



DZIENNIK URZĘDOWY

WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

Warszawa, dnia 15 stycznia 2024 r.

Poz. 810

UCHWAŁA NR LXV/679/2023 RADY MIASTA SULEJÓWEK

z dnia 27 listopada 2023 r.

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 40; z późn. zm.¹⁾), art. 37a oraz art. 37b ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 977, z późn. zm.²⁾), w związku z art. 66 ust. 2 ustawy z dnia 7 lipca 2023 r. o zmianie ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2023 r. poz. 1688), mając na celu poprawę jakości przestrzeni publicznych, wydobycie walorów przestrzennych miasta i uporządkowanie krajobrazu, Rada Miasta Sulejówek uchwala co następuje:

Rozdział 1. Przepisy ogólne

§ 1. Ustala się zasady i warunki sytuowania na terenie miasta Sulejówka obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, zwane dalej Uchwałą Reklamową.

§ 2. Integralnym elementem Uchwały Reklamowej jest załącznik nr 1 do uchwały – rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Reklamowej.

Rozdział 2. Definicje, metodyka ustalania gabarytów i liczby sztyldów

§ 3. Ilekroć w Uchwale Reklamowej jest mowa o:

- 1) **elementach krajobrazu kulturowego** – należy przez to rozumieć zabytki, ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w szczególności wpisane do Rejestru Zabytków);
- 2) **elewacji budynku** – należy przez to rozumieć płaszczyznę przegrody zewnętrznej budynku (ściany) wraz z otworami okiennymi, wityrnami, detalami architektonicznymi i attyką, której:
 - a) krawędziami bocznymi są krawędzie narożników,
 - b) krawędzią górną są najwyżej położone elementy wykończeniowe ściany, attyki lub linia styku ściany z okapem połaci dachowej, a w przypadku wolnostojących budynków parterowych górna krawędź bryły budynku — dachu lub zadaszenia,
 - c) wysokością jest odległość mierzona w pionie między najniższym punktem dolnej i najwyżej położonym punktem górnej krawędzi elewacji;

¹⁾Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy ogłoszono w Dz. U. z 2023r. poz. 572, 1463, 1688.

²⁾Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy ogłoszono w Dz. U. z 2023r. poz. 1506, 1597, 1688, 1890, 2029.

- 3) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, których powierzchnię ekspozycyjną tworzą płaskie lub przestrzenne litery bądź grafiki – w tym szczególnie napisy, znaki, logo, symbole mieszczące się we własnym obrysie i nieposiadające tła;
- 4) **formie wielostronnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe posiadające dwie lub więcej, skierowane w różnych kierunkach, powierzchnie ekspozycyjne, sytuowane na tej samej wysokości i posiadające te same gabaryty;
- 5) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one niezależną własną konstrukcję nośną, trwale lub nietrwale związaną z gruntem;
- 6) **istotnych detalach architektonicznych** – należy przez to rozumieć uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego, boniowanie oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend;
- 7) **nośniku reklamy** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową nie będącą szyldem lub urządzenie reklamowe nie będące szyldem;
- 8) **osiach kompozycyjnych elewacji** – należy przez to rozumieć wyobrażalne linie proste:
 - a) biegnące na przedłużeniu krawędzi otworów okiennych i drzwiowych elewacji,
 - b) osie symetrii otworów okiennych i drzwiowych,
 - c) biegnące na przedłużeniu uskoków elewacji lub zmiany materiału wykończeniowego,
 - d) krawędzie lub osie symetrii ścian,
 - e) krawędzie lub osie symetrii istotnych detali architektonicznych;
- 9) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;
- 10) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć nośnik reklamy, umieszczony tymczasowo na okres maksymalnie 30 dni (lub w przypadku reklamy wyborczej zgodnie z kodeksem wyborczym) w związku z posiadającym datę rozpoczęcia i zakończenia wydarzeniem dostępnym publicznie;
- 11) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć reklamę okolicznościową, obejmującą materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują, sytuowane na potrzeby kampanii referendalnych, wyborczych (parlamentarnych, w tym do Parlamentu Europejskiego, prezydenckich, lub do jednostek samorządu terytorialnego);
- 12) **standardzie posadowienia** – w odniesieniu do formy wolnostojącej – należy przez to rozumieć obowiązek trwałego związania z gruntem, poprzez:
 - a) umieszczenie fundamentu w całości lub minimum w 70% kubatury fundamentu, poniżej poziomu terenu lub
 - b) zachowanie wspólnego poziomu górnej krawędzi płyty fundamentowej z płaszczyzną gruntu lub nawierzchni, na której tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jest sytuowane;
- 13) **standardzie wyświetlania** – należy przez to rozumieć sposób wyświetlania reklam umożliwiający bieżącą zmianę informacji wizualnej z poszanowaniem komfortu odbiorcy, przez co rozumie się:
 - a) zachowanie stałości obrazu,
 - b) brak stosowania efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi reklamami,
 - c) w zakresie jasności stosowanie alternatywnie:
 - stałej jasności wyświetlacza – maksymalnie 400 cd/m²,
 - zmiennej jasności wyświetlacza, która nie może przekraczać:
 - w dzień – 7 000 cd/m² dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w dzień – 2 500 cd/m² dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w nocy – 400 cd/m²;

- 14) **sytuowaniu zbiorczym** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania szyldów w formie wolnostojącej, w przypadku występowania więcej niż jednej działalności na danej nieruchomości, polegający na obowiązku umieszczenia szyldów wielu podmiotów, działających na jednej nieruchomości na wspólnej konstrukcji;
- 15) **szyldach umieszczonych na dachu** – należy przez to rozumieć szyldy umieszczone powyżej elewacji, zlicowane z nią lub cofnięte względem płaszczyzny elewacji mocowane do dachu lub attyki;
- 16) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć obiekt znajdujący się poza budynkami i tymczasowymi obiektami budowlanymi, umożliwiający zdalne dostarczanie usług oraz pełną lub częściową samoobsługę klienta, w szczególności: bankomaty, automaty z żywnością, paczkomaty, lodówki z żywnością, panele i stacje dostarczające usługi transportowe;
- 17) **witrynie** – należy przez to rozumieć przestrzenie otworów okiennych lub otworów drzwiowych;
- 18) **wysokim standardzie jakościowym** – należy przez to rozumieć:
 - a) zachowanie ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej elementów konstrukcyjnych,
 - b) brak ubytków w materiale konstrukcji i materiale wykończeniowym konstrukcji,
 - c) brak występowania rdzy na elementach metalowych,
 - d) zapewnienie odpowiedniego naciągu reklam wykonanych na materiałach miękkich, przez co rozumie się zachowanie jednej płaszczyzny powierzchni ekspozycyjnej tablic reklamowych, bez wybrzuszeń, dziur i zagięć;
- 19) **zasadzie wspólnych osi kompozycyjnych** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania różnych szyldów na elewacji budynku, w którym łączy się następujące rozwiązania kompozycyjne:
 - a) w przypadku osi poziomych, szyldy te zachowują wspólną wysokość oraz są sytuowane na jednej wysokości a w przypadku spadku terenu na tym samym poziomie w odniesieniu do jednej z osi kompozycyjnych elewacji,
 - b) w przypadku osi pionowych, szyldy te zachowują wspólną szerokość oraz są sytuowane w wyrównaniu do jednej osi pionowej, wynikającej z układu osi kompozycyjnych elewacji,
 - c) w przypadku zastosowania wielu osi, szyldy te zachowują tę samą wysokość i szerokość, tworząc układ szachownicowy o minimum trzech wierszach lub minimum trzech kolumnach.

§ 4. Ilekroć w Uchwale Reklamowej użyto pojęć zdefiniowanych w przepisach odrębnych, należy przez to rozumieć ich brzmienie, ustalone tymi przepisami, w szczególności:

- 1) przepisami z zakresu planowania i zagospodarowania: *reklama, szyld, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe*;
- 2) przepisami prawa budowlanego: *budynek, budowla, obiekt budowlany i tymczasowy obiekt budowlany, obiekt małej architektury*.

§ 5. W odniesieniu do podawanych w Uchwale Reklamowej gabarytów, odległości i powierzchni wprowadza się następujące zasady:

- 1) dopuszcza się tolerancję wykonawczą lub błąd pomiaru +/- 5%;
- 2) wskazane w Uchwale Reklamowej odległości między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi a innymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi lub budynkami liczone są jako najkrótsze odcinki, łączące ich skrajne elementy;
- 3) gabaryty takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie:
 - a) szerokość jest gabarytem poziomym,
 - b) wysokość jest gabarytem pionowym,
 - c) grubość jest gabarytem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycyjnej;

- d) wysokość całkowitą podaje się w odniesieniu do poziomu terenu, nawierzchni lub powierzchni gruntu, na których sytuowana jest tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, ogrodzenie lub obiekt małej architektury, na których są umieszczone bezpośrednio;
- 4) gabaryty, o których mowa w pkt 3 dotyczą elementów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, znajdujących się powyżej gruntu lub nawierzchni, na której się znajdują oraz poza licem muru, do którego są przytwierdzone;
- 5) powierzchnia ekspozycyjna, w wymienionych poniżej niestandardowych przypadkach, liczona jest w następujący sposób:
- a) jako powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego:
- dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w formie ażurowej, w tym dla układu rewersowego lub wklęsłego, gdzie bierze się pod uwagę gabaryty zewnętrzne pozostawionego elementu,
 - dla tablic reklamowych, których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,
 - dla szyldów sytuowanych w jednym oknie lub drzwiach witryny;
- b) jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie;
- 6) podane w uchwale gabaryty, w przypadku zastosowania formy wielościennej, dotyczą odrębnie każdej z powierzchni ekspozycyjnych.

§ 6. Powierzchnię ekspozycyjną traktuje się jako jeden szyld w przypadku:

- 1) zastosowania formy ażurowej szyldu – wszystkie elementy takiego szyldu;
- 2) umiejscowienia szyldu w przestrzeni jednego otworu okiennego lub drzwiowego witryny bądź na jednej elewacji przeszklonej;
- 3) szyldu w formie wolnostojącej i formie wielościennej.

Rozdział 3. Postanowienia dla szyldów

§ 7. 1. Dopuszcza się sytuowanie **szyldów** wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach i z ograniczeniem maksymalnej liczby szyldów dopuszczalnych dla każdej działalności prowadzonej na danej nieruchomości.

2. Ogranicza się łączną liczbę szyldów jednej działalności prowadzonej na danej nieruchomości do:

- 1) **maksymalnie 8**, z zastrzeżeniem maksymalnej liczby szyldów dla danego miejsca sytuowania, wprowadzonej w kolejnych paragrafach oraz z zastrzeżeniem pkt 2;
- 2) na elementach krajobrazu kulturowego maksymalnie 5 szyldów, z zastrzeżeniem maksymalnej liczby szyldów dla danego miejsca sytuowania.

3. Warunkiem świecenia, oświetlania lub podświetlenia szyldów jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.

4. Dopuszcza się stosowanie szyldów o zmiennej treści w przypadku, gdy ich powierzchnia ekspozycyjna nie przekracza gabarytów 1,2 m szerokości i 1,8 m wysokości.

§ 8. Szyldy **na elewacjach budynków**:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **3 szyldy**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje odniesienie do wybranych osi kompozycyjnych elewacji poprzez wyrównanie do nich lub sytuowanie symetrycznie względem nich,

- b) obowiązuje dostosowanie do wystroju architektonicznego elewacji tak, aby zachować widoczność elementów istotnych krajobrazowo, architektonicznie lub o znaczeniu użytkowym, przez co należy rozumieć sytuowanie szyldów:
- w granicach wyznaczonych krawędziami elewacji,
 - poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - poza balustradami i kratownicami,
 - w sposób nieprzekraczający krawędzi otworów okiennych i drzwiowych oraz krawędzi elewacji,
- c) w przypadku umieszczania szyldów więcej niż jednej działalności na nieruchomości obowiązuje zasada wspólnych osi kompozycyjnych,
- d) dopuszcza się formę wielostronną dla szyldów sytuowanych prostopadle do elewacji;
- 3) gabaryty:
- a) powierzchnia ekspozycyjna: wynikająca z pkt. 2;
 - b) grubość szyldów sytuowanych równoległe do elewacji: maksymalnie 0,3 m;
 - c) szerokość i wysokość szyldów sytuowanych prostopadle i skośnie do elewacji: 0,8 m;
 - d) grubość szyldów sytuowanych prostopadle do elewacji: 0,3 m.

§ 9. Szyldy na dachu budynku:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **1 szyld**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje zastosowanie formy ażurowej,
 - b) w przypadku umieszczania szyldów więcej niż jednej działalności na nieruchomości obowiązują zasada wspólnych osi kompozycyjnych;
- 3) gabaryty maksymalne:
 - a) wysokość maksymalnie 1/5 wysokości elewacji i równocześnie nie wyższa niż wysokość dachu lub wysokość zadaszenia, na którym się znajduje, w przypadku sytuowania na połaci dachu skośnego lub zadaszenia,
 - b) grubość maksymalnie 1/5 wysokości powierzchni ekspozycyjnej.

§ 10. Szyldy sytuowane w witrynach:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: **2 szyldy**;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) zachowanie wspólnej osi kompozycyjnej,
 - b) dopuszcza się umieszczanie bezpośrednio na szybie z zachowaniem widoczności elementów stolarki okiennej,
 - c) dopuszcza się sytuowanie formy ażurowej mocowanej do nadproży lub ościeży z możliwością przesłaniania stolarki okiennej;
- 3) gabaryty: dopuszcza się przesłanianie maksymalnie 30% powierzchni otworu okiennego.

§ 11. Szyldy w formie wolnostojącej:

- 1) liczba maksymalna szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości łącznie:
 - a) **1 szyld** na każdy wjazd na posesję,
 - b) **3 szyldy** dodatkowe, niezależne od liczby wjazdów;
- 2) zasady i warunki sytuowania:

- a) w przypadku istnienia więcej niż dwóch działalności posiadających szyldy na nieruchomości obowiązuje sytuowanie zbiorcze;
 - b) warunkiem sytuowania szyldów o wysokości powyżej 1 m jest trwałe związanie z gruntem,
 - c) dopuszcza się formę wielostronną,
 - d) obowiązuje zachowanie minimalnych odległości:
 - od ogrodzenia: 1 m,
 - od budynku: 2 m;
- 3) gabaryty maksymalne:
- a) nieruchomości przeznaczone w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny zabudowy usługowej, produkcyjnej lub składowej:
 - powierzchnia ekspozycyjna szyldu: 18 m²,
 - wysokość: 12 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość: 2 m,
 - b) nieruchomości pozostałe:
 - powierzchnia ekspozycyjna szyldu: 6 m²,
 - wysokość: 8 m,
 - szerokość: 3 m,
 - grubość: 0,4 m,

§ 12. Szyldy na ogrodzeniach:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) **1 szyld** zintegrowany z bramą wejściową lub furtką,
 - b) **1 szyld** na każde przesłło ogrodzenia w przypadku jego zintegrowania z przesłłem;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w przypadku szyldów zintegrowanych z bramą wejściową lub furtką – szyldy muszą stanowić nierozzerwalną całość z wybranymi elementami bramy lub furtki,
 - b) w przypadku szyldów zintegrowanych z przesłłem ogrodzenia – szyldy muszą stanowić nierozzerwalną całość z przesłłem ogrodzenia;
- 3) gabaryty maksymalne powierzchni ekspozycyjnej:
 - a) szyld zintegrowany z bramą wejściową lub furtką: 2 m²,
 - b) szyld na każde przesłło ogrodzenia w przypadku jego zintegrowania z przesłłem: 0,3 m².

§ 13. Szyldy na urządzeniach technicznych, budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych:

- 1) maksymalna liczba szyldów dla każdej działalności prowadzonej na nieruchomości: trzy szyldy;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) dopuszcza się sytuowanie powierzchni ekspozycyjnej wyłącznie na przegrodach pionowych,
 - b) dopuszcza się szyldy o zmiennej treści;
- 3) gabaryty maksymalne:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna szyldów o zmiennej treści: 0,3 m²,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna innych szyldów: nie większa niż ściana urządzenia automatycznego lub przegroda pionowa budowli lub elementy wieńczące zadaszzenia wiat, na której szyld jest sytuowany.

Rozdział 4.

Postanowienia dla nośników reklamy

§ 14. 1. Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamy wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w niniejszym rozdziale, we wskazanych w nim gabarytach, przy spełnieniu określonych standardów sytuowania oraz przy użyciu wskazanych materiałów budowlanych.

2. Warunkiem świecenia, oświetlania lub podświetlenia nośników reklamy jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.

3. Dopuszcza się stosowanie powierzchni ekspozycyjnej o zmiennej treści wyłącznie przy spełnieniu standardu wyświetlania i przy ograniczeniu powierzchni ekspozycyjnej do 3 m².

4. Zakazuje się:

- 1) sytuowania nośników reklamy na elementach krajobrazu kulturowego;
- 2) sytuowania nośników reklamy w formie wolnostojącej lub sytuowanej na ogrodzeniach w odległości do 50 m włącznie od granic nieruchomości, na które są elementem krajobrazu kulturowego lub na których znajduje się element lub elementy krajobrazu kulturowego.

§ 15. Nośniki reklamy na budynkach:

1) zasady i warunki sytuowania:

a) w przypadku sytuowania na budynkach mieszkalnych i z przeważającą funkcją mieszkaniową obowiązuje zakaz sytuowania na elewacjach posiadających otwory okienne,

b) obowiązuje:

- zachowanie odległości od krawędzi elewacji oraz istotnych detali architektonicznych odległości 0,3 m,
- zasada wspólnych osi kompozycyjnych,

c) dopuszcza się sytuowanie na dachach formy ażurowej;

2) maksymalne gabaryty:

a) dla nośników reklamy sytuowanych na ścianach nieposiadających otworów okiennych: powierzchnia ekspozycyjna 60% powierzchni ściany, na której są sytuowane,

b) na pozostałych ścianach:

- wysokość: 3 m,
- szerokość: 6 m,
- grubość 0,4 m,

c) na dachach: wysokość: maksymalnie 1/10 wysokości elewacji, przy której są sytuowane;

3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;

4) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, powłoka malarska lub papier.

§ 16. Nośniki reklamy w wiatkach przystankowych:

1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie w sposób trwale połączony z wiatką przystankową;

2) maksymalne gabaryty:

- a) wysokość powierzchni ekspozycyjnej 1,8 m,
- b) szerokość powierzchni ekspozycyjnej 1,2 m;

3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;

4) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, papier.

§ 17. Nośniki reklamy wolnostojące:

1) zasady i warunki sytuowania:

- a) obowiązuje standard posadowienia,
 - b) dopuszcza się formę wielostronną,
 - c) obowiązują odległości:
 - 40 m od innych nośników reklamy, sytuowanych na tej samej nieruchomości,
 - 3 m od sztyldów w formie wolnostojącej, sytuowanej na tej samej nieruchomości,
 - 2 m od ogrodzenia,
 - 2 m od budynku;
- 2) maksymalne gabaryty w zależności od powierzchni nieruchomości, na której są umieszczone nośniki reklamy:
- a) na nieruchomościach przeznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny usług lub tereny zabudowy usługowej, produkcyjnej lub składowej:
 - powierzchnia ekspozycyjna: 18 m²,
 - wysokość: 8 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość: 1 m,
 - b) na pozostałych nieruchomościach:
 - powierzchnia ekspozycyjna: 6 m²,
 - wysokość: 6 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość: 1 m;
- 3) standardy jakościowe:
- a) obowiązuje kolorystyka elementów konstrukcyjnych w kolorze naturalnym materiału lub kolorystyka szara i czarna dla części malowanych,
 - b) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - c) obowiązuje standard posadowienia,
 - d) obowiązuje standard wyświetlania;
- 4) materiały budowlane: beton, metal, tworzywo sztuczne, papier, szkło.

§ 18. Nośniki reklamy tymczasowej:

- 1) dopuszcza się sytuowanie **reklamy wyborczej**:
 - a) zasady i warunki sytuowania:
 - zakaz sytuowania na drzewach,
 - zakaz sytuowania na obiektach małej architektury,
 - b) maksymalne gabaryty:
 - wysokość: 6 m,
 - szerokość: 6 m,
 - grubość: 6 m,
 - c) standardy jakościowe: obowiązuje nietrwałe związanie z gruntem lub elementem zagospodarowania przestrzennego;
 - d) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, drewno, papier;
- 2) dopuszcza się sytuowanie **reklamy okolicznościowej**:

- a) zasady i warunki sytuowania: zakaz sytuowania na drzewach,
 - b) maksymalne gabaryty:
 - wysokość: 8 m,
 - szerokość: 12 m,
 - grubość: 8 m,
 - c) standardy jakościowe: obowiązuje nietrwałe związanie z gruntem lub elementem zagospodarowania przestrzennego;
 - d) materiały budowlane: metal, tworzywo sztuczne, drewno, papier;
- 3) dopuszcza się sytuowanie **reklamy na ogrodzeniach budowy i rusztowaniach** związanych z prowadzonymi robotami budowlanymi i remontowymi na danej nieruchomości.

Rozdział 5. Postanowienia dla ogrodzeń

§ 19. Dla ogrodzeń sytuowanych od strony dróg publicznych (z wyłączeniem ogrodzeń towarzyszących prowadzonym pracom budowlanym wyłącznie na czas trwania tych robót nie dłużej jednak niż 2 lata z minimalną przerwą w sytuowaniu wynoszącą 5 lat) obowiązują:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) zakazuje się stosowania dla ogrodzeń sytuowanych w sąsiedztwie dróg publicznych ogrodzeń nieażurowych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 40%, z wyłączeniem ogrodzeń towarzyszących składów produktów sypkich,
 - b) dopuszcza się stosowanie monolitycznych lub murowanych ogrodzeń pełnych na długości stanowiącej maksymalnie 30% długości ogrodzenia od strony dróg publicznych;
- 2) gabaryty, z wyłączeniem ogrodzeń obiektów sportowych:
 - a) maksymalna wysokość cokołu 0,4 m,
 - b) wysokość ogrodzenia z wyłączeniem bram i furtek: maksymalnie 1,8 m;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy,
- 4) materiały budowlane – zakaz stosowania:
 - a) prefabrykatów żelbetowych i betonowych – w zakresie realizacji przeseł ogrodzenia,
 - b) blach trapezowych i falistych,
 - c) płyt pełnych, drewnopochodnych.

Rozdział 6. Postanowienia dla obiektów małej architektury

§ 20. Obiekty małej architektury:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) obowiązuje zapewnienie bezpieczeństwa użytkowania oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 1,5 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się,
 - b) sytuowanie fundamentów i elementów kotwionych obiektów małej architektury w gruncie pod nawierzchnią lub równo z nawierzchnią, na której dany obiekt jest umieszczany,
 - c) określone w niniejszym paragrafie parametry nie dotyczą obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw;
- 2) maksymalne gabaryty obiektów małej architektury (szerokość, wysokość i grubość) nie mogą przekroczyć 6 m każdy;
- 3) standardy jakościowe:

- a) wysoki standard jakościowy,
 - b) stosowanie dla elementów drewnianych kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoików,
- 4) materiały budowlane:
- a) dopuszcza się: beton, drewno, metal, tworzywo sztuczne, szkło i kamień, z zastrzeżeniem lit. b,
 - b) zakazuje się dla osłon, pergoli i wiat śmietnikowych: blachy falistej i trapezowej, tworzywa sztucznego, żelbetu.

Rozdział 7.

Warunki i termin dostosowania

§ 21. 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Reklamowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na 18 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Reklamowej, z zastrzeżeniem ust. 2.

2. Określa się terminy dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Reklamowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, liczone od daty wejścia w życie Uchwały Reklamowej:

- 1) sytuowanych na ogrodzeniach: na **12 miesięcy**;
- 2) wolnostojących: na **24 miesiące**;
- 3) sytuowanych na budynkach: na **36 miesięcy**;
- 4) sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę: na **48 miesięcy**.

§ 22. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Reklamowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały:

- 1) wszystkie rodzaje ogrodzeń;
- 2) wszystkie rodzaje obiektów małej architektury.

§ 23. 1. Dostosowanie istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Reklamowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych następuje poprzez:

- 1) usunięcie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Reklamowej;
- 2) zmniejszenie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Reklamowej;
- 3) przeniesienie, w przypadku spełnienia wszystkich postanowień Uchwały Reklamowej, do nowej lokalizacji.

2. W przypadku obowiązku dostosowania istniejących szyldów do **zasady wspólnych osi kompozycyjnych**, osie te wyznacza się w następujący sposób:

- 1) jeśli dwa szyldy lub więcej, na danej elewacji lub w ramach jednego ogrodzenia, spełniają przedmiotowy warunek, to dostosowanie obowiązuje dla szyldów sytuowanych poza osią, wyznaczoną przez te szyldy;
- 2) jeśli żaden z szyldów na elewacji lub w ramach jednego ogrodzenia nie spełnia warunku, to dostosowanie obejmuje wszystkie szyldy na elewacji.

3. W przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego oraz po zakończeniu okresu ekspozycji reklamy okolicznościowej, należy:

- 1) po zakończeniu prac demontażowych usunąć wszelkie elementy konstrukcyjne i inne mocowania, w szczególności kotwy, fundamenty, haki lub ślady lub otwory po zamocowaniach;
- 2) doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, w szczególności elewacji, do stanu poprzedniego, bezpośrednio przed montażem reklamy, z zastrzeżeniem pkt 3; w przypadku braku możliwości określenia stanu opisanego w pkt 2 należy doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię sytuowania do stanu spójnego z bezpośrednim otoczeniem.

Rozdział 8.
Postanowienia końcowe

§ 24. Wykonanie Uchwały Reklamowej powierza się Burmistrzowi Miasta Sulejówek.

§ 25. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Mazowieckiego.

Przewodniczący Rady Miasta

Daniel Dąbrowski

Załącznik Nr 1
do uchwały Nr LXV/679/2023
Rady Miasta Sulejówek
z dnia 27 listopada 2023 r.

Lista uwag nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych a wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały Rady Miasta Sulejówek w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Sulejówek obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane.

Podmiot lub osoba składająca uwagę	Nr uwagi (l.p.)	Treść uwagi zgłoszonej przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym; Sposób rozpatrzenia Burmistrza Sulejówka z uzasadnieniem; Rozstrzygnięcie Rady Miasta Sulejówek o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Burmistrza Sulejówka.
Wyłożenie - lista uwag nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych:		
M.B.	1.	<p>Treść uwagi: Proponuje rozważenie wskazania w załączniku do uchwały lub innym dokumencie miejsc/działek/obiektów należących do Miasta Sulejówek, na których mogą być Wieszane baner wyborcze lub ustawiane konstrukcje reklamy wyborczej.</p> <p>Uzasadnienie: w BIP ogłoszony jest dokument „Wykaz miejsc przeznaczonych na bezpłatne umieszczanie obwieszceń i plakatów wyborczych” m.in. dla komitetów wyborczy. Wybory do parlamentu pokazały, że oprócz plakatów komitety wyborcze umieszczają również banery oraz wielostronne formy stojącej reklamy okolicznościowej wyborczej. Oficjalne wskazanie miejsc przeznaczonych na banery i konstrukcje, w mojej ocenie, pomogłoby w utrzymaniu porządku w przestrzeni miejskiej również podczas okresu kampanii wyborczych.</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Podstawową regulacją, dotyczącą sytuowania reklamy wyborczej jest Kodeks Wyborczy. Wprowadzone w Art. 110. „§ 1. Na ścianach budynków, przystankach komunikacji publicznej, tablicach i słupach ogłoszeniowych, ogrodzeniach, latarniach, urządzeniach energetycznych, telekomunikacyjnych i innych można umieszczać plakaty i hasła wyborcze wyłącznie po uzyskaniu zgody właściciela lub zarządcy nieruchomości, obiektu albo urządzenia.</p> <p>§ 2. Przy ustawianiu własnych urządzeń ogłoszeniowych w celu prowadzenia kampanii wyborczej należy stosować obowiązujące przepisy porządkowe. Przepis art. 109 stosuje się odpowiednio.”</p>

		<p>Uchwała Reklamowa jest właśnie, wskazanym powyżej „przepisem porządkowym”. Natomiast zgodnie z Art. 114. „Wójt niezwłocznie po rozpoczęciu kampanii wyborczej zapewni na obszarze gminy odpowiednią liczbę miejsc przeznaczonych na bezpłatne umieszczanie urzędowych obwieszczeń wyborczych i plakatów wszystkich komitetów wyborczych oraz poda wykaz tych miejsc do publicznej wiadomości w sposób zwyczajowo przyjęty oraz w Biuletynie Informacji Publicznej”.</p> <p>Czytając powyższe przepisy łącznie oraz w świetle wolności wyrażania poglądów politycznych nie można na podstawie przepisów porządkowych zakazać umieszczania reklamy wyborczej na nieruchomościach prywatnych, jako zakaz totalny. A to byłby bezpośredni skutek wskazania konkretnych lokalizacji do umieszczania takich materiałów.</p> <p>Równocześnie na uwagę zasługuje Art. 495, w którym jest mowa o karze grzywny za naruszenie przepisów porządkowych.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Sulejówek: Zgodnie ze stanowiskiem Burmistrza</p>
Cityboard Media Sp. z o.o	2.	<p>Treść uwagi: Uwaga do §17 pkt 1:</p> <p>Wnoszę o wprowadzenie następującej zmiany:</p> <p>c) obowiązują odległości:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 20 m od innych nośników reklamy, sytuowanych na tej samej nieruchomości, - 3 m. od szyldów w formie wolnostojącej, sytuowanej na tej samej nieruchomości, - 1 m od ogrodzenia, - 1 m od budynku <p>Uzasadnienie uwagi: Zaproponowana przez Urząd odległość pomiędzy nośnikami jest zbyt duża. Cityboard Media nie znajduje uzasadnienia dla przyjęcia tak dużych odległości. W związku z powyższym wnosimy o zmniejszenie wskazanej odległości do 20 m. Wnosimy ponadto o zmniejszenie odległości reklamy od ogrodzenia oraz od budynku do 1 m.</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Gęstość zabudowy Sulejówka oraz jego kameralny charakter i jakość przestrzeni implikują zastosowane rozwiązania odległościowe. Nośniki reklamy, sytuowane co 20 m będą tworzyły zjawisko przegęszczenia.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Sulejówek: Zgodnie ze stanowiskiem Burmistrza</p>
	3.	<p>Treść uwagi: Uwaga do §17 pkt 2:</p> <p>Wnosimy o dopuszczenie instalowania nośników reklamowych o powierzchni ekspozycji 18 m² nie tylko na terenach przeznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania jako tereny usług lub tereny zabudowy usługowej, produkcyjnej lub składowej, lecz również na wszelkich pozostałych nieruchomościach.</p> <p>Rozpatrzenie:</p>

	<p>Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Format 18 m² jest nieadekwatny do sytuowania w pobliżu zabudowy mieszkaniowej ani a terenach aktywnych przyrodniczo, dlatego nie dopuszczono tam ingerencji w jakość krajobrazu o tej skali.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Sulejówek: Zgodnie ze stanowiskiem Burmistrza</p>
4.	<p>Treść uwagi: Uwaga do §22: Wnosimy o dodanie pkt 3) o następującej treści: „Zwalnia się z obowiązku dostosowywania istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych przyjęte przez organ architektonicznobudowlany”.</p> <p>Uzasadnienie uwagi: Konieczne jest wprowadzenie zmiany, jeśli urządzenia reklamowe zostały wzniesione na podstawie ostatecznych pozwoleń na budowę lub przyjętych przez właściwe organy zgłoszeń robót budowlanych. Treść omawianego paragrafu w nawiązaniu do całokształtu regulacji należy rozpatrywać w kategoriach konstytucyjnej ochrony praw nabytych, utraty korzyści i potencjalnych roszczeń odszkodowawczych za brak możliwości kontynuowania dotychczasowego sposobu zagospodarowania działki (brak możliwości dalszego funkcjonowania nośników reklamowych) ze strony zarówno właścicieli i innych podmiotów wydzierżawiających teren pod legalne nośniki reklamowe, jak i operatorów tych nośników reklamowych. W Projekcie nie jest określone, kto miałby ponieść koszty finansowe wejścia w życie uchwały w projektowanym brzmieniu, przede wszystkim w aspekcie odszkodowań za demontaż legalnie wzniesionych nośników reklamowych, czy też opłacenia kosztów demontażu, albo szerzej „dostosowania” istniejących nośników reklamowych do zapisów uchwały oraz zysków utraconych przez wydzierżawiających teren pod nośniki reklamowe i przez operatorów tych nośników.</p> <p>Ponieważ projekt uchwały nie przewiduje żadnych wyjątków dla istniejących przed dniem wejścia w życie uchwały legalnie wzniesionych tablic i urządzeń reklamowych.</p> <p>Ponadto przepisy ustawy wprowadzającej art. 37a i następne ustawy o PZP, ani inne przepisy prawa nie zawierają żadnego zapisu o tym, że ww. pozwolenia na budowę/potwierdzenie zgłoszeń stracą moc lub wygasną z chwilą wejścia w życie przedmiotowej uchwały lub z chwilą, gdy upłyną przewidziane okresy dostosowawcze.</p> <p>Podsumowując, należy wskazać, że przepisy dotyczące uchwalania miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, które tak jak uchwały krajobrazowe, też mają charakter aktów prawa miejscowego, nie dopuszczają wstecznego „delegalizowania” istniejących na danym terenie obiektów budowlanych, nawet jeśli uchwalony później miejscowy plan zagospodarowania przewiduje inne przeznaczenie danego terenu. Zasadę tę wyraża art. 35 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Miejscowy plan nie ma zatem charakteru</p>

retrospektywnego i nie działa wobec istniejących legalnie obiektów ze skutkiem wstecznym, który nakazywałby po wejściu w życie planu ich rozbiórkę lub zmianę ich przeznaczenia, tak jak czyni to projektowana przez Miasto Sulejówek uchwała krajobrazowa wobec tablic i urządzeń reklamowych. Podobnie w przypadku zmiany tzw. przepisów techniczno-budowlanych dotyczących budynków, nie istnieje obowiązek dostosowania do nich istniejących obiektów, nawet jeśli nowe przepisy na przyszłość zakazują lub wykluczają pewne rozwiązania techniczne. Przykładowo można tu wskazać, że obecnie dla nowych budynków powyżej 9,5 m od posadzki parteru do posadzki ostatniej kondygnacji obowiązkowa jest instalacja dźwigów osobowych (wind). Natomiast obowiązek ten nie dotyczy budynków starszych i znacznie wyższych, które zostały zbudowane w innym stanie prawnym (kiedyś windę w budynkach wielorodzinnych należało budować tylko, gdy miały więcej niż 4 kondygnacje). Nie ma obowiązku dobudowania do nich wind po zmianie przepisów. Na analogicznej zasadzie ochronie powinny podlegać istniejące w chwili wejścia w życie uchwały krajobrazowej tablice i urządzenia reklamowe, o ile zostały rzecz jasna zbudowane legalnie tj. zgodnie z literą prawa, czyli posiadają wszystkie wymagane pozwolenia i zgłoszenia robót budowlanych.

Brak istotnego zróżnicowania regulacji prawnej dot. istniejących w chwili wejścia w życie uchwały krajobrazowej legalnych i nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych doprowadzi do absurdalnej sytuacji, w której nielegalnie wzniesione nośniki reklamowe (jeśli tylko spełnią kryteria uchwały w zakresie rozmiarów i lokalizacji) podlegać będą swoistej „abolicji” i będzie wolno je nadal eksploatować jako zgodne z uchwałą bez sankcji w postaci kar administracyjnych, jeśli tylko stoją w dozwolonych miejscach i mają dozwolony przez Projekt format, natomiast nośniki reklamowe wzniesione całkowicie legalnie przy uzyskaniu wszelkich wymaganych prawem zezwoleń mogą podlegać tym karom i w efekcie obowiązkowi ich usunięcia, jeśli ich gabaryty i lokalizacja będą objęte zakazem na danym terenie. Skutkiem takiej regulacji będzie jeszcze większy chaos estetyczny i prawny: działający „na dziko” właściciele wielu małych nielegalnych nośników będą korzystać z rozwiązań uchwały, natomiast działające legalnie firmy systemowej reklamy zewnętrznej, będą bezpodstawnie ukarane za prowadzenie zgodnej z prawem działalności gospodarczej. Skutki prawne uchwały będą sprzeczne z jej założeniami i celami, a dodatkowo odniosą demoralizujący skutek społeczny w postaci negatywnego przykładu dla innych podmiotów z branży reklamowej. Uchwała będzie zachęcała inne podmioty gospodarcze do podejmowania działań sprzecznych z prawem, w tym do podejmowania samowoli budowlanych, także w zakresie reklamy zewnętrznej.

Dodatkowo informujemy, że Trybunał Konstytucyjny zbada przepisy o tzw. uchwałach krajobrazowych (reklamowych). Gminom, które je uchwały mogą grozić wielomilionowe odszkodowania. Naczelny Sąd Administracyjny (NSA) ma poważne wątpliwości co do

	<p>zgodności z Konstytucją przepisów o tzw. uchwałach krajobrazowych (reklamowych) i kieruje je do Trybunału Konstytucyjnego (TK). Jeśli TK stwierdzi ich niezgodność z Konstytucją, to gminy które uchwałyły tzw. uchwały krajobrazowe i dzięki nim pozbyły się legalnych reklam, mogą mieć poważne problemy. NSA w precedensowym orzeczeniu skierował do Trybunału Konstytucyjnego pytanie prawne o zgodność z Konstytucją art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Przepis ten nakazuje, aby po upływie tzw. okresu dostosowawczego usuwać zbudowane w gminie nośniki reklamowe, jeśli tzw. gminna uchwała krajobrazowa w tym miejscu ich zakazuje. Rozebrać trzeba nawet nośniki zbudowane legalnie (w oparciu o pozwolenie na budowę czy zgłoszenie), bo inaczej właścicielom działek i tych nośników grożą wysokie kary.</p> <p>Należy również zwrócić uwagę na opracowane przez miasta projekty uchwał (np. Toruń i Szczecin) oraz przyjęte uchwały w gminach Suchy Las i Kobylnica, gdzie szanuje się prawa nabyte, a nośniki reklamowe ustawione w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub przyjęte zgłoszenie robót budowlanych, nie wymagają dostosowania do zasad określonych w projektowanych i przyjętych uchwałach. Przedstawiony przez Burmistrza Miasta Sulejówek Projekt uchwały nie szanuje praw nabytych, jest niekonstytucyjny, a także wykazuje jednoznaczne działanie prawa wstecz. W świetle powyższego, niniejsze uwagi są zasadne i zasługują na uwzględnienie w całości.</p> <p>Rozpatrzenie: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Wprowadzenie sugerowanego wyjątku od obowiązku dostosowania w §22 dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powstałych w oparciu o prawomocne pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych nie jest możliwe - ustawodawca wprowadził zapisy mówiące wprost, iż można wskazać rodzaje ogrodzeń i obiektów małej architektury, które można zwolnić z obowiązku dostosowania, jednak nie poczynił takiego wyjątku dla tablic reklamowych ani urządzeń reklamowych. Rada Miasta jest zobowiązana do wypełnienia postanowień ustawowych w pełnym wymiarze – biorąc pod uwagę nieobligatoryjność uchwały – nie może więc pozostawić jakiegokolwiek zagadnienia na poziomie braku uregulowania. Proponowany wyjątek tworzyłby lukę. Warto jednak podkreślić, że wprowadzono w projekcie uchwały wydłużony czas dostosowania, dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, które powstały w oparciu o pozwolenie na budowę, co zostało rozwinięte w dalszej części uzasadnienia.</p> <p>Uchwała Reklamowa nie może regulować żadnych kwestii finansowych – ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 977 z późn. zm.) nie tworzy odpowiedniej delegacji do ustalania takich zagadnień. Wyjątkiem jest art. 37d, regulujący kwestie kar, nakładanych na podmiot, który umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe niezgodnie z</p>
--	---

przepisami uchwały reklamowej.

Spółka Cityboard Media podnosi, iż projektowana uchwała miasta Sulejówek powoduje wsteczne „delegalizowanie” istniejących legalnie obiektów poprzez nakazanie ich rozbiórki lub zmiany przeznaczenia. Dzieje się to wbrew zasadzie wyrażonej w art. 35 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Cityboard Media sp. z o.o. argumentuje również, iż uchwała nie zawiera istotnego zróżnicowania regulacji prawnej dotyczącej legalnych i nielegalnych tablic i urządzeń reklamowych, co doprowadzi do absurdałnej sytuacji, w której nielegalnie wzniesione nośniki reklamowe, jeśli tylko spełnią kryteria uchwały reklamowej, będą podlegać swoistej „abolicji”. Co więcej: wnosi wprost o wprowadzenie wyjątku od obowiązku dostosowania dla nośników reklamy, sytuowanych w oparciu o pozwolenie na budowę.

W odniesieniu do tej uwagi wskazać należy, iż miasto Sulejówek działa w granicach prawa. Istotnie, art. 35 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 977 z późn. zm.) dopuszcza możliwość dotychczasowego sposobu wykorzystywania terenów – do czasu zagospodarowania zgodnie z nowym planem, jednakże należy zauważyć, iż przepis ten dotyczy jedynie planów zagospodarowania przestrzennego. Zasady przygotowywania i wdrażania uchwał krajobrazowych zostały sformułowane w sposób odmienny i ustawodawca w art. 37 a ust. 9 wspomnianej ustawy wprost nakazał organom stanowiącym wskazanie w uchwale krajobrazowej terminu dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych, z zastrzeżeniem jedynie, iż termin ten nie może być krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały. Ponownie warto zauważyć, iż ustawodawca wskazał, iż można wskazać rodzaje ogrodzeń i obiektów małej architektury, które można zwolnić z obowiązku dostosowania, jednak nie poczynił takiego wyjątku dla tablic reklamowych ani urządzeń reklamowych.

Projekt uchwały zgodny jest więc z przepisem rangi ustawowej. Podkreślić w tym miejscu należy, iż wypełniając nakaz płynący z art. 37 a ust. 9 ww. ustawy, zaproponowano długi, bo aż 48 - miesięczny termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie uchwały reklamowej tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę.

Rada Miasta Sulejówek, podejmując działania w zakresie ładu przestrzennego może poruszać się wyłącznie w granicach ustalonych przez ustawodawcę w ramach przepisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Nie ma kompetencji do ustalania zasad związanych z nielegalnie sytuowanymi nośnikami reklamy. Nie oznacza to jednak, iż zgodność sytuowania tablic i urządzeń reklamowych z zasadami wytyczonymi przez uchwałę reklamową nadawać będzie temu sytuowaniu walor zgodności z innymi normami prawnymi. Przepisy uchwały reklamowej nie wyłączają działania innych przepisów, w

		<p>szczególności tych rangi ustawowej odnoszących się do kwestii sytuowania nośników reklamowych jak prawo budowlane czy ustawa o drogach publicznych. Tak więc sytuowanie nośników reklamowych musi być zgodne z wszystkimi obowiązującymi przepisami, nie tylko prawem miejscowym.</p> <p>Warto ponadto zauważyć, że tzw. „uchwała reklamowa” nie „legalizuje” żadnych tablic lub urządzeń reklamowych – nie ma takiej mocy sprawczej. Jeżeli więc jakiegokolwiek nośniki reklamy były sytuowane z naruszeniem jakichkolwiek przepisów wyższego rzędu – nadal są nielegalne w świetle naruszonych przepisów i winny być przeprowadzone procedury odpowiednie do poczynionych naruszeń.</p> <p>Stanowisko Rady Miasta Sulejówek: Zgodnie ze stanowiskiem Burmistrza</p>
J. Z.	5.	<p>Treść uwagi: Wnoszę o zakaz realizowania wolnostojących nośników reklamy na terenach oznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako kolejowe.</p>

Rozpatrzenie:

Nieuwzględnienie.

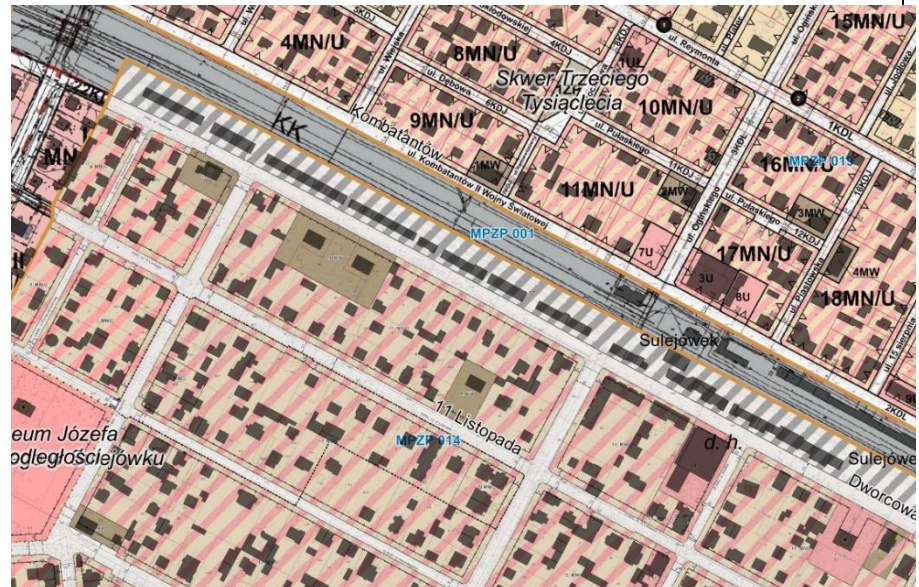
Uzasadnienie:

Zagadnienie, które było poruszone w ramach dyskusji publicznej i złożone do protokołu zostało dokładnie przeanalizowane. Każde z możliwych rozwiązań zostało poddane badaniu, w którego wyniku zostało odrzucone, jako niosące za sobą konkretne implikacje, które wpłynęłyby negatywnie na całokształt regulacji.

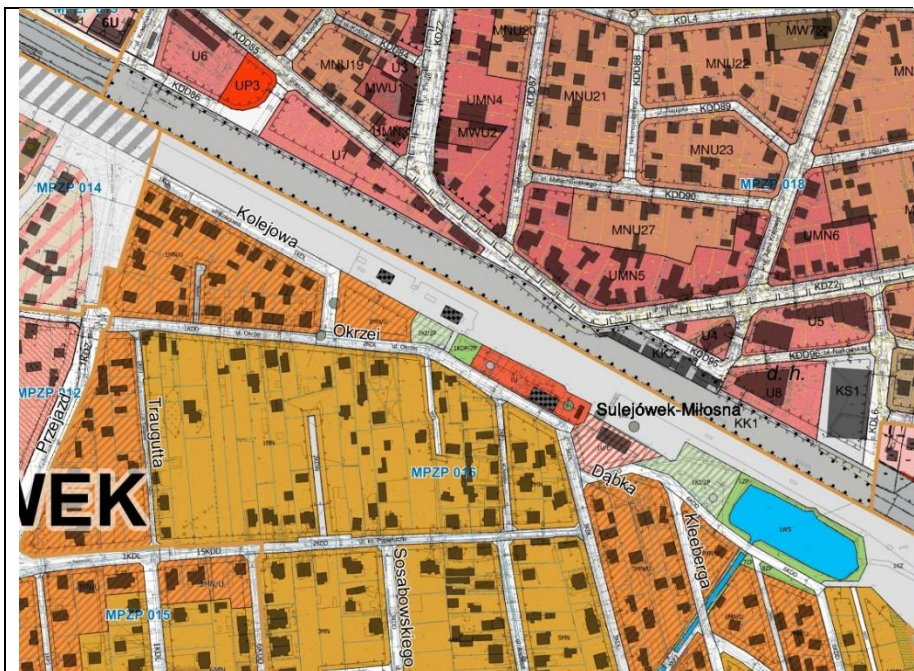
Analizowano:

1. Uwzględnienie przeznaczenia terenów z MPZP:

Wada: Cały teren kolejowy, w tym zabudowa w postaci pawilonów handlowych, położone są na terenie KK (teren komunikacji szynowej i kolejowej), oznaczonym kolorem szarym lub szarym kreskowaniem. **Nie ma podziału pomiędzy zabudową i obszarem niezabudowanym.**



Ryc. 1 Tereny MPZP okolicy stacji Sulejówek, opracowanie własne

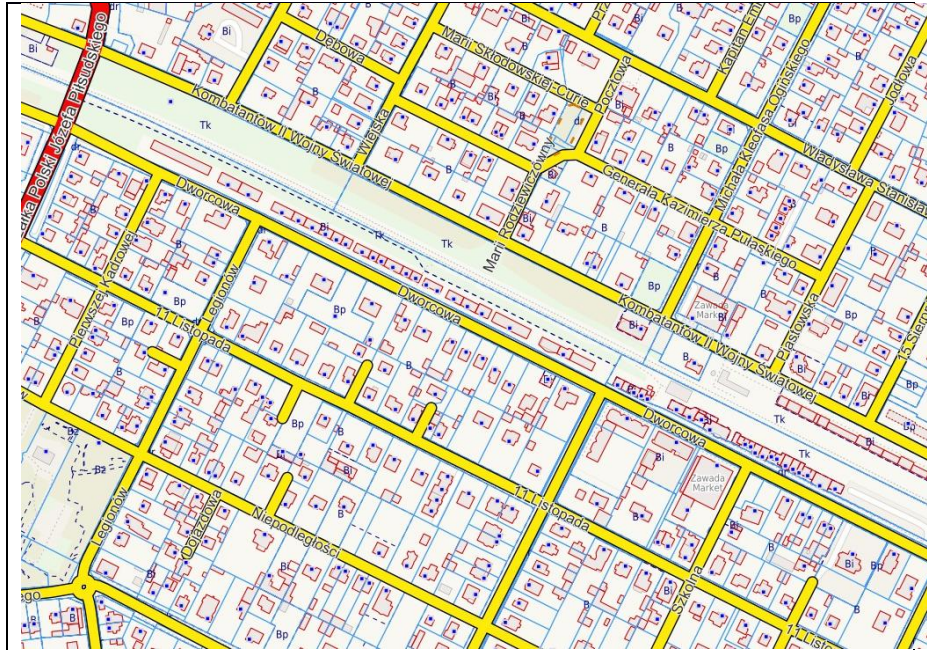


Ryc. 2 Tereny MPZP okolicy stacji Sulejówek-Miłosna, opracowanie własne

2. Uwzględnienie przeznaczenia terenów z ewidencji gruntów:

Pozornie byłoby to najlepsze rozwiązanie, jednak w wielu szczegółach pojawiają się wątpliwości: zagadnienie wydzielenia odrębnych przepisów dla terenów, posiadających jednego właściciela jest **wątpliwe pod względem równości podmiotów wobec prawa oraz nosi znamiona regulacji podmiotowej.** (jest to też wada innych możliwych rozwiązań). Wada dodatkowa: **kluczowy teren nie posiada wyodrębnienia – zakaz nośników reklamy w tym miejscu przełożyłby się na wszystkie tereny kolejowe – zarówno w sąsiedztwie pawilonów, jak również w innych, przypadkowych miejscach.**

Tereny niezabudowane kolei oznaczone są symbolem Tk (tereny kolejowe), natomiast teren pod zabudową handlowo-usługową został częściowo wydzielony i oznaczony symbolem Bi (inne tereny zabudowane) lub B (tereny mieszkaniowe).



Zdj. 2 Podział działek okolicy stacji Sulejówek, źródło: sulejowek.e-map.net

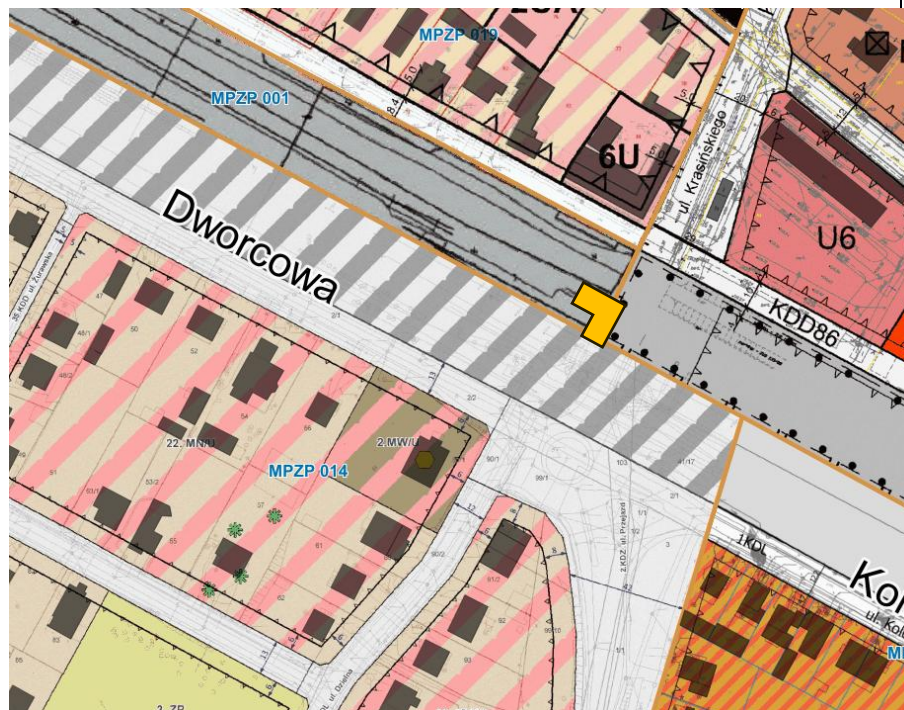


Ryc. 3 Podział działek okolicy stacji Sulejówek, źródło: sulejowek.e-map.net

Zbliżenie na budynki handlowo-usługowe z wyłączoną warstwą budynków – widoczny wydzielony obszar Bi.

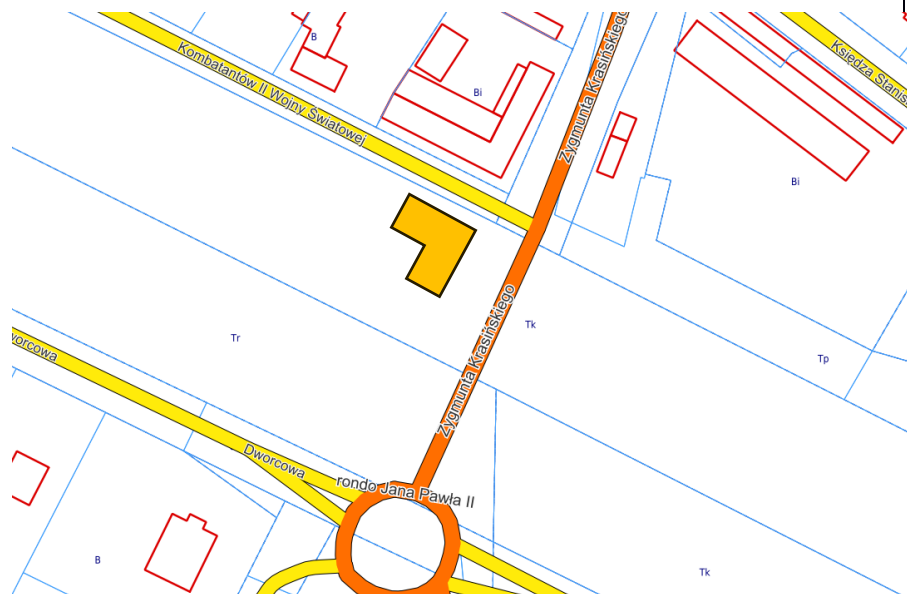
Sytuacja wygląda podobnie w przypadku okolic stacji Sulejówek-Miłósna.

Problem z wyodrębnieniem przeznaczenia terenu pojawia się przy przejeździe kolejowym na ul. Krasińskiego. W miejscu oznaczonym żółtym kształtem pojawia się szereg tablic reklamowych, teren ten jednak pod względem podziałów działek **nie jest odrębny od pozostałego terenu KK.**



Ryc. 6. Tereny MPZP okolicy przejazdu na Krasińskiego, opracowanie własne

Nie jest również odrębny pod względem podziału działek ewidencyjnych i ich przeznaczenia, trudno więc będzie na podstawie samych podziałów ewidencyjnych rozróżnić ten teren od pozostałych terenów kolei.



Ryc. 7. Podział działek okolicy przejazdu na Krasińskiego, źródło: sulejowek.e-mapa.net

PODSUMOWANIE:

Warto przy tym zauważyć, że obecnie na tej nieruchomości znajduje się kilkanaście tablic reklamowych, a po wejściu w życie uchwały oraz po upływie czasu dostosowania możliwe będzie sytuowanie jednej wielostronnej tablicy o wielkości maksymalnie 6 mkw. Kolejne będą musiały być oddalone o 40 m, czyli nie będą już elementem narożnika przy samym skrzyżowaniu, jak obecnie.

Poniżej rozpisano istniejące tablice dla przedmiotowego rejonu, o którym była mowa na wyłożeniu do publicznego wglądu:



- 5 tablic reklamowych
- Przybliżone wymiary:
 - 1 – 170x100cm, wys. 250cm
 - 2 – 70x110cm, wys. 220cm
 - 3 – 200x100cm, wys. 220cm
 - 4 – 170x100cm, wys. 350cm
 - 5 – 300x200cm, wys. 350cm
- Tablica nr 3 dwustronna
- Nr 3 i 4 sytuowane zbiorczo
- Niespełnione są standardy jakościowe, zwłaszcza konstrukcji 1 i tablicy nr 3
- Wszystkie nośniki mają dopuszczalną w uchwale powierzchnię ekspozycyjną
- Niespełnione są odległości między nośnikami, po wprowadzeniu uchwały może zostać jeden

Stanowisko Rady Miasta w Sulejówce:

Zgodnie ze stanowiskiem Burmistrza