



# DZIENNIK URZĘDOWY

## WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

---

Warszawa, dnia 21 września 2020 r.

Poz. 9727

### UCHWAŁA NR 381/XXII/2020 RADY MIASTA PŁOCKA

z dnia 27 sierpnia 2020 r.

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

Na podstawie art. 7 ust. 1 pkt 1, art. 18 ust. 2 pkt 15 oraz art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2020 r. poz. 713) oraz na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2020 r. poz. 293 ze zmianą poz. 1086) i art. 19 ust. 1b ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2020 r. poz. 282 ze zmianą poz. 782), w związku z Uchwałą Nr 222/XII/2015 Rady Miasta Płocka z dnia 27 października 2015 r. w sprawie zobowiązania Prezydenta Miasta Płocka do przygotowania 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 obszarze Miasta Płocka, Rada Miasta Płocka uchwala co następuje.

#### **DZIAŁ I. PRZEPISY OGÓLNE**

**§ 1. 1.** Ustala się:

- 1) zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane;
- 2) zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane;
- 3) zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

2. Określa się liczbę szyldów, które mogą zostać zlokalizowane na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność.

3. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń innych niż dopuszczone w niniejszej uchwale.

**§ 2.** Ustala się podział Miasta na 3 Obszary o zróżnicowanych regulacjach. Załącznik graficzny wraz z opisem granic poszczególnych Obszarów stanowi załącznik do uchwały.

**§ 3.** Ustalenia, o których mowa § 1 dotyczą całego obszaru gminy, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu, zgodnie z art. 37a ust. 5 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

**§ 4. 1. Ilekroć w uchwale jest mowa o:**

- 1) banerze reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe elastyczne, wykonane z tkanin, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych, rozpinane na płaszczyźnie obiektów lub przeznaczonych pod ich montaż konstrukcjach nośnych;
- 2) billboardzie – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe średniego lub dużego formatu, montowane na ścianach budynków, na obiektach budowlanych oraz wolnostojące jednostronne lub dwustronne, zorientowane w układzie poziomym, posiadające standaryzowany format powierzchni służącej ekspozycji reklamy;
- 3) detalu architektonicznym – należy przez to rozumieć każdy dekoracyjny element elewacji nie będący witryną, w szczególności ornament, gzyms, fryz dekoracyjny, profil, uskok, pilaster, lizenę, kolumnę, półkolumnę, opaskę okienną, płycinę, blendę, element rzeźbiarski lub malarski;
- 4) ekranie projekcyjnym reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, na którym eksponowana jest reklama w formie wyświetlanej za pomocą zewnętrznego urządzenia projekcyjnego (rzutnika);
- 5) ekranie świetlnym reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o elektronicznej lub cyfrowej powierzchni służące do ekspozycji reklamy, ruchomych obrazów oraz efektów wizualnych;
- 6) elementach wyposażenia powtarzalnego – należy przez to rozumieć ławki, siedziska, kosze i pojemniki na odpady, kwietniki i pojemniki na zielen, osłony drzew i roślin, stojaki na rowery;
- 7) elewacji – należy przez to rozumieć zewnętrzną ścianę budynku ze wszystkimi znajdującymi się na niej elementami architektoniczno-budowlanymi; w przypadku budynku z arkadami przez elewację należy rozumieć także zewnętrzne ściany budynku w podcieniach;
- 8) fladze reklamowej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, wykonane z tkaniny lub tekstyliów, sytuowane w szczególności na masztach posiadających fundament, słupach oświetleniowych lub zlokalizowane prostopadle do elewacji na konstrukcji kotwionej w elewacji między podziałami okiennymi lub gzymsami;
- 9) formie stylizowanej – należy przez to rozumieć dostosowanie formy tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego do stylu architektonicznego budynku lub innej budowli, na których tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jest umieszczone; w szczególności formy odwołującej się do XVIII, XIX i XX – wiecznych stylów: klasycyzmu, historyzmu, secesji, modernizmu przedwojennego;
- 10) formie wolnostojącej – należy przez to rozumieć taką formę tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych trwale lub nietwale związanych z gruntem, które posiadają własną konstrukcję nośną;
- 11) formie wizytówkowym – należy przez to rozumieć pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy o powierzchni do 0,25 m<sup>2</sup> włącznie;
- 12) formie drobnym – należy przez to rozumieć pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy o powierzchni powyżej 0,25 m<sup>2</sup> do 0,5 m<sup>2</sup> włącznie;
- 13) formie małym – należy przez to rozumieć pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy o powierzchni powyżej 0,5 m<sup>2</sup> do 3,0 m<sup>2</sup> włącznie;
- 14) formie „euro size” - należy przez to rozumieć pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy o wymiarze równym 1,2 m x 1,8 m;
- 15) formie średnim – należy przez to rozumieć pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy o powierzchni powyżej 3,0 m<sup>2</sup> do 12,0 m<sup>2</sup> włącznie;
- 16) formie dużym – należy przez to rozumieć pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy o powierzchni powyżej 12,0 m<sup>2</sup> lecz nie większe niż 18,0 m<sup>2</sup>;
- 17) gablocie ekspozycyjnej - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie przynajmniej częściowo przeziernej szafki;
- 18) kasetonie reklamowym - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe: jednobryłowe, przestrzenne, niepełne w środku, o zamkniętej konstrukcji, z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału;

- 19) kiosku ulicznym – należy przez to rozumieć wolnostojący, kubaturowy obiekt handlowy, o powierzchni użytkowej nie większej niż 15,0 m<sup>2</sup>;
- 20) kramie ulicznym – należy przez to rozumieć rodzaj wolnostojącego, sezonowego stoiska handlowego, o zróżnicowanej formie zewnętrznej;
- 21) logotypie, logo - należy przez to rozumieć odpowiednio tekstowe przedstawienie nazwy lub symbol wraz z tekstowym przedstawieniem nazwy, które stanowią elementy identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, administracyjną, oświatową i kulturalną;
- 22) markizie – należy przez to rozumieć stały lub składany daszek wykonany z rozpiętej na stelażu tkaniny lub tekstyliów, zakończony lambrekinem, stanowiący osłonę okna, drzwi, witryny sklepowej lub ogródka gastronomicznego;
- 23) materiałach trwałych – należy przez to rozumieć materiały, które zachowują swoje właściwości w trakcie eksploatacji, w szczególności spoiście, sztywność, barwę i przezierność oraz wymagają kompleksowych zabiegów konserwacyjnych, służących utrzymaniu cech użytkowych i estetycznych, powtarzanych w okresach nie krótszych niż 10 lat;
- 24) monochromacie – należy przez to rozumieć jednokolorową grafikę w odcieniach tej samej barwy;
- 25) muralu – należy przez to rozumieć rodzaj malatury, dekoracyjnego malarstwa ściennego, naniesionego dowolną techniką na ścianie zewnętrznej obiektu budowlanego lub innej przegrodzie;
- 26) muralu reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w formie muralu;
- 27) nadświetlu – należy przez to rozumieć wydzielony konstrukcyjnie element stanowiący górną część stolarki drzwiowej lub okiennej wypełniającej ościeże, w obrębie tej samej kondygnacji;
- 28) neonie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe wykonane w formie znaków bez tła lub znaków przestrzennych z użyciem giętych w dowolne kształty lamp o równomiernie świecącej powierzchni;
- 29) nośniku pneumatycznym (reklamie dmuchanej, „dmuchańcu”) – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe przenośne, w formie wypełnionej powietrzem bryły, wykonanej z tworzyw sztucznych, przeznaczone do czasowej ekspozycji reklamy;
- 30) ogrodzeniach – należy przez to rozumieć wszelkie elementy umieszczone w terenie w celu wygradzenia określonej przestrzeni, uniemożliwiające swobodne przemieszczanie się ludzi i zwierząt wolno żyjących w szczególności: przęsła ogrodzeniowe wraz ze słupkami i podmurówką, bramy, furtki lub mury;
- 31) ogrodzeniach tymczasowych – należy przez to rozumieć ogrodzenia pozbawione fundamentów, związane z tymczasowym zagospodarowaniem terenu w szczególności stanowiące wygradzenie placu budowy, związane z działalnością sezonowych ogródków gastronomicznych lub organizacją imprez masowych i niemasyowych;
- 32) ogrodzeniach zabytkowych – należy przez to rozumieć ogrodzenia funkcjonujące pierwotnie wokół obiektów zabytkowych;
- 33) ogródka gastronomicznym – należy przez to rozumieć miejsce przeznaczone do sezonowego świadczenia usług gastronomicznych, stanowiące zewnętrzne przedłużenie powierzchni usługowej lokalu gastronomicznego lub otoczenie wolnostojącego, funkcjonującego sezonowo obiektu gastronomicznego;
- 34) oświetlonej lub podświetlonej tablicy reklamowej, urządzeniu reklamowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe odpowiednio oświetlone poprzez zewnętrzne źródło światła bądź posiadające własne, wewnętrzne źródło światła;
- 35) obiektach zabytkowych - należy przez to rozumieć obiekty budowlane objęte formami ochrony zabytków określonymi w art. 7 ustawy z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami lub wpisane do gminnej ewidencji zabytków, a także nieruchomości, na których się znajdują powyższe;
- 36) pasie reklamowym – należy przez to rozumieć płaszczyznę na elewacji obiektu budowlanego w poziomie parteru, której ograniczenie od dołu stanowi górna krawędź otworów okiennych, witryn, portfenetrów, drzwi i bram lub okalających je elementów ozdobnych, natomiast ograniczenie od góry stanowi dolna krawędź elementu architektonicznego oddzielającego wizualnie kolejną kondygnację lub w przypadku jego

braku dolna krawędź okien drugiej kondygnacji nadziemnej obiektu budowlanego; w przypadku budynków jednokondygnacyjnych ograniczenie pasa reklamowego od góry stanowi dolna krawędź belkowania wieńczącego, gzymsu lub attyki;

