanie totemu na nieruchomości zabudowanej budynkiem o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 250 m², w którym prowadzona jest wyłącznie działalność gastronomiczna umożliwiającą bezpośredni zakup z samochodu



Kluczowe regulacje - szyldy

Obszar III

1) szyld równoległy:

- w formie płaskich znaków bez tła lub z tłem z folii matowej mrożonej lub mlecznej,
- 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 **40%** przeszklecia,
- sytuowanych na ścianie stanowisk służących obsłudze pojazdów i myjni, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż **40%** powierzchni ich sytuowania,
- w formie znaków przestrzennych, kasetonu lub neonu, sytuowanych na przeszkleeniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym, o dopuszczalnej powierzchni szyldu nie większej niż innych niż **40%** powierzchni tego przeszklecia
- w formie znaków przestrzennych, kasetonu lub neonu, sytuowanych na części elewacji zamykającej się między górną krawędzią otworów okiennych lub drzwiowych a elementem architektonicznym takim jak np. gzyms, górna krawędź elewacji parterowego budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m², dopuszczalna wysokość nie większa niż 3/5 wysokości płaszczyzny sytuowania oraz nie większa niż 1,5 m,

- szyld na wiacie

2) grupa szyldów równoległych:

w postaci zwartej kompozycji w jednym miejscu lub dwóch miejscach na elewacji budynku użyteczności publicznej, w formie znaków bez tła, tablic lub kasetonów o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczego szyldu wchodzącego w skład grupy nie większej niż 12 m²,

3) szyld główny:

- w formie tablicy lub kasetonu, sytuowany na budynku usługowo-handlowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1500 m² równolegle do elewacji o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 16 m²,
- w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła, sytuowany na obiekcie produkcyjnym lub magazynowym o wysokości większej niż 30 m, równolegle do płaszczyzny sytuowania, o dopuszczalnej łącznej wysokości znaków nie większej niż 1/4 wysokości elewacji budynku lub konstrukcji obiektu,

4) pylon zbiorczy:

dopuszcza się sytuowanie pylonu w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością, w odległości nie mniejszej niż:

- 15 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- 10 m od masztu flagowego,
- 30 m od wolnostojących reklam typu A, typu B typu C oraz pylonu zbiorczego, dopuszczalna wysokość pylonu nie większa niż 4,5 m, dopuszczalna szerokość pylonu nie większa niż 2/5 wysokości pylonu;

5) maszt flagowy:

- przed budynkami kultury, budynkami oświaty, budynkami administracji bądź obiektami sportu,
- w granicach nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 300 m²,
- w granicach nieruchomości zabudowanej budynkiem usługowym, przemysłowym lub magazynowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 800 m²,
- na nieruchomości stacji paliw,

6) totem:

- na nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1500 m²,
- na nieruchomości zabudowanej budynkiem o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 250 m², w którym prowadzona jest wyłącznie działalność gastronomiczna umożliwiającą bezpośredni zakup z samochodu,
- na stacji paliw,

dopuszcza się sytuowanie totemu w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m od budynku, wolnostojącej reklamy typu A, masztu flagowego,
- 40 m od pylonu zbiorczego, wolnostojącej reklamy typu B lub C,
- 200 m od totemu,

c) dopuszczalna wysokość totemu nie większa niż 35 m,

d) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie większa niż 36 m².



Kluczowe regulacje - szyldy

Obszar III

1) szyld równoległy:

- w formie płaskich znaków bez tła lub z tłem z folii matowej mrożonej lub mlecznej,
- 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 **40%** przeszklecia,
- sytuowanych na ścianie stanowisk służących obsłudze pojazdów i myjni, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż **40%** powierzchni ich sytuowania,
- w formie znaków przestrzennych, kasetonu lub neonu, sytuowanych na przeszkleeniu w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym, o dopuszczalnej powierzchni szyldu nie większej niż innych niż **40%** powierzchni tego przeszklecia
- w formie znaków przestrzennych, kasetonu lub neonu, sytuowanych na części elewacji zamykającej się między górną krawędzią otworów okiennych lub drzwiowych a elementem architektonicznym takim jak np. gzyms, górna krawędź elewacji parterowego budynku handlowo-usługowego o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1000 m², dopuszczalna wysokość nie większa niż 3/5 wysokości płaszczyzny sytuowania oraz nie większa niż 1,5 m,

- szyld na wiacie

2) grupa szyldów równoległych:

- w postaci zwartej kompozycji w jednym miejscu lub dwóch miejscach na elewacji budynku użyteczności publicznej,
- w formie znaków bez tła, tablic lub kasetonów
- o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy
- pojedynczego szyldu wchodzącego w skład grupy nie większej niż 12 m²,

3) szyld główny:

- w formie tablicy lub kasetonu, sytuowany na budynku usługowo-handlowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1500 m² równolegle do elewacji o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 16 m²,
- w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła, sytuowany na obiekcie produkcyjnym lub magazynowym o wysokości większej niż 30 m, równolegle do płaszczyzny sytuowania, o dopuszczalnej łącznej wysokości znaków nie większej niż 1/4 wysokości elewacji budynku lub konstrukcji obiektu,

4) pylon zbiorczy:

dopuszcza się sytuowanie pylonu w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością, w odległości nie mniejszej niż:

- 15 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- 10 m od masztu flagowego,
- 30 m od wolnostojących reklam typu A, typu B typu C oraz pylonu zbiorczego, dopuszczalna wysokość pylonu nie większa niż 4,5 m, dopuszczalna szerokość pylonu nie większa niż 2/5 wysokości pylonu;

5) maszt flagowy:

- przed budynkami kultury, budynkami oświaty, budynkami administracji bądź obiektami sportu,
- w granicach nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 300 m²,
- w granicach nieruchomości zabudowanej budynkiem usługowym, przemysłowym lub magazynowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 800 m²,
- na nieruchomości stacji paliw,

6) totem:

- na nieruchomości zabudowanej budynkiem handlowo-usługowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1500 m²,
- na nieruchomości zabudowanej budynkiem o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 250 m², w którym prowadzona jest wyłącznie działalność gastronomiczna umożliwiającą bezpośredni zakup z samochodu,
- na stacji paliw,

dopuszcza się sytuowanie totemu w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m od budynku, wolnostojącej reklamy typu A, masztu flagowego,
- 40 m od pylonu zbiorczego, wolnostojącej reklamy typu B lub C,
- 200 m od totemu,

c) dopuszczalna wysokość totemu nie większa niż 35 m,

d) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie większa niż 36 m².



Kluczowe regulacje - szyldy

Obszar IV

1) szyld równoległy:

- w formie płaskich znaków bez tła lub z tłem z folii matowej mrożonej lub mlecznej,
- 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 **40%** przeszkleń,
- sytuowanych na ścianie stanowisk służących obsłudze pojazdów i myjni, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż **40%** powierzchni ich sytuowania,
- w formie znaków przestrzennych, kasetonu lub neonu, sytuowanych na przeszkleń w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym, o dopuszczalnej powierzchni szyldu nie większej niż innych niż **40%** powierzchni tego przeszkleń
- szyld na wiacie

2) szyld główny:

- w formie tablicy lub kasetonu, sytuowany na budynku usługowo-handlowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1500 m² równolegle do elewacji o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 16 m²,
- w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła, sytuowany na obiekcie produkcyjnym lub magazynowym o wysokości większej niż 30 m, równolegle do płaszczyzny sytuowania, o dopuszczalnej łącznej wysokości znaków nie większej niż 1/4 wysokości elewacji budynku lub konstrukcji obiektu,

4) pylon zbiorczy:

dopuszcza się sytuowanie pylonu w granicach nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością, w odległości nie mniejszej niż:

- 15 m od skrajnych punktów styku granicy nieruchomości z pasem drogowym albo w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością,
- 10 m od masztu flagowego,
- 30 m od wolnostojących reklam typu A, typu B typu C oraz pylonu zbiorczego, dopuszczalna wysokość pylonu nie większa niż 4,5 m, dopuszczalna szerokość pylonu nie większa niż 2/5 wysokości pylonu;

5) maszt flagowy jak w Obszarze III

Obszar V

1) szyld równoległy:

- w formie płaskich znaków bez tła lub z tłem z folii matowej mrożonej lub mlecznej,
- 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 **40%** przeszkleń,
- sytuowanych na ścianie stanowisk służących obsłudze pojazdów i myjni, o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż **40%** powierzchni ich sytuowania,
- w formie znaków przestrzennych, kasetonu lub neonu, sytuowanych na przeszkleń w parterze w otworze okiennym lub drzwiowym, o dopuszczalnej powierzchni szyldu nie większej niż innych niż **40%** powierzchni tego przeszkleń
- szyld na wiacie

dla szyldów sytuowanych na ogrodzeniu lub nad bramą w ogrodzeniu lub na pylonie wizytówkowym, z zastosowaniem następujących zasad:

- dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 0,6 m², na terenach położonych w granicach administracyjnych miasta,
- dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi nie więcej niż 2 m², na pozostałych terenach,
- nakaz zachowania jednakowej wielkości i proporcji dla wszystkich szyldów w obrębie powierzchni ich sytuowania,

2) szyld główny:

- w formie tablicy lub kasetonu, sytuowany na budynku usługowo-handlowym o powierzchni zabudowy nie mniejszej niż 1500 m² równolegle do elewacji o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 16 m²,
- w formie przestrzennych lub płaskich znaków bez tła, sytuowany na obiekcie produkcyjnym lub magazynowym o wysokości większej niż 30 m, równolegle do płaszczyzny sytuowania, o dopuszczalnej łącznej wysokości znaków nie większej niż 1/4 wysokości elewacji budynku lub konstrukcji obiektu,

4) pylon zbiorczy jak w Obszarze III

5) maszt flagowy jak w Obszarze III



Regulacje - reklama wolnostojąca



WITACZ WEJŚCIOWY

Tzw. potykacz; jest tablica reklamowa z reklamą bieżącej oferty działalności.



SŁUP REKLAMOWY

Urządzenie reklamowe w formie pionowego walca o średnicy do 1,75 m z umieszczonymi na nim plakatami o wysokości sięgającej do 3,6 m i wysokości słupa nie większej niż 5 m.



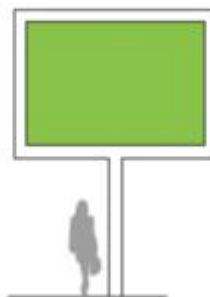
PYLON

Urządzenie reklamowe, które umożliwia przedsiębiorcom informację o cenach na przykład na stacjach paliw, bądź w rejonie podmiejskich wielkopowierzchniowych sklepów.



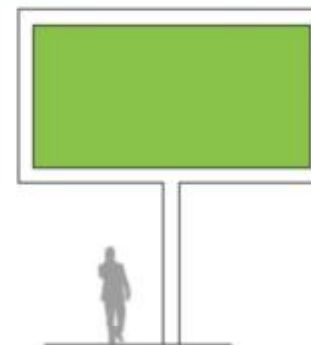
REKLAMA TYPU A

Popularny citylight; Znany m.in. z wiat przystankowych, podświetlony nośnik reklamy, której głównym odbiorcą mają być piesi lub pasażerowie komunikacji publicznej.



REKLAMA TYPU B

Przeszklona gabłota na słupie, wysoka jakość wykonania sprawia że tego typu nośniki stają się meblem miejskim.



REKLAMA TYPU C

Popularny nośnik tzw. billboard o powierzchni 12 lub 18 m².

Regulacje - reklama na obiektach



WITACZ WEJŚCIOWY

Tablica reklamowa z reklamą bieżącej oferty działalności sytuowana w miejscu jej prowadzenia na ścianie budynku.



REKLAMA NA PRZESZKLENIU

Reklama umieszczona w oknach lub przeszkleniach budynku. Jest to zazwyczaj wyklejona folia nawierzchnia bądź obiekty umieszczone po wewnętrznej stronie lokalu.



NA OBIEKTACH MAŁEJ ARCHITEKTURY

Reklama w postaci niewielkich znaków umieszczonych na obiektach małej architektury lub elementach ogródków gastronomicznych.



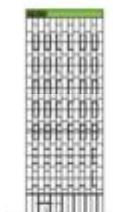
MURAL REKLAMOWY

Tablica reklamowa wykonana technikami plastycznymi, na przykład malowana bezpośrednio na ścianie obiektu budowlanego.



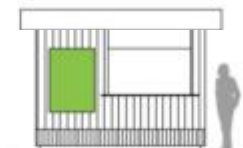
ZNAKI BEZ TŁA

Reklama w formie logo, logotypu bądź nazwy firmy w formie wyciętych przestrzennych bądź płaskich elementów.



KASETON

Urządzenie reklamowe wykonane z jednobryłowego elementu przestrzennego zazwyczaj podświetlane od środka z umieszczonym znakiem firmy lub lokalu.



REKLAMA TYPU A

Popularny citylight znany m.in. z wiat przystankowych, który może być umieszczany np. na kioskach, podświetlony nośnik, którego głównym odbiorcą mogą być piesi.



EKRAN ŚWIETLNY

tablica reklamowa w formie świetlnej tablicy umożliwiającej prezentowanie zmiennej treści za pomocą światła. Zazwyczaj jest to ekran LED.*



TABLICA REKLAMOWA

(lub inna tablica reklamowa) – tablica reklamowa, również w formie banera z tkaniny zamocowana na ścianie budynku bez okien.

Regulacje - reklama wolnostojąca

nakaz zachowania odległości od innych reklam



odległości między reklamami zwiększają się wraz z rozmiarem nośnika reklamowego

maszt flagowy sytuowanie w odległości nie mniejszej niż:

- 0,5 m od granicy nieruchomości,
- 2 m od sąsiedniego masztu,
- 10 m od wolnostojących reklam typu A, typu B, typu C, pylonu zbiorczego lub totemu,

pylon zbiorczy o wysokości do 8 m i szerokości do 2/5 wysokości pylonu sytuowanie w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m masztu flagowego,
- 30 m od wolnostojących reklam typu A, typu B oraz sąsiedniego pylonu o wskazanych wymiarach,
- 40 m od wolnostojącej reklamy typu C lub totemu,

pylon zbiorczy o wysokości do 15 m i szerokości do 2/5 wysokości pylonu, sytuowanie w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m masztu flagowego,
- 30 m od: wolnostojących reklam typu A, typu B,
- 40 m od wolnostojącej reklamy typu C lub totemu,
- 100 m do sąsiedniego pylonu o wskazanych wymiarach;

reklama typu A sytuowanie w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m od masztu flagowego lub totemu,
- 30 m od wolnostojących reklam typu B lub pylonu zbiorczego,
- 40 m od wolnostojącej reklamy typu C;

reklama typu B sytuowanie w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m masztu flagowego,
- 30 m od wolnostojącej reklamy typu A, typu B lub pylonu zbiorczego,
- 40 m od wolnostojącej reklamy typu C lub totemu

reklama typu C sytuowanie w odległości nie mniejszej niż:

- 10 m masztu flagowego,
- 40 m od wolnostojącej reklamy typu A, typu B, pylonu zbiorczego lub totemu,
- 50 m od wolnostojącej reklamy typu C,

reklama typu B lub C - Obszar IV

sytuowanie w odległości nie mniejszej niż:

- 50 m od przejazdów kolejowych, mostów, wiaduktów, estakad oraz tuneli,
- 15 m od przecięcia osi jezdni skrzyżowań,
- 10 m od pnia drzewa, od budynku,
- 10 m od masztu flagowego,
- 50 m od pylonu zbiorczego,
- 100 m od wolnostojącej reklamy typu B lub C,

reklama typu B lub C - Obszar V

sytuowanie w odległości nie mniejszej niż:

- 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni,
- 10 m od masztu flagowego,
- 50 m od pylonu zbiorczego,
- 200 m od wolnostojącej reklamy typu B lub C

Regulacje - reklama na wszystkich obszarach

Tablice i urządzenia reklamowe niebędące szyldami na obiektach na obszarze całej Gminy

1) reklama na przeszkleniu:

- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleciach lokalu niemieszkalnego, na tej kondygnacji, na której znajduje się wejście z zewnątrz do lokalu, na przeszkleciach kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej,
- b) dopuszcza się sytuowanie reklamy po wewnętrznej stronie przeszklecia, z wyłączeniem wyświetlaczy, w odległości nie większej niż 0,2 m od szyby,
- c) dopuszcza się sytuowanie reklamy, bezpośrednio na przeszkleciu, od jego wewnętrznej strony, w formie:
 - ☐ płaskich znaków bez tła,
 - ☐ płaskich znaków z tłem z folii matowej mrożonej lub mlecznej,
 - ☐ nieprzeźiernej tablicy reklamowej,
- d) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie większa niż:
 - ☐ 30% powierzchni tego przeszklecia, w granicach obszarów I i II,
 - ☐ 50% powierzchni tego przeszklecia, w granicach obszarów III, IV i V

2) mural reklamowy:

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

3) reklama na obiektach małej architektury:

- 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 nie większa niż 10% powierzchni, na której jest sytuowana,
- d) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem, nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt;

4) reklama na urządzeniach automatycznych:

- a) dopuszcza się reklamę w formie naklejek lub nadruków;
- b) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie większa niż:
 - ☐ 10% płaszczyzny, na której jest umieszczona, w granicach obszarów I i II,
 - ☐ 20% płaszczyzny, na której jest umieszczona, w granicach obszarów III, IV i V

5) 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,
- 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

6) reklama na ogrodzeniu placu budowy:

- a) dopuszcza się tablice reklamowe, których wysokość nie przekracza wysokości ogrodzenia, na którym są umieszczone,
- b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie większa niż 50% powierzchni ogrodzenia, na którym jest umieszczona,
- c) dopuszcza się sytuowanie reklamy na ogrodzeniu wyłącznie na czas trwania budowy i na okres nie dłuższy niż **2 lata**

Regulacje - reklama na wszystkich obszarach

Tablice i urządzenia reklamowe niebędące szyldami wolnostojących, trwale związanych z gruntem na na obszarze całej Gminy

1) reklama na przeszkleńiu:

- a) dopuszcza się sytuowanie na przeszkleńiach lokalu niemieszkalnego, na tej kondygnacji, na której znajduje się wejście z zewnątrz do lokalu, na przeszkleńiach kiosku ulicznego lub pawilonu sprzedaży ulicznej,
- b) dopuszcza się sytuowanie reklamy po wewnętrznej stronie przeszkleńia, z wyłączeniem wyświetlaczy, w odległości nie większej niż 0,2 m od szyby,
- c) dopuszcza się sytuowanie reklamy, bezpośrednio na przeszkleńiu, od jego wewnętrznej strony, w formie:
 - ☐ płaskich znaków bez tła,
 - ☐ płaskich znaków z tłem z folii matowej mrożonej lub mlecznej,
 - ☐ nieprzezierniej tablicy reklamowej,
- d) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie większa niż:
 - ☐ 30% powierzchni tego przeszkleńia, w granicach obszarów I i II,
 - ☐ 50% powierzchni tego przeszkleńia, w granicach obszarów III, IV i V;

2) mural reklamowy:

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

3) reklama na obiektach małej architektury:

- 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 nie większa niż 10% powierzchni, na której jest sytuowana,
- d) dopuszcza się sytuowanie tablicy reklamowej o srebrnej lub miedzianej powierzchni metalowej z grawerem, nie większej niż 0,015 m² na każdy obiekt;

4) reklama na urządzeniach automatycznych:

- a) dopuszcza się reklamę w formie naklejek lub nadruków;
- b) dopuszczalna łączna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie większa niż:
 - ☐ 10% płaszczyzny, na której jest umieszczona, w granicach obszarów I i II,
 - ☐ 20% płaszczyzny, na której jest umieszczona, w granicach obszarów III, IV i V;

5) 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,
- 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

6) reklama na ogrodzeniu placu budowy:

- a) dopuszcza się tablice reklamowe, których wysokość nie przekracza wysokości ogrodzenia, na którym są umieszczone,
- b) dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy nie większa niż 50% powierzchni ogrodzenia, na którym jest umieszczona,
- c) dopuszcza się sytuowanie reklamy na ogrodzeniu wyłącznie na czas trwania budowy i na okres nie dłuższy niż 2 lata

Regulacje - reklama na wszystkich obszarach

tablice i urządzenia reklamowe niebędące szyldami

wolnostojące, trwale związane z gruntem

1) słup reklamowy:

a) dopuszcza się sytuowanie:

- ☐ w obszarze pasa drogowego, na terenie skwerów i parków,
- ☐ w odległości nie mniejszej niż 50 m od sąsiedniego słupa reklamowego,

b) zakazuje się doświetlenia

2) gablota ekspozycyjna:

a) dopuszcza się sytuowanie na nieruchomości zabudowanej budynkiem kultury, budynkiem oświaty lub obiektem sportu,

b) dopuszczalne wymiary:

- ☐ maksymalne pole powierzchni pojedynczej gabloty nie większe niż 0,8 m²,
- ☐ wysokość urządzenia nie większa niż 2 m.,

c) dopuszcza się sytuowanie układu kilku gablot o ujednoliconej formie zewnętrznej

wolnostojące, przenośne

1) witacz wejściowy:

a) dopuszcza się sytuowanie przy wejściu do lokalu,

b) dopuszcza się witacz wejściowy w formie:

- ☐ pulpitu o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,13 m²,
- ☐ tablicy jednostronnej lub dwustronnej o powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 0,5 m²,
- ☐ potykacza o łącznej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 1,5 m²,

c) dopuszcza się wysokość urządzenia reklamowego nie większą niż 1,6 m.,

d) dopuszcza się nie więcej niż jedno urządzenie reklamowe na lokal,

e) dopuszcza się eksponowanie jedynie w godzinach otwarcia lokalu

2) reklama na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych i kramów ulicznych:

a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinach markiz i parasoli, na ogrodzeniach i na innych elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych,

b) dopuszcza się sytuowanie reklamy na lambrekinie markizy kramu ulicznego,

c) dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie znaków bez tła, w szczególności nazwy lub

- ☐ logotypu działalności albo nazwy lub logotypu sponsora obiektu wyposażenia ogródka:
- ☐ w granicach obszarów I, II i III, z zastosowaniem monochromatu, w szczególności sepia, bieli i czerni lub dominujących barw zaczerpniętych z elewacji obiektu przy którym są sytuowane,

☐ dopuszczalna wysokość znaków nie większa niż 0,15 m,

☐ o dopuszczalna powierzchnia służącej ekspozycji reklamy nie większa niż 30% powierzchni, na której jest sytuowana,

d) dopuszcza się sytuowanie reklamy na ogrodzeniach ogródków gastronomicznych, jeśli:

- ☐ w obrębie jednego ogródka stosuje się przesłà ogrodzenia z identycznym, powtarzalnym znakiem reklamowym,
- ☐ reklama na przesłach stanowi trwały element tego przesłà



Regulacje - reklama na wszystkich obszarach

tablice i urządzenia reklamowe niebędące szyldami

tablice kierunkowe

wskazujące lokalizację działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych

- 1) w formie tablicy pełnej montowanej na słupie:
 - a) o dopuszczalnej wysokości słupa nie większej niż 3 m.,
 - b) o dopuszczalnych wymiarach tablicy:
 - ☐ wysokość nie większa niż 0,3 m,
 - ☐ szerokość nie większa niż 1,2 m,
 - ☐ grubość nie większa niż 0,04 m,
- 2) sytuowanie w formie tablicy pełnej na elewacji budynku:
 - a) w obrębie parteru w odległości nie mniejszej niż 2,1 m od poziomu terenu,
 - b) o dopuszczalnych wymiarach tablicy:
 - ☐ wysokość nie większa niż 0,7 m,
 - ☐ szerokość nie większa niż 1,2 m,
 - ☐ grubość nie większa niż 0,04 m.

reklama okolicznościowa

reklama związana z wydarzeniem okolicznościowym, w szczególności społecznym, kulturalnym, religijnym, sportowym, szkolnym, odbywającym się na terenie Gminy:

- 1) dopuszcza się sytuowanie reklamy:
 - a) w formie tablic reklamowych, banerów reklamowych lub flag:
 - ☐ w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych, w tym na obiektach związanych z wydarzeniem,
 - ☐ w pasach drogowych,
 - ☐ o dopuszczalnej powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większej niż 12 m²,
 - ☐ o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 6 m.,
 - b) w formie ekspozytorów:
 - ☐ wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych,
 - ☐ o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 10 m.;
 - c) w formie winderów:
 - ☐ wyłącznie w miejscach odbywania się imprez masowych oraz innych wydarzeń okolicznościowych,
 - ☐ o dopuszczalnej wysokości nie większej niż 3,5 m.
- 2) dopuszcza się eksponowanie reklamy:
 - a) nie więcej niż 30 dni przed rozpoczęciem wydarzenia,
 - b) w czasie trwania wydarzenia,
 - c) nie dłużej niż 7 dni po zakończeniu wydarzenia.



Regulacje - reklama na wszystkich obszarach

tablice i urządzenia reklamowe niebędące szyldami

Zakazy

zakazuje się sytuowania niżej wymienionych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, niebędących szyldami:

- 1) w innych formach niż dopuszczone w niniejszej Uchwale krajobrazowej, z wyjątkiem historycznych form reklam poprzez ich odtworzenie w zakresie gabarytów, materiałów, kolorów, o ile inaczej nie określono w przepisach odrębnych
- 2) na budynkach objętych jedną z form ochrony zabytków określoną w obowiązującej ustawie o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, przy czym jeśli otoczenie budynku również stanowi zabytek, zakazuje się instalowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenie nieruchomości, na której położony jest budynek, (wyjątki, reklama na przeszkleń 30% powierzchni przeszkleń)
o ile inaczej nie określono w przepisach odrębnych
- 3) na nieruchomościach o funkcji oświatowej, sakralnej, służącej administracji publicznej(wyjątki)
- 4) na terenach parków i skwerów miejskich (wyjątki)
- 5) na drzewach i w zasięgu ich koron
- 6) na zbiornikach wodnych i wodach płynących
- 7) na balustradach
- 8) na balkonach, loggiach i tarasach
- 9) na mostach, wiaduktach i kładkach
- 10) na ogrodzeniach z dopuszczeniem (wyjątki)
- 11) na słupach oświetleniowych (wyjątek reklama okolicznościowa w formie banerów reklamowych o powierzchni nie większej niż 2 m² i wysięgu nie większym niż 0,7 m.)
- 12) na urządzeniach infrastruktury sieciowej i instalacyjnej
- 13) na urządzeniach bezpieczeństwa ruchu drogowego
- 14) na słupach i urządzeniach należących do Systemu Informacji Miejskiej,(wyjątki reklama okolicznościowa)



Przepisy przejściowe i dostosowujące

Istniejące w dniu wejścia w życie Uchwały krajobrazowej obiekty małej architektury nie wymagają dostosowania do zasad lub warunków w niej określonych.

Istniejące w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzenia nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków w niej określonych.

Przepis nie dotyczy ogrodzeń pełnych, wykonanych z blachy, dla których termin dostosowania ustala się na 7 lat od dnia wejścia w życie Uchwały krajobrazowej.

Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały krajobrazowej i niezgodnych z jej przepisami ustala się następujące terminy dostosowania do zasad i warunków w niej określonych:

- 1) dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie banerów, tablic i urządzeń reklamowych sytuowanych na ogrodzeniach □ 12 miesięcy od dnia wejścia w życie Uchwały krajobrazowej;
- 2) dla pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych □ 24 miesiące od dnia wejścia w życie Uchwały krajobrazowej;
- 3) dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych przyjęte przez organ architektoniczno-budowlany nie określa się terminu dostosowania.

Dostosowanie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do zgodnej z ustaleniami Uchwały krajobrazowej może nastąpić poprzez zmianę formy, zmianę wielkości, w tym usunięcie części tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, wymianę materiału, usunięcie oświetlenia, a w sytuacji niezgodności w zakresie lokalizacji przesunięcie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w miejsce zgodne z ustaleniami uchwały albo usunięcie, z zachowaniem przepisów prawa budowlanego.

Określa się następujące warunki dostosowania do zakazów, zasad i warunków zawartych w Uchwale krajobrazowej:

- 1) dopuszcza się maksymalne odstępstwo w granicach 5%, dotyczące poszczególnych rozmiarów;
- 2) w przypadku niespełnienia zasad i warunków uzależnionych od wzajemnego dostosowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych pierwszeństwo w dostosowaniu do przepisów uchwały mają tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe według następującej kolejności:
 - a) niespełniające pozostałych zasad i warunków określonych w uchwale,
 - b) o większej powierzchni ekspozycji reklamy,
 - c) wyższe względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni,
 - d) znajdujące się w mniejszej odległości od najbliższego skrzyżowania dróg lub przejazdu kolejowego;

W przypadku konieczności usunięcia tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych niespełniających wymogów należy usunąć także elementy mocujące lub konstrukcyjne, a miejsce mocowania lub posadowienia należy przywrócić do stanu pierwotnego.

Dziękuję za uwagę