- 37) polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy – należy przez to rozumieć płaszczyznę tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego przeznaczoną do ekspozycji reklamy lub identyfikacji wizualnej; przy czym pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie stanowią części składowe konstrukcji lub elementów mocujących;
- 38) poziomie parteru – należy przez to rozumieć dolną część elewacji obiektu budowlanego wyznaczoną w obrębie parteru i kondygnacji podziemnej, a także w obrębie drugiej kondygnacji, w przypadku gdy zaprojektowana została dla pełnienia funkcji handlowych bądź usługowych oraz zachowuje spójność architektoniczną z elewacją pierwszej kondygnacji i wyraźnie różni się od elewacji ewentualnych kondygnacji wyższych; górną granicę poziomu parteru stanowi dolna krawędź detalu architektonicznego oddzielającego kondygnację od kondygnacji wyższych a w przypadku gdy taki element nie występuje (gładka ściana elewacji) spód stropu kolejnej kondygnacji;
- 39) pylonie reklamowym – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, w formie pionowej konstrukcji, bez wyodrębnionej podstawy, charakteryzujące się zwartą strukturą; na pylonie dopuszcza się sytuowanie modułowo, więcej niż jednej tablicy reklamowej;
- 40) przestrzeni dostępnej publicznie – należy przez to rozumieć przestrzeń udostępnioną i przeznaczoną do użytkowania przez ogół ludności, w szczególności tereny placów, parków, zieleńców oraz ciągów komunikacyjnych do linii pierzei wyznaczonych przez elewacje frontowe budynków;
- 41) reklamie przenośnej – należy przez to rozumieć wolnostojącą tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe ustawione na powierzchni gruntu, pozbawione fundamentów, w szczególności: stojak reklamowy, winder, nośnik pneumatyczny;
- 42) reklamie okolicznościowej - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe służące ekspozycji reklamy związanej z organizacją konkretnego wydarzenia w szczególności społecznego, kulturalnego, religijnego, sportowego, szkolnego;
- 43) reklamowej siatce ochronnej - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o strukturze siatki, stanowiące jednocześnie zabezpieczenie rusztowań lub innych elementów wyposażenia budowy, zlokalizowane na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych lub renowacyjnych;
- 44) słupie ogłoszeniowo - reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe najczęściej w formie walca, służące do umieszczania plakatów;
- 45) stojaku reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe przenośne, w formie jednej tablicy reklamowej ustawionej na sztaludze bądź dwóch połączonych ze sobą górną krawędzią pionowych tablic reklamowych w formie potykacza;
- 46) stopniu ażurowości ogrodzenia – należy przez to rozumieć wyrażony w procentach stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni całkowitej płaszczyzny ogrodzenia;
- 47) tablicy pełnej - należy przez to rozumieć tablicę reklamową w formie płaskiej, pełnej powierzchni, wykonaną na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału;
- 48) tablicy kierunkowej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, pełną, wskazującą lokalizację działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych;
- 49) totemie reklamowym - należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, bez wyodrębnionej podstawy, w formie wysokiego słupa lub innej pionowej konstrukcji, na którym na wysokości powyżej 2,5 m od poziomu terenu umieszczone jest logo lub logotyp lub zwarta kompozycja kilku bądź kilkunastu tablic reklamowych, z ewentualnym oświetleniem lub podświetleniem światłem stałym;
- 50) winderze (tzw. skrzydło reklamowym) – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe przenośne w formie tkaniny rozpiętej na wolnostojącym maszcie flagowym w układzie pionowym, o proporcjach szerokości do wysokości od 1:2 do 1:5;

- 51) witrynie - należy przez to rozumieć znajdujący się w poziomie parteru elewacji otwór okienny, przynależny do lokalu w którym prowadzona jest działalność, służący ekspozycji przedmiotów i towarów, łącznie z otworem drzwiowym prowadzącym do lokalu;
- 52) wyklejeniu na elementach przeszklonych elewacji – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną w szczególności z folii lub papieru, naklejaną na wewnętrznej powierzchni witryn wystawowych, okien lub drzwi;
- 53) znaku – należy przez to rozumieć znak graficzny, pisarski lub typograficzny w szczególności: literę, cyfrę, symbol, piktogram, logo, logotyp;
- 54) znakach bez tła - należy przez to rozumieć tablicę reklamową w formie znaków pozbawionych tła o grubości mniejszej bądź równej 0,05 m;
- 55) znakach przestrzennych - należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci znaków bez tła o grubości większej niż 0,05 m.

2. Na potrzeby pomiarów parametrów, o których mowa w niniejszej uchwale ustala się, że:

- 1) odległość między obiektami w przestrzeni stanowi długość odcinka wyznaczonego między punktami stanowiącymi rzut skrajnych punktów obiektów na płaszczyznę poziomą terenu;
- 2) dopuszcza się tolerancję błędu wykonawczego dla granicznych wielkości podawanych gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy oraz ogrodzeń w wysokości 5%;
- 3) w przypadku braku możliwości jednoznacznego określenia gabarytów tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wolnostojących, w celu ustalenia ich szerokości i głębokości należy przyjąć szerokość i głębokość prostopadłościanu opisanego na skrajnych punktach tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 4) odległości pomiędzy wolnostojącymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi, sytuowanymi przy drodze nie dotyczą odległości względem tablic reklamowych i urządzeń reklamowych znajdujących się po przeciwnych stronach drogi.

## **DZIAŁ II.**

### **TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE**

#### **Rozdział 1.**

**§ 5.** Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, które obowiązują na terenie całego Miasta, o ile przepisy szczegółowe uchwały nie stanowią inaczej:

- 1) w zakresie zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

a) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

- na drzewach, w polu obrysu zewnętrznego ich koron oraz w odległości mniejszej niż 5,0 m od pnia drzewa;
- na obiektach inżynierskich, konstrukcjach oporowych, budowlach o funkcji dźwiękochłonnej, urządzeniach infrastruktury sieciowej i instalacyjnej oraz urządzeniach bezpieczeństwa ruchu drogowego;
- na pojemnikach i obiektach budowlanych służących do czasowego gromadzenia odpadów komunalnych;
- z obciążeniem lub elementami stabilizującymi konstrukcję ustawionymi na poziomie terenu za wyjątkiem reklamy okolicznościowej i reklamy przenośnej;

b) nakazuje się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych lokalizowanych na elewacji:

- zgodnie z podziałami architektonicznymi obiektu budowlanego, w szczególności wypośrodkowanych względem: otworów okiennych lub drzwiowych, detali architektonicznych, osi kompozycyjnych oraz płaszczyzny elewacji;
  - z zachowaniem następujących odległości: minimum 0,5 m od krawędzi elewacji, minimum 0,1 m od krawędzi otworów okiennych lub drzwiowych, minimum 0,1 m od krawędzi najbliższego detalu architektonicznego oraz minimum 0,5 m od krawędzi tablic z numerami porządkowymi nieruchomości i nazwami ulic, tablic informacyjnych oraz tablic umieszczanych na podstawie przepisów odrębnych z zastrzeżeniem, że powyższe odległości nie dotyczą tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dopuszczonych do lokalizacji w świetle otworów okiennych i drzwiowych według przepisów szczegółowych w sposób, który nie prowadzi do przesłaniania detali architektonicznych i balustrad; oraz z zastrzeżeniem, że niniejszy nakaz nie dotyczy znaków bez tła, znaków przestrzennych oraz neonów reklamowych, dla których tło może stanowić płaszczyzna boniowana elewacji;
  - w obrębie danego pasa reklamowego dotyczących wyłącznie działalności lokalu, do którego przynależy witryna znajdująca się poniżej danego pasa;
- c) określa się dopuszczalną maksymalną, łączną liczbę szyldów, umieszczanych na nieruchomości przez jeden podmiot prowadzący na niej działalność, równą dziesięć, przy zachowaniu dodatkowych warunków nakładanych na poszczególne rodzaje szyldów przez inne przepisy uchwały, z zastrzeżeniem lit. d);
- d) dla szyldów umieszczonych na elementach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych określa się dopuszczalną maksymalną, łączną liczbę równą sto;
- e) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy:
- na nieruchomościach o funkcji oświatowej, sakralnej, służącej administracji publicznej i placówkom dyplomatycznym;
  - na terenach rodzinnych ogródków działkowych za wyjątkiem reklamy okolicznościowej;
  - w strefach ochrony ekspozycji, na ciągach widokowych lub osiach widokowych i kompozycyjnych, określonych w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego, miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego lub innych aktach prawa miejscowego, za wyjątkiem reklamy okolicznościowej oraz reklamy przenośnej;
  - na terenach cmentarzy i ich ogrodzeniach;
- 2) w zakresie gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe:
- a) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacji o maksymalnym łącznym wymiarze pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy do 20% powierzchni elewacji w poziomie parteru;
- b) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w świetle witryny, okna lub drzwi w poziomie parteru, o maksymalnym łącznym wymiarze pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy do 40% powierzchni danej witryny, okna lub drzwi na Obszarze 1 oraz do 50% na Obszarze 2 i 3, z zachowaniem warunku określonego w lit. a);
- c) dopuszcza się montaż tylko jednego rodzaju tablic reklamowych i urządzeń reklamowych głównych na danej elewacji;
- d) nakazuje się wykonanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z zastosowaniem materiałów trwałych w szczególności: szkła, blach ocynkowanych, blach aluminiowych, blach ze stali nierdzewnej, blach tytanowych, wielowarstwowych płyt kompozytowych;
- e) dopuszcza się podświetlenie i oświetlenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych światłem o stałym natężeniu i kolorze;
- f) nakazuje się maksymalne ograniczenie widoczności elementów konstrukcyjnych oraz instalacji zasilających tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności poprzez:

- ukrycie w obudowie lub wkomponowanie konstrukcji w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych w formie stylizowanej, w szczególności elementów kutych, żeliwnych lub nitowanych;
  - ukrycie w tynku lub zamaskowanie instalacji zasilającej w energię elektryczną oraz kabli i elementów mocujących podświetlane tablice reklamowe i urządzenia reklamowe w formie kasetonów, znaków przestrzennych lub neonów reklamowych;
  - sytuowanie fundamentów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących, nieprzenośnych poniżej poziomu terenu;
- g) dopuszcza się funkcjonowanie szyldów zainstalowanych przed 1989 r. bądź sytuowanie szyldów stanowiących ich wierną rekonstrukcję w oryginalnej lokalizacji;
- h) nakazuje się umieszczenie danych identyfikacyjnych właściciela lub operatora tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych formatu średniego i dużego w widocznym miejscu na elementach konstrukcyjnych lub w obrębie obudowy;
- 3) nakazuje się niezwłoczne doprowadzenie terenu lub obiektu do stanu niepogorszonego w stosunku do poprzedzającego umieszczenie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w przypadku ich demontażu;
- 4) dopuszcza się tablicę reklamową w formie tablicy pełnej lub urządzenie reklamowe w formie znaków przestrzennych, sytuowane na budynku, ogrodzeniu lub wolnostojącej, o polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy nieprzekraczającym formatu drobnego, zawierające nazwę własną, logo lub logotyp sponsora lub fundatora;
- 5) dopuszcza się lokalizację reklam okolicznościowych, w szczególności w postaci ekspozytorów, banerów reklamowych, nośników pneumatycznych, plakatów, stojaków reklamowych, ekranów projekcyjnych reklamowych i ekranów świetlnych reklamowych w miejscu organizowania wydarzeń.

## **Rozdział 2.**

§ 6.1. Na budynkach położonych na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie w poziomie parteru następujących rodzajów szyldów:

- 1) szyld równoległy do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie kasetonu reklamowego, znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych, znaków przestrzennych lub neonu reklamowego, z zastrzeżeniem lit. b), c) i d);
  - b) na obiekcie zabytkowym dopuszcza się dodatkowo formę tablicy pełnej, stylizowanej, wykonanej z zastosowaniem technik artystycznych, w postaci malatury na podkładzie drewnianym lub w technice metaloplastyki; umieszczoną płasko na licu elewacji lub pochyloną maksymalnie do 30 stopni w dół, tak aby dolna krawędź szyldu znajdowała się bezpośrednio przy powierzchni sytuowania;
  - c) na obiekcie zabytkowym dopuszcza się dodatkowo formę muralu reklamowego jako monochromatycznych znaków bez tła, w szczególności w odcieniach barw zaczerpniętych z obiektu, na którym jest umieszczony lub barw achromatycznych;
  - d) z wyłączeniem formy kasetonu reklamowego na obiekcie zabytkowym;
  - e) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 75% wysokości pasa reklamowego, lecz nie więcej niż 0,9 m;
  - f) na jednym obiekcie, w obrębie pól szyldowych nakazuje się zachowanie jednakowego poziomu montażu i wysokości szyldów;
  - g) nakazuje się montaż szyldu w pionowej osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy;
- 2) szyld prostopadły do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego;

- b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy jednej płaszczyzny szyldu równe  $0,75 \text{ m}^2$ , maksymalną wysokość szyldu równą  $0,75 \text{ m}$ ; maksymalny wysięg szyldu równy  $1,2 \text{ m}$ ; minimalną odległość dolnej krawędzi szyldu od poziomu terenu równą  $2,5 \text{ m}$ ;
  - c) należy zachować co najmniej  $1,0 \text{ m}$  odległości od najbliższego szyldu prostopadłego;
  - d) nakazuje się montaż szyldu na elewacji w sąsiedztwie wejścia do lokalu lub przejazdu bramowego w przypadku, gdy lokal nie posiada wejścia dostępnego od strony elewacji frontowej;
  - e) na obiekcie zabytkowym nakazuje się montaż szyldu na ramieniu mocującym w formie stylizowanej;
- 3) szyld sytuowany w świetle witryny od strony zewnętrznej w przypadku braku pasa reklamowego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego, z zastrzeżeniem lit. b);
  - b) z wyłączeniem formy kasetonu reklamowego na obiekcie zabytkowym;
  - c) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe  $30\%$  powierzchni światła okna;
  - d) szyld powinien całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
  - e) geometrię szyldu należy dopasować do podziałów stolarki/ślusarki, przy czym szyld należy lokalizować w nadświetlu lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 4) szyld sytuowany w świetle witryny od strony wewnętrznej w przypadku braku pasa reklamowego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego, z zastrzeżeniem lit. b);
  - b) z wyłączeniem formy kasetonu reklamowego na obiekcie zabytkowym;
  - c) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe  $30\%$  powierzchni światła okna;
  - d) szyld powinien całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
  - e) nakazuje się wycofanie szyldu o nie mniej niż  $0,2 \text{ m}$  w stosunku do powierzchni szklenia;
  - f) geometrię szyldu należy dopasować do podziałów stolarki/ślusarki;
- 5) szyld wyklejany na elementach przeszklonych elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie monochromatycznych znaków bez tła;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe  $20\%$  powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
  - c) w przypadku braku pasa reklamowego na elewacji budynku dopuszcza się wyklejenie do  $80\%$  powierzchni nadświetla lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 6) szyld wizytówkowy na licu elewacji budynku, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie tablicy pełnej, o grubości do  $30 \text{ mm}$  włącznie, mocowanej przy pomocy śrub dystansowych;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
  - c) na jednym obiekcie nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wymiarów, kolorystyki i materiału wykonania szyldów;
  - d) wielkość pojedynczego szyldu oraz układ zestawu szyldów na elewacji, należy dostosować do podziałów elewacji, a na obiekcie zabytkowym posiadającym detal architektoniczny w postaci boni do ich wysokości i szerokości;
  - e) nakazuje się montaż szyldu w pobliżu wejścia do budynku lub przejazdu bramowego.



2. Na obiektach położonych na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów szyldów:

- 1) szyld na ogrodzeniu, lokalizowany w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność o więcej niż 5,0 m od frontu nieruchomości, rozumianej jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych lub znaków przestrzennych;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 0,5 m;
  - c) nakazuje się montaż szyldu wyłącznie na ogrodzeniu pełnym, murowanym, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości lub w pionowej osi symetrii murowanego fragmentu ogrodzenia;
- 2) szyld na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 0,15 m;
- 3) szyld na kramach ulicznych, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła lub znaków przestrzennych;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
- 4) szyld na urządzeniach samoobsługowych w przestrzeni miejskiej, wolnostojących lub zintegrowanych z budynkiem, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) równoległy w formie kasetonu reklamowego, tablicy pełnej, znaków bez tła lub znaków przestrzennych, zamontowany w pionowej osi symetrii urządzenia samoobsługowego;
  - b) prostopadły w formie kasetonu reklamowego, przy czym:
    - dopuszcza się minimalną odległość dolnej krawędzi szyldu od poziomemu terenu równą 2,5 m;
    - w przypadku urządzenia zintegrowanego z budynkiem należy zachować co najmniej 1,0 m odległości od najbliższego szyldu prostopadłego;
    - w przypadku urządzenia zintegrowanego z budynkiem nakazuje się montaż szyldu na elewacji w sąsiedztwie urządzenia samoobsługowego;
  - c) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu wizytówkowego;
- 5) szyld na konstrukcji ogródka gastronomicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła lub znaków przestrzennych;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
- 6) szyld na wiacie, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła, znaków przestrzennych oraz kasetonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego dla wiat o powierzchni zabudowy do 50 m<sup>2</sup> oraz nie większe od formatu małego dla wiat o powierzchni zabudowy od 50 m<sup>2</sup> włącznie;
  - c) dopuszcza się montaż szyldu na każdym boku wiaty z zastrzeżeniem lit. d);
  - d) nakazuje się montaż szyldu w obrębie attyki zadaszenia.

3. Na budynkach położonych na Obszarze 1, w przypadku lokali usługowych funkcjonujących w budynku w obrębie II kondygnacji dopuszcza się sytuowanie poza poziomem parteru następujących rodzajów szyldów:

- 1) szyld wyklejany na elementach przeszklonych elewacji w obrębie II kondygnacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
  - 2) szyld wyklejany na powierzchni nadświetla lub górnej części okna lub drzwi, oddzielonej szczebliną lub śłemeniem od części dolnej w obrębie II kondygnacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy 80% powierzchni nadświetla lub górnej części okna lub drzwi, oddzielonej szczebliną lub śłemeniem od części dolnej.
4. Na budynkach użyteczności publicznej, położonych na Obszarze 1 stosuje się zasady określone w § 6 ust. 1 oraz dodatkowo dopuszcza się sytuowanie poza poziomem parteru następujących rodzajów szyldów:
- 1) szyld główny równoległy do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie znaków przestrzennych lub neonu reklamowego;
    - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą:
      - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6,0 m;
      - 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6,0 m i mniejszej niż 15,0 m;
      - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 15,0 m;
    - c) dopuszcza się montaż szyldu poniżej lub powyżej górnej krawędzi elewacji w maksymalnej odległości równej 0,5 wysokości znaków;
    - d) wielkość, geometrię i lokalizację szyldu na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
    - e) nakazuje się montaż szyldu na elewacji przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie;
  - 2) szyld główny prostopadły do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie znaków przestrzennych lub neonu reklamowego;
    - b) dopuszcza się maksymalny wysięg szyldu równy 1,2 m; minimalną odległość dolnej krawędzi szyldu od poziomu terenu równą 2,5 m;
    - c) wielkość, geometrię i lokalizację szyldu na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
    - d) nakazuje się montaż szyldu poniżej górnej krawędzi elewacji;
    - e) nakazuje się montaż szyldu na elewacji przyległej lub widocznej z przestrzeni dostępnej publicznie.
5. Na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów szyldów wolnostojących:
- 1) pylon reklamowy lokalizowany w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność o więcej niż 5,0 m od frontu nieruchomości, rozumianej jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) dopuszcza się maksymalną wysokość pylonu równą 3,0 m i maksymalną szerokość równą 1,0 m;
    - b) dopuszcza się możliwość lokalizacji na pylonie tablic reklamowych w formie tablic pełnych lub znaków bez tła stanowiących całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki tła i materiału wykonania;
    - c) nakazuje się sytuowanie pylonu w minimalnej odległości od granicy działki równej 1,0 m;

- d) dopuszcza się lokalizację maksymalnie jednego pylonu na nieruchomości z zastrzeżeniem, że w przypadku gdy jeden pylon nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości drugiego pylonu o analogicznej formie, wymiarach, kolorystyce i materiałach wykonania;
- 2) szyld na elementach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych w szczególności na lambrekinie zadaszenia ogródka, lambrekinie parasola, rollbarze, pręśle ogrodzenia, donicy wolnostojącej, krzesła, stole czy leżaku oraz na lambrekinie markizy lub zadaszenia kramu ulicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie monochromatycznych znaków bez tła będących nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności;
- b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 0,15 m.

§ 7.1. Na budynkach położonych na Obszarze 1 w poziomie parteru dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe sytuowane w świetle witryny od strony zewnętrznej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego, z zastrzeżeniem lit. b);
- b) z wyłączeniem formy kasetonu reklamowego na obiekcie zabytkowym;
- c) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni światła okna;
- d) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe powinno całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
- e) geometrię tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego należy dopasować do podziałów stolarki/ślusarki, przy czym tablicę lub urządzenie należy lokalizować w nadświetlu lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 2) tablica reklamowa sytuowana w świetle witryny od strony wewnętrznej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie tablicy pełnej;
- b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni światła okna;
- c) tablica reklamowa powinna całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
- d) nakazuje się wycofanie tablicy reklamowej o nie mniej niż 0,2 m w stosunku do powierzchni szklenia;
- 3) wyklejenie na elementach przeszklonych elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie monochromatycznych znaków bez tła;
- b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 20% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
- 4) gabłota ekspozycyjna elewacyjna prezentująca ofertę gastronomiczną, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) na obiektach zabytkowych nakazuje się lokalizację gabłoty ekspozycyjnej elewacyjnej w formie stylizowanej;
- b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe formatowi drobnemu;
- c) dopuszcza się maksymalną odległość montażu gabłoty od wejścia do lokalu lub budynku równą 1,0 m;
- d) dopuszcza się sytuowanie większej ilości gabłot o ujednoliconej formie zewnętrznej, symetrycznie względem danego wejścia;

5) gablota ekspozycyjna elewacyjna na budynkach użyteczności publicznej za wyjątkiem obiektów zabytkowych, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formacie „euro size”;
- b) dopuszcza się montaż gabloty bezpośrednio na budynku bądź w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego budynku;
- c) dopuszcza się lokalizację układu kilku gablot o ujednocnionej formie zewnętrznej.

2. Na obiektach położonych na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących sztyldami:

1) tablica reklamowa pełna sytuowana na elewacji kiosku ulicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) na obiektach zabytkowych nakazuje się lokalizację tablicy w formie stylizowanej;
- b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni elewacji, na której tablica jest umieszczona;

2) tablica reklamowa na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) w formie monochromatycznych znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem;
- b) dopuszcza się maksymalną wysokość znaków równą 0,15 m.

3. Na budynkach położonych na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie poza poziomem parteru następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących sztyldami:

1) reklamowa siatka ochronna, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni ogólnej siatki;
- b) w przypadku obiektów zabytkowych pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy na siatce ochronnej musi stanowić kompozycję z nadrukiem w postaci wizerunku remontowanej elewacji;

2) flaga reklamowa zlokalizowana na elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) dopuszcza się minimalną odległość dolnej krawędzi flagi od poziomu terenu równą 2,5 m; maksymalną odległość od elewacji do krańca flagi równą 0,8 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 12,0 m oraz 1,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 12,0 m;
- b) nakazuje się sytuowanie flagi wzdłuż wysokości całej elewacji, prostopadle do jej lica, w sposób zgodny z podziałami architektonicznymi oraz odległościami określonymi w lit. a); przy czym górna krawędź flagi musi znajdować się poniżej dolnej krawędzi belkowania wieńczącego, gzymsu lub attyki;
- c) nakazuje się mocowanie flagi do konstrukcji kotwionej w elewacji;
- d) nakazuje się sytuowanie flagi na elewacji w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do budynku;
- e) nakazuje się lokalizację flag symetrycznie oraz parzyście względem wejścia do budynku.

4. Na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów wolnostojących, nieprzenośnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących sztyldami:

1) słup ogłoszeniowo-reklamowy, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) dopuszcza się maksymalną całkowitą wysokość słupa równą 4,0 m, maksymalną szerokość boku prostopadłościanu lub średnicę walca równą 1,5 m mierzoną na wysokości części ekspozycyjnej;
- b) należy zachować co najmniej 50,0 m odległości pomiędzy słupami;

2) gablota ekspozycyjna typu City Light Poster (CLP), według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formacie „euro size”;

- b) należy zachować co najmniej 30,0 m odległości pomiędzy gablotami; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablot stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej;
  - c) dopuszcza się gabloty ekspozycyjne typu CLP zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem gablot przesłaniających wiaty od strony najazdowej;
  - d) dopuszcza się gabloty ekspozycyjne typu CLP w formie ekranów świetlnych reklamowych;
- 3) znaki przestrzenne będące nazwą własną, logo lub logotypem podmiotu, inwestora zagospodarowania przestrzeni publicznej lub przestrzeni rekreacyjnej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) dopuszcza się maksymalną wysokość znaków równą 3,0 m;
  - b) znaki należy lokalizować na terenie założenia, które ma charakter powierzchniowy, w sposób wynikający z aranżacji zagospodarowania otoczenia.
5. Na Obszarze 1 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów wolnostojących, przenośnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:
- 1) stojak reklamowy, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie pojedynczej tablicy pełnej, ustawionej na sztaludze, o całkowitej wysokości do 1,6 m lub w formie potykacza o całkowitej wysokości do 1,2 m, z zastrzeżeniem lit. b);
    - b) dla lokalu w obiekcie zabytkowym nakazuje się ustawienie stojaka w formie stylizowanej;
    - c) konstrukcję stojaka należy wykonać z drewna lub metalu;
  - 2) gablota ekspozycyjna z menu prezentująca ofertę lokalu gastronomicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) dla lokalu w obiekcie zabytkowym nakazuje się ustawienie gabloty w formie stylizowanej;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
    - c) konstrukcję gabloty należy wykonać z drewna lub metalu;
  - 3) tablica reklamowa na elementach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych w szczególności na lambrekinie zadaszenia ogródka, lambrekinie parasola, rollbarze, przeszle ogrodzenia, donicy wolnostojącej, krzesła, stołu czy leżaku oraz na lambrekinie markizy lub zadaszenia kramu ulicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła będących nazwą własną, logo lub logotypem;
    - b) dopuszcza się maksymalną wysokość znaków równą 0,15 m;
  - 4) reklama okolicznościowa, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie ekspozytora, stojaka reklamowego, windera, nośnika pneumatycznego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy maksymalnie formatu średniego, ekranu projekcyjnego reklamowego i ekranu świetlnego reklamowego;
    - b) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe należy ustawiać wyłącznie na terenie organizacji wydarzenia oraz eksponować tylko podczas trwania wydarzenia lecz nie dłużej niż przez 14 dni.

### **Rozdział 3.**

§ 8.1. Na budynkach położonych na Obszarze 2 w poziomie parteru dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów szyldów:

- 1) szyld równoległy do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie kasetonu reklamowego, znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych, znaków przestrzennych lub neonu reklamowego;

- b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 75% wysokości pasa reklamowego, lecz nie więcej niż 0,9 m;
  - c) na jednym obiekcie, w obrębie pól szyldowych nakazuje się zachowanie jednakowego poziomu montażu i wysokości szyldów;
  - d) nakazuje się montaż szyldu w pionowej osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy;
- 2) szyld prostopadły do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy jednej płaszczyzny szyldu równe 0,75 m<sup>2</sup>, maksymalną wysokość szyldu równą 0,75 m; maksymalny wysięg szyldu równy 1,2 m; minimalną odległość dolnej krawędzi szyldu od poziomu terenu równą 2,5 m;
  - c) należy zachować co najmniej 1,0 m odległości od najbliższego szyldu prostopadłego;
  - d) nakazuje się montaż szyldu na elewacji w sąsiedztwie wejścia do lokalu lub przejazdu bramowego w przypadku, gdy lokal nie posiada wejścia dostępnego od strony elewacji frontowej;
  - e) na obiekcie zabytkowym nakazuje się montaż szyldu na ramieniu mocującym w formie stylizowanej;
- 3) szyld sytuowany w świetle witryny od strony zewnętrznej w przypadku braku pasa reklamowego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni światła okna;
  - c) szyld powinien całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
  - d) geometrię szyldu należy dopasować do podziałów stolarki/ślusarki, przy czym szyld należy lokalizować w nadświetlu lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 4) szyld sytuowany w świetle witryny od strony wewnętrznej w przypadku braku pasa reklamowego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni światła okna;
  - c) szyld powinien całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
  - d) nakazuje się wycofanie szyldu o nie mniej niż 0,2 m w stosunku do powierzchni szklenia;
  - e) geometrię szyldu należy dopasować do podziałów stolarki/ślusarki;
- 5) szyld wyklejany na elementach przeszklonych elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie monochromatycznych znaków bez tła;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
  - c) w przypadku braku pasa reklamowego na elewacji budynku dopuszcza się wyklejenie do 80% powierzchni nadświetla lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 6) szyld wizytówkowy na licu elewacji budynku, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie tablicy pełnej, o grubości do 30 mm włącznie;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;

- c) na jednym obiekcie nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wymiarów, kolorystyki i materiału wykonania szyldów;
  - d) wielkość pojedynczego szyldu oraz układ zestawu szyldów na elewacji, należy dostosować do podziałów elewacji;
  - e) nakazuje się montaż szyldu w pobliżu wejścia do budynku lub przejazdu bramowego.
2. Na obiektach położonych na Obszarze 2 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów szyldów:
- 1) szyld na ogrodzeniu, lokalizowany w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność o więcej niż 5,0 m od frontu nieruchomości, rozumianej jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych lub znaków przestrzennych;
    - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 0,5 m;
    - c) nakazuje się montaż szyldu wyłącznie na ogrodzeniu pełnym, murowanym, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości lub w pionowej osi symetrii murowanego fragmentu ogrodzenia;
  - 2) szyld na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności;
    - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 0,15 m;
  - 3) szyld na kramach ulicznych, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła lub znaków przestrzennych;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
  - 4) szyld na urządzeniach samoobsługowych w przestrzeni miejskiej, wolnostojących lub zintegrowanych z budynkiem, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) równoległy w formie kasetonu reklamowego, tablicy pełnej, znaków bez tła lub znaków przestrzennych, zamontowany w pionowej osi symetrii urządzenia samoobsługowego;
    - b) prostopadły w formie kasetonu reklamowego, przy czym:
      - dopuszcza się minimalną odległość dolnej krawędzi szyldu od poziomu terenu równą 2,5 m;
      - w przypadku urządzenia zintegrowanego z budynkiem należy zachować co najmniej 1,0 m odległości od najbliższego szyldu prostopadłego;
      - w przypadku urządzenia zintegrowanego z budynkiem nakazuje się montaż szyldu na elewacji w sąsiedztwie urządzenia samoobsługowego;
    - c) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu wizytówkowego;
  - 5) szyld na konstrukcji ogródka gastronomicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła lub znaków przestrzennych;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
  - 6) szyld na wiacie, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła, znaków przestrzennych oraz kasetonu reklamowego;

- b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego dla wiat o powierzchni zabudowy do 50 m<sup>2</sup> oraz nie większe od formatu małego dla wiat o powierzchni zabudowy od 50 m<sup>2</sup> włącznie;
- c) dopuszcza się montaż szyldu na każdym boku wiaty z zastrzeżeniem lit. d);
- d) nakazuje się montaż szyldu w obrębie attyki zadaszzenia.

3. Na budynkach użyteczności publicznej, położonych na Obszarze 2 stosuje się zasady określone w § 8 ust. 1 oraz dodatkowo dopuszcza się sytuowanie poza poziomem parteru następujących rodzajów szyldów:

1) szyld główny równoległy do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) w formie znaków przestrzennych lub neonu reklamowego;
- b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą:
  - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6,0 m;
  - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6,0 m i mniejszej niż 12,0 m;
  - 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 12,0 m i mniejszej niż 25,0 m;
  - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 25,0 m;
- c) dopuszcza się montaż szyldu poniżej lub powyżej górnej krawędzi elewacji; w maksymalnej odległości równej 0,5 wysokości znaków;
- d) wielkość, geometrię i lokalizację szyldu na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
- e) nakazuje się zachowanie wspólnego poziomu montażu szyldu w obrębie wszystkich elewacji budynku;

2) szyld główny prostopadły do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) w formie znaków przestrzennych podświetlonych lub neonu reklamowego;
- b) dopuszcza się maksymalny wysięg szyldu równy 1,5 m; minimalną odległość dolnej krawędzi szyldu od poziomu terenu równą 2,5 m;
- c) wielkość, geometrię i lokalizację szyldu na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
- d) nakazuje się montaż szyldu poniżej górnej krawędzi elewacji;

3) grupa szyldów równoległych do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) w formie znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych;
- b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczego szyldu wchodzącego w skład grupy równe formatowi średniemu;
- c) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy dla grupy szyldów równe 10% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru;
- d) nakazuje się montaż grupy szyldów w postaci zwartej kompozycji;
- e) nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wielkości, geometrii, materiału wykonania dla pojedynczych szyldów wchodzących w skład grupy;
- f) w grupie szyldów możliwe jest sytuowanie jednego szyldu na każdy podmiot gospodarczy prowadzący działalność w obrębie nieruchomości.

4. Na Obszarze 2 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów szyldów wolnostojących:



- 1) pylon reklamowy lokalizowany w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność o więcej niż 10,0 m od frontu nieruchomości, rozumianej jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalną wysokość pylonu równą 4,0 m i maksymalną szerokość równą 1,2 m;
  - b) dopuszcza się możliwość lokalizacji na pylonie tablic reklamowych w formie tablic pełnych lub znaków bez tła stanowiących całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki tła i materiału wykonania;
  - c) nakazuje się sytuowanie pylonu w minimalnej odległości od granicy działki równej 1,0 m;
  - d) dopuszcza się lokalizację maksymalnie jednego pylonu na nieruchomości lub na każdy budynek użyteczności publicznej z zastrzeżeniem, że w przypadku gdy jeden pylon nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości drugiego pylonu o analogicznej formie, wymiarach, kolorystyce i materiałach wykonania;
- 2) szyld na elementach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych w szczególności na lambrekinie zadaszenia ogródka, lambrekinie parasola, rollbarze, przęsła ogrodzenia, donicy wolnostojącej, krzesła, stole czy leżaku oraz na lambrekinie markizy lub zadaszenia kramu ulicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła będących nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 0,15 m.

**§ 9.1.** Na budynkach położonych na Obszarze 2 w poziomie parteru dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe sytuowane w świetle witryny od strony zewnętrznej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni światła okna;
  - c) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe powinno całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
  - d) geometrię tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego należy dopasować do podziałów stolarki/ślusarki, przy czym tablicę lub urządzenie należy lokalizować w nadświetlu lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 2) tablica reklamowa sytuowana w świetle witryny od strony wewnętrznej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie tablicy pełnej;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 40% powierzchni światła okna;
  - c) tablica reklamowa powinna całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
  - d) nakazuje się wycofanie tablicy reklamowej o nie mniej niż 0,2 m w stosunku do powierzchni szklenia;
- 3) wyklejenie na elementach przeszklonych elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
- 4) gabłota ekspozycyjna elewacyjna prezentująca ofertę gastronomiczną, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) na obiektach zabytkowych nakazuje się lokalizację gabloty ekspozycyjnej elewacyjnej w formie stylizowanej;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe formatowi drobnemu;
  - c) dopuszcza się maksymalną odległość montażu gabloty od wejścia do lokalu lub budynku równą 1,0 m;
  - d) dopuszcza się sytuowanie większej ilości gablot o ujednocionej formie zewnętrznej, symetrycznie względem danego wejścia;
- 5) gabloty ekspozycyjne elewacyjne na budynkach użyteczności publicznej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formacie „euro size”;
  - b) dopuszcza się montaż gabloty bezpośrednio na budynku bądź w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego budynku;
  - c) dopuszcza się lokalizację układu kilku gablot o ujednocionej formie zewnętrznej.
2. Na obiektach położonych na Obszarze 2 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:
- 1) tablica reklamowa pełna sytuowana na elewacji kiosku ulicznego, o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy równym 30% powierzchni elewacji, na której tablica jest umieszczona;
  - 2) tablica reklamowa na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem;
    - b) dopuszcza się maksymalną wysokość znaków równą 0,15 m.
3. Na budynkach położonych na Obszarze 2 dopuszcza się sytuowanie poza poziomem parteru następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:
- 1) urządzenie reklamowe główne, równoległe do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie znaków przestrzennych podświetlonych lub neonu reklamowego;
    - b) dopuszcza się maksymalną wysokość urządzenia reklamowego równą:
      - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6,0 m;
      - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6,0 m i mniejszej niż 12,0 m;
      - 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 12,0 m i mniejszej niż 25,0 m;
      - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 25,0 m;
    - c) dopuszcza się montaż urządzenia reklamowego poniżej lub powyżej górnej krawędzi elewacji; w maksymalnej odległości równej 0,5 wysokości znaków;
    - d) wielkość, geometrię i lokalizację urządzenia reklamowego na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
    - e) nakazuje się zachowanie wspólnego poziomu montażu urządzenia reklamowego w obrębie wszystkich elewacji budynku;
  - 2) reklamowa siatka ochronna o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy równym 30 % powierzchni ogólnej siatki;
  - 3) flaga reklamowa zlokalizowana na elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) dopuszcza się minimalną odległość dolnej krawędzi flagi od poziomu terenu równą 2,5 m; maksymalną odległość od elewacji do krańca flagi równą 0,8 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6,0 m oraz 1,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6,0 m;
  - b) nakazuje się sytuowanie flagi wzdłuż wysokości całej elewacji, prostopadle do jej lica, w sposób zgodny z podziałami architektonicznymi oraz odległościami określonymi w lit. a); przy czym górna krawędź flagi musi znajdować się poniżej dolnej krawędzi belkowania wieńczącego, gzymsu lub atyki;
  - c) nakazuje się mocowanie flagi do konstrukcji kotwionej w elewacji;
  - d) nakazuje się sytuowanie flagi na elewacji w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do budynku;
  - e) nakazuje się lokalizację flag parzyście oraz symetrycznie względem wejścia do budynku;
- 4) billboard zlokalizowany na elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy formatu średniego;
  - b) wyznacza się strefy lokalizacji billboardu:
    - powyżej pierwszej kondygnacji i poniżej ostatniej kondygnacji dla budynków o wysokości większej niż 12,0 m i mniejszej lub równej 25,0 m;
    - powyżej drugiej kondygnacji i poniżej ostatniej kondygnacji dla budynków o wysokości większej niż 25,0 m;
  - c) dopuszcza się sytuowanie billboardu wyłącznie na budynkach o wysokości powyżej 12,0 m;
  - d) dopuszcza się sytuowanie billboardu wyłącznie na elewacjach szczytowych pozbawionych otworów okiennych i drzwiowych;
  - e) miejsce lokalizacji billboardu należy dopasować do podziałów budynku na kondygnacje;
  - f) na elewacji dopuszcza się lokalizację grupy billboardów w postaci zwartej kompozycji; nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wielkości, geometrii, materiału wykonania dla pojedynczych billboardów wchodzących w skład kompozycji.
4. Na budynkach użyteczności publicznej, położonych na Obszarze 2 stosuje się zasady określone w § 9 ust. 1 i 3 oraz dodatkowo dopuszcza się sytuowanie poza poziomem parteru jednego spośród następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:
- 1) urządzenie reklamowe główne, prostopadłe do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie znaków przestrzennych podświetlonych lub neonu reklamowego;
    - b) dopuszcza się maksymalny wysięg urządzenia reklamowego równy 1,5 m; minimalną odległość dolnej krawędzi urządzenia reklamowego od poziomu terenu równą 2,5 m;
    - c) wielkość, geometrię i lokalizację urządzenia reklamowego na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
    - d) nakazuje się montaż urządzenia reklamowego poniżej górnej krawędzi elewacji;
  - 2) grupa tablic reklamowych i urządzeń reklamowych równoległych do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego wchodzącej w skład grupy równe formatowi średniemu;
    - c) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy dla grupy tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych równe 10% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru;
    - d) nakazuje się montaż grupy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w postaci zwartej kompozycji na elewacji;

e) nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wielkości, geometrii i materiału wykonania dla pojedynczych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wchodzących w skład grupy.

5. Na Obszarze 2 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów wolnostojących, nieprzenośnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących sztyldami:

- 1) słup ogłoszeniowo-reklamowy, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalną całkowitą wysokość słupa równą 4,0 m, maksymalną szerokość boku prostopadłościanu lub średnicę walca równą 1,5 m mierzoną na wysokości części ekspozycyjnej;
  - b) należy zachować co najmniej 50,0 m odległości pomiędzy słupami;
- 2) gablotka ekspozycyjna typu City Light Poster (CLP), według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formacie „euro size”;
  - b) należy zachować co najmniej 30,0 m odległości pomiędzy gablotkami; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablotek stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej;
  - c) dopuszcza się gablotki ekspozycyjne typu CLP zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem gablotek przesłaniających wiaty od strony najazdowej;
  - d) dopuszcza się gablotki ekspozycyjne typu CLP w formie ekranów świetlnych reklamowych;
- 3) gablotka ekspozycyjna, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy formatu małego;
  - b) należy zachować co najmniej 30,0 m odległości pomiędzy gablotkami; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablotek stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej;
- 4) flaga reklamowa zlokalizowana na maszcie, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalne wymiary flagi równe 4,0 m x 2,0 m;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość masztu równą 8,0 m, lecz nie większą niż najwyższy budynek znajdujący się na danej nieruchomości;
  - c) nakazuje się montaż flagi na maszcie w układzie pionowym;
  - d) nakazuje się sytuowanie flagi w minimalnej odległości od granicy frontu terenu równej 1,0 m;
- 5) pylon reklamowy, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalną całkowitą wysokość pylonu równą 7,0 m i maksymalną szerokość równą 2,0 m;
  - b) dopuszcza się możliwość lokalizacji na pylonie tablic reklamowych w formie tablic pełnych lub znaków bez tła stanowiących całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki tła i materiału wykonania;
  - c) pylon należy sytuować bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren lub przy wejściu do budynku;
  - d) nakazuje się sytuowanie pylonu w minimalnej odległości od granicy działki równej 1,0 m;
  - e) należy zachować co najmniej 50,0 m odległości pomiędzy pylonami;
- 6) billboard, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy formatu średniego, maksymalną wysokości billboardu równą 6,0 m oraz minimalną odległość dolnej krawędzi billboardu od poziomu terenu równą 2,5 m;
  - b) nakazuje się ustawienie billboardu z zachowaniem kąta między płaszczyzną ekspozycji a frontem działki, mieszczącym się w przedziale od 60 stopni do 90 stopni;
  - c) nakazuje się sytuowanie billboardu w minimalnej odległości od granicy frontu terenu równej 1,0 m;

- d) dopuszcza się ustawienie billboardu na terenie o minimalnej szerokości frontu równej 50,0 m; przy czym billboard należy lokalizować w odległości co najmniej 25,0 m od skrajnych punktów frontu terenu;
  - e) dopuszcza się ustawienie billboardu na działce narożnej, od strony przestrzeni dostępnej publicznie, bez zachowania odległości określonych w lit. d);
  - f) dopuszcza się możliwość sytuowania zamiennie maksymalnie czterech billboardów o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy równym 3,0 m<sup>2</sup> i wysokości do 3,0 m;
  - g) dopuszcza się możliwość sytuowania billboardów dwustronnych, posiadających pole powierzchni służące ekspozycji reklamy określone w lit. a), z obu stron urządzenia;
- 7) znaki przestrzenne będące nazwą własną, logo lub logotypem podmiotu, inwestora zagospodarowania przestrzeni publicznej lub przestrzeni rekreacyjnej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) dopuszcza się maksymalną wysokość znaków równą 3,0 m;
  - b) znaki należy lokalizować na terenie założenia, które ma charakter powierzchniowy, w sposób wynikający z aranżacji zagospodarowania otoczenia;
- 8) tablica kierunkowa, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) w formie tablicy płaskiej, wykonanej na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału, przy czym:
    - dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 1,0 m<sup>2</sup>;
    - należy zachować pionowy układ tablicy;
  - b) w formie tablicy płaskiej, stanowiącej panel tablicy kierującej kierowców w Systemie Informacji Miejskiej;
  - c) dopuszcza się sytuowanie tablicy wyłącznie dla działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych.
6. Na Obszarze 2 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów wolnostojących, przenośnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:
- 1) stojak reklamowy, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie pojedynczej tablicy pełnej, ustawionej na sztaludze, o całkowitej wysokości do 1,6 m lub w formie potykacza o całkowitej wysokości do 1,2 m, z zastrzeżeniem lit. b);
    - b) dla lokalu w obiekcie zabytkowym nakazuje się ustawienie stojaka reklamowego w formie stylizowanej;
    - c) konstrukcję stojaka należy wykonać z drewna lub metalu;
  - 2) gabłota ekspozycyjna z menu prezentująca ofertę lokalu gastronomicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) dla lokalu w obiekcie zabytkowym nakazuje się ustawienie gabloty w formie stylizowanej;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
    - c) konstrukcję gabloty należy wykonać z drewna lub metalu;
  - 3) tablica reklamowa na elementach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych w szczególności na lambrekinie zadaszenia ogródka, lambrekinie parasola, rollbarze, przęsle ogrodzenia, donicy wolnostojącej, krzesła, stole czy leżaku oraz na lambrekinie markizy lub zadaszenia kramu ulicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła będących nazwą własną, logo lub logotypem;
    - b) dopuszcza się maksymalną wysokość znaków równą 0,15 m;
  - 4) reklama okolicznościowa, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie ekspozytora, stojaka reklamowego, windera, nośnika pneumatycznego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy maksymalnie formatu dużego, ekranu projekcyjnego reklamowego i ekranu świetlnego reklamowego;

- b) tablice reklamowe i urządzenia reklamowe należy ustawiać wyłącznie na terenie organizacji wydarzenia oraz eksponować tylko podczas trwania wydarzenia lecz nie dłużej niż przez 21 dni.

#### Rozdział 4.

§ 10.1. Na budynkach położonych na Obszarze 3 w poziomie parteru dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów szyldów:

- 1) szyld równoległy do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie kasetonu reklamowego, znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych, znaków przestrzennych lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 75% wysokości pasa reklamowego, lecz nie więcej niż 0,9 m;
  - c) na jednym obiekcie, w obrębie pól szyldowych nakazuje się zachowanie jednakowego poziomu montażu i wysokości szyldów;
  - d) nakazuje się montaż szyldu w pionowej osi symetrii witryny, witryn (jeśli lokal posiada więcej niż jedną witrynę), elewacji (jeżeli lokal zajmuje cały parter) lub bramy;
- 2) szyld prostopadły do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy jednej płaszczyzny szyldu równe 0,75 m<sup>2</sup>, maksymalną wysokość szyldu równą 0,75 m; maksymalny wysięg szyldu równy 1,2 m; minimalną odległość dolnej krawędzi szyldu od poziomu terenu równą 2,5 m;
  - c) należy zachować co najmniej 1,0 m odległości od najbliższego szyldu prostopadłego;
  - d) nakazuje się montaż szyldu na elewacji w sąsiedztwie wejścia do lokalu lub przejazdu bramowego w przypadku, gdy lokal nie posiada wejścia dostępnego od strony elewacji frontowej;
- 3) szyld sytuowany w świetle witryny od strony zewnętrznej w przypadku braku pasa reklamowego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni światła okna;
  - c) szyld powinien całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
  - d) geometrię szyldu należy dopasować do podziałów stolarki/ślusarki, przy czym szyld należy lokalizować w nadświetlu lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 4) szyld wyklejany na elementach przeszklonych elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków bez tła;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
  - c) w przypadku braku pasa reklamowego na elewacji budynku dopuszcza się wyklejenie do 80% powierzchni nadświetla lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 5) szyld wizytówkowy na licu elewacji budynku, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie tablicy pełnej, o grubości do 30 mm włącznie;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;

- c) na jednym obiekcie nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wymiarów, kolorystyki i materiału wykonania szyldów;
  - d) wielkość pojedynczego szyldu oraz układ zestawu szyldów na elewacji, należy dostosować do podziałów elewacji;
  - e) nakazuje się montaż szyldu w pobliżu wejścia do budynku lub przejazdu bramowego.
2. Na obiektach położonych na Obszarze 3 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów szyldów:
- 1) szyld na ogrodzeniu, lokalizowany w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność o więcej niż 10,0 m od frontu nieruchomości, rozumianej jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych lub znaków przestrzennych;
    - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 0,5 m;
    - c) nakazuje się montaż szyldu wyłącznie na ogrodzeniu pełnym, murowanym, w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości lub w pionowej osi symetrii murowanego fragmentu ogrodzenia;
  - 2) szyld na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności;
    - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 0,15 m;
  - 3) szyld na kramach ulicznych, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła lub znaków przestrzennych;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
  - 4) szyld na urządzeniach samoobsługowych w przestrzeni miejskiej, wolnostojących lub zintegrowanych z budynkiem, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) równoległy w formie kasetonu reklamowego, tablicy pełnej, znaków bez tła lub znaków przestrzennych, zamontowany w pionowej osi symetrii urządzenia samoobsługowego;
    - b) prostopadły w formie kasetonu reklamowego przy czym:
      - dopuszcza się minimalną odległość dolnej krawędzi szyldu od poziomu terenu równą 2,5 m;
      - w przypadku urządzenia zintegrowanego z budynkiem należy zachować co najmniej 1,0 m odległości od najbliższego szyldu prostopadłego;
      - w przypadku urządzenia zintegrowanego z budynkiem nakazuje się montaż szyldu na elewacji w sąsiedztwie urządzenia samoobsługowego;
      - dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu wizytówkowego;
  - 5) szyld na konstrukcji ogródka gastronomicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła lub znaków przestrzennych;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
  - 6) szyld na wiacie, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie tablicy pełnej, znaków bez tła, znaków przestrzennych oraz kasetonu reklamowego;

- b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego dla wiat o powierzchni zabudowy do 50 m<sup>2</sup> oraz nie większe od formatu małego dla wiat o powierzchni zabudowy od 50 m<sup>2</sup> włącznie;
- c) dopuszcza się montaż szyldu na każdym boku wiaty z zastrzeżeniem lit. d);
- d) nakazuje się montaż szyldu w obrębie attyki zadaszania.

3. Na budynkach użyteczności publicznej, położonych na Obszarze 3 stosuje się zasady określone w § 10 ust. 1 oraz dodatkowo dopuszcza się sytuowanie poza poziomem parteru następujących rodzajów szyldów:

- 1) szyld główny równoległy do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków przestrzennych lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą:
    - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6,0 m;
    - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6,0 m i mniejszej niż 12,0 m;
    - 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 3,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 12,0 m i mniejszej niż 25,0 m;
    - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 25,0 m;
  - c) dopuszcza się montaż szyldu poniżej lub powyżej górnej krawędzi elewacji; w maksymalnej odległości równej 0,5 wysokości znaków;
  - d) wielkość, geometrię i lokalizację szyldu na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
  - e) nakazuje się zachowanie wspólnego poziomu montażu szyldu w obrębie wszystkich elewacji budynku;
- 2) szyld główny prostopadły do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków przestrzennych lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalny wysięg szyldu równy 1,5 m; minimalną odległość dolnej krawędzi szyldu od poziomu terenu równą 2,5 m;
  - c) wielkość, geometrię i lokalizację szyldu na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
  - d) nakazuje się montaż szyldu poniżej górnej krawędzi elewacji;
- 3) grupa szyldów równoległych do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczego szyldu wchodzącego w skład grupy równe formatowi średniemu;
  - c) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy dla kompozycji grupy szyldów równe 10% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru;
  - d) nakazuje się montaż grupy szyldów w postaci zwartej kompozycji;
  - e) nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wielkości, geometrii, materiału wykonania dla pojedynczych szyldów wchodzących w skład kompozycji grupy;
  - f) w grupie szyldów możliwe jest sytuowanie jednego szyldu na każdy podmiot gospodarczy prowadzący działalność w obrębie nieruchomości.
- 4. Na Obszarze 3 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów szyldów wolnostojących:



- 1) pylon reklamowy lokalizowany w przypadku braku budynku frontowego lub oddalenia budynku lub wejścia do budynku, w którym prowadzona jest działalność o więcej niż 10,0 m od frontu nieruchomości, rozumianej jako linia zabudowy pierzei ulicy lub linia rozgraniczająca pas drogowy i granicę działki, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalną wysokość pylonu równą 7,0 m i maksymalną szerokość równą 2,0 m;
  - b) dopuszcza się możliwość lokalizacji na pylonie tablic reklamowych w formie tablic pełnych lub znaków bez tła stanowiących całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki tła i materiału wykonania;
  - c) nakazuje się sytuowanie pylonu w minimalnej odległości od granicy działki równej 1,0 m;
  - d) dopuszcza się lokalizację maksymalnie jednego pylonu na nieruchomości lub na każdy budynek użyteczności publicznej z zastrzeżeniem, że w przypadku gdy jeden pylon nie zapewnia możliwości umieszczenia szyldu każdej z działalności prowadzonych w budynku lub na nieruchomości, dopuszcza się umieszczenie symetrycznie względem wejścia lub wjazdu na teren nieruchomości drugiego pylonu o analogicznej formie, wymiarach, kolorystyce i materiałach wykonania;
- 2) szyld na elementach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych w szczególności na lambrekinie zadaszenia ogródka, lambrekinie parasola, rollbarze, przęsła ogrodzenia, donicy wolnostojącej, krzesła, stole czy leżaku oraz na lambrekinie markizy lub zadaszenia kramu ulicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła będących nazwą własną, logo lub logotypem prowadzonej działalności;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość szyldu równą 0,15 m.

**§ 11.1.** Na budynkach położonych na Obszarze 3 w poziomie parteru dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe sytuowane w świetle witryny od strony zewnętrznej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych, kasetonu reklamowego lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni światła okna;
  - c) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe powinno całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
  - d) geometrię tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego należy dopasować do podziałów stolarki/ślusarki, przy czym tablicę lub urządzenie należy lokalizować w nadświetlu lub górnej części witryny, oddzielonej szczebliną lub ślemieniem od części dolnej;
- 2) tablica reklamowa sytuowana w świetle witryny od strony wewnętrznej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie tablicy pełnej;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 40% powierzchni światła okna;
  - c) tablica reklamowa powinna całkowicie zawierać się w granicach ościeża otworu;
  - d) nakazuje się wycofanie tablicy reklamowej o nie mniej niż 0,2 m w stosunku do powierzchni szklenia;
- 3) wyklejenie na elementach przeszklonych elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków bez tła;
  - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 30% powierzchni pojedynczej witryny, okna lub drzwi;
- 4) gabłota ekspozycyjna elewacyjna prezentująca ofertę gastronomiczną, według wskazanych poniżej warunków i zasad:

- a) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe formatowi drobnemu;
  - b) dopuszcza się maksymalną odległość montażu gabloty od wejścia do lokalu lub budynku równą 1,0 m;
  - c) dopuszcza się sytuowanie większej ilości gablot o ujednocionej formie zewnętrznej, symetrycznie względem danego wejścia;
- 5) gabloty ekspozycyjne elewacyjne na budynkach użyteczności publicznej, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formacie „euro size”;
  - b) dopuszcza się montaż gabloty bezpośrednio na budynku bądź w odległości nie większej niż 0,2 m od ściany tego budynku;
  - c) dopuszcza się lokalizację układu kilku gablot o ujednocionej formie zewnętrznej.

2. Na obiektach położonych na Obszarze 3 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) tablica reklamowa pełna sytuowana na elewacji kiosku ulicznego, o maksymalnym polu powierzchni służącym ekspozycji reklamy równym 30% powierzchni elewacji na której tablica jest umieszczona;
- 2) tablica reklamowa na lambrekinach markiz zainstalowanych na elewacji budynku, nad witrynami, oknami lub wejściem do lokalu, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie monochromatycznych znaków bez tła, będących nazwą własną, logo lub logotypem;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość znaków równą 0,15 m.

3. Na budynkach położonych na Obszarze 3 dopuszcza się sytuowanie poza poziomem parteru następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe główne, równoległe do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) w formie znaków bez tła, znaków przestrzennych podświetlonych lub neonu reklamowego;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość urządzenia reklamowego równą:
    - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,0 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6,0 m;
    - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,5 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 6,0 m i mniejszej niż 12,0 m;
    - 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 3,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 12,0 m i mniejszej niż 25,0 m;
    - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 25,0 m;
  - c) dopuszcza się montaż tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego poniżej lub powyżej górnej krawędzi elewacji, w maksymalnej odległości równej 0,5 wysokości znaków;
  - d) wielkość, geometrię i lokalizację tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
  - e) nakazuje się zachowanie wspólnego poziomu montażu tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w obrębie wszystkich elewacji budynku;
- 2) reklamowa siatka ochronna o maksymalnej wielkości pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy równej 30 % powierzchni ogólnej siatki;
- 3) flaga reklamowa zlokalizowana na elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się minimalną odległość dolnej krawędzi flagi od poziomu terenu równą 2,5 m; maksymalną odległość od elewacji do krańca flagi równą 0,8 m dla elewacji o wysokości mniejszej niż 8,0 m oraz 1,0 m dla elewacji o wysokości większej lub równej 8,0 m;

- b) nakazuje się sytuowanie flagi wzdłuż wysokości całej elewacji, prostopadle do jej lica, w sposób zgodny z podziałami architektonicznymi oraz odległościami określonymi w lit. a); przy czym górna krawędź flagi musi znajdować się poniżej dolnej krawędzi belkowania wieńczącego, gzymsu lub attyki;
  - c) nakazuje się mocowanie flagi do konstrukcji kotwionej w elewacji;
  - d) nakazuje się sytuowanie flagi na elewacji w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do budynku;
  - e) nakazuje się lokalizację flag parzyście oraz symetrycznie względem wejścia do budynku;
- 4) billboard zlokalizowany na elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy formatu dużego;
  - b) wyznacza się strefy lokalizacji billboardu:
    - powyżej pierwszej kondygnacji i poniżej ostatniej kondygnacji dla budynków o wysokości większej niż 12,0 m i mniejszej lub równej 25,0 m;
    - powyżej drugiej kondygnacji i poniżej ostatniej kondygnacji dla budynków o wysokości większej niż 25,0 m;
  - c) dopuszcza się sytuowanie billboardu wyłącznie na budynkach o wysokości powyżej 12,0 m;
  - d) dopuszcza się sytuowanie billboardu wyłącznie na elewacjach szczytowych pozbawionych otworów okiennych i drzwiowych;
  - e) miejsce lokalizacji billboardu należy dopasować do podziałów budynku na kondygnacje;
  - f) na elewacji dopuszcza się lokalizację grupy billboardów w postaci zwartej kompozycji; nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wielkości, geometrii, materiału wykonania dla pojedynczych billboardów wchodzących w skład grupy.
4. Na budynkach użyteczności publicznej, położonych na Obszarze 3 stosuje się zasady określone w § 11 ust. 1 i 3 oraz dodatkowo dopuszcza się sytuowanie poza poziomem parteru jednego spośród następujących rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:
- 1) urządzenie reklamowe główne, prostopadłe do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie znaków przestrzennych podświetlonych lub neonu reklamowego;
    - b) dopuszcza się maksymalny wysięg urządzenia reklamowego równy 1,5 m; minimalną odległość dolnej krawędzi urządzenia reklamowego od poziomu terenu równą 2,5 m;
    - c) wielkość, geometrię i lokalizację urządzenia reklamowego na elewacji należy dopasować do podziałów architektonicznych elewacji;
    - d) nakazuje się montaż urządzenia reklamowego poniżej górnej krawędzi elewacji;
  - 2) grupa tablic reklamowych i urządzeń reklamowych równoległych do lica elewacji, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - a) w formie znaków bez tła mocowanych przy pomocy śrub dystansowych, znaków przestrzennych lub kasetonów reklamowych;
    - b) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy pojedynczej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego wchodzącej w skład grupy równe formatowi średniemu;
    - c) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy dla grupy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych równe 10% powierzchni elewacji powyżej poziomu parteru;
    - d) nakazuje się montaż grupy w postaci zwartej kompozycji;
    - e) nakazuje się zachowanie jednakowej formy, wielkości, geometrii, materiału wykonania dla pojedynczych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wchodzących w skład grupy.
5. Na Obszarze 3 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów wolnostojących, nieprzenośnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) słup ogłoszeniowo-reklamowy, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalną całkowitą wysokość słupa równą 4,0 m, maksymalną szerokość boku prostopadłościanu lub średnicę walca równą 1,5 m mierzoną na wysokości części ekspozycyjnej;
  - b) należy zachować co najmniej 50,0 m odległości pomiędzy słupami;
- 2) gablota ekspozycyjna typu City Light Poster (CLP), według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy w formacie „euro size”;
  - b) należy zachować co najmniej 30,0 m odległości pomiędzy gablotalami; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablotal stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej;
  - c) dopuszcza się gablotaly ekspozycyjne typu CLP zintegrowane z wiatą przystankową, z wykluczeniem gablotal przesłaniających wiaty od strony najazdowej;
  - d) dopuszcza się gablotaly ekspozycyjne typu CLP w formie ekranów świetlnych reklamowych;
- 3) gablota ekspozycyjna, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy formatu małego;
  - b) należy zachować co najmniej 30,0 m odległości pomiędzy gablotalami; dopuszcza się zmniejszenie odległości, w sytuacji gdy kilka gablotal stanowi spójnie zaprojektowaną grupę, przewidzianą w obrębie danej przestrzeni miejskiej;
- 4) flaga reklamowa zlokalizowana na maszcie, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalny wymiar flagi równy 6,0 x 2,0 m;
  - b) dopuszcza się maksymalną wysokość masztu równą 12,0 m;
  - c) nakazuje się montaż flagi na maszcie w układzie pionowym;
  - d) nakazuje się sytuowanie flagi w minimalnej odległości od granicy frontu terenu równej 5,0 m;
- 5) pylon reklamowy, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się maksymalną całkowitą wysokość pylonu równą 7,0 m i maksymalną szerokość równą 2,0 m;
  - b) dopuszcza się możliwość lokalizacji na pylonie tablic reklamowych w formie tablic pełnych lub znaków bez tła stanowiących całościową kompozycję pod względem formy, wymiarów, kolorystyki tła i materiału wykonania;
  - c) pylon należy sytuować bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren lub przy wejściu do budynku;
  - d) nakazuje się sytuowanie pylonu w minimalnej odległości od granicy działki równej 3,0 m;
  - e) należy zachować co najmniej 50,0 m odległości pomiędzy pylonami;
- 6) billboard, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
  - a) dopuszcza się pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy formatu dużego, maksymalną wysokośći billboardu równą 8,0 m oraz minimalną odległość dolnej krawędzi billboardu od poziomu terenu równą 2,5 m;
  - b) nakazuje się ustawienie billboardu z zachowaniem kąta między płaszczyzną ekspozycji a frontem działki, mieszczącym się w przedziale od 60 stopni do 90 stopni;
  - c) nakazuje się sytuowanie billboardu w minimalnej odległości od granicy frontu terenu równej 1,0 m;
  - d) dopuszcza się ustawienie billboardu na terenie o minimalnej szerokości frontu równej 70,0 m; przy czym billboard należy lokalizować w odległości co najmniej 35,0 m od skrajnych punktów frontu terenu;
  - e) dopuszcza się ustawienie billboardu na działce narożnej, od strony przestrzeni dostępnej publicznie, bez zachowania odległości określonych w lit. d);

- f) dopuszcza się możliwość sytuowania zamiennie maksymalnie czterech billboardów o polu powierzchni służącej ekspozycji reklamy równym 4,5 m<sup>2</sup> i wysokości do 4,0 m;
- g) dopuszcza się możliwość sytuowania billboardów dwustronnych, posiadających pole powierzchni służące ekspozycji reklamy określone w lit. a), z obu stron urządzenia;
- 7) totem reklamowy, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy formatu średniego;
  - dopuszcza się maksymalną wysokość totemu równą 25,0 m;
  - należy zachować co najmniej 5,0 m odległości od granicy działki;
  - należy zachować co najmniej 100,0 m odległości pomiędzy totemami;
- 8) tablica kierunkowa, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
- w formie tablicy płaskiej, wykonanej na podkładzie ze sztywnego i trwałego materiału, przy czym:
    - dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy równe 1,0 m<sup>2</sup>;
    - należy zachować pionowy układ tablicy;
  - w formie tablicy płaskiej, stanowiącej panel tablicy kierującej kierowców w Systemie Informacji Miejskiej;
  - dopuszcza się sytuowanie tablicy wyłącznie dla działalności gospodarczej oddalonej od głównych ciągów komunikacyjnych.
6. Na Obszarze 3 dopuszcza się sytuowanie następujących rodzajów wolnostojących, przenośnych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących sztyldami:
- stojak reklamowy, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - w formie pojedynczej tablicy pełnej, ustawionej na sztaludze, o całkowitej wysokości do 1,6 m lub w formie potykacza o całkowitej wysokości do 1,2 m;
    - konstrukcję stojaka należy wykonać z drewna lub metalu;
  - gabłota ekspozycyjna z menu prezentująca ofertę lokalu gastronomicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - dopuszcza się maksymalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy nie większe od formatu drobnego;
    - konstrukcję gabłoty należy wykonać z drewna lub metalu;
  - tablica reklamowa na elementach wyposażenia sezonowych ogródków gastronomicznych w szczególności na lambrekinie zadaszenia ogródka, lambrekinie parasola, rollbarze, przęsła ogrodzenia, donicy wolnostojącej, krzesła, stole czy leżaku oraz na lambrekinie markizy lub zadaszenia kramu ulicznego, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - w formie monochromatycznych znaków bez tła będących nazwą własną, logo lub logotypem;
    - dopuszcza się maksymalną wysokość znaków równą 0,15 m;
  - reklama okolicznościowa, według wskazanych poniżej warunków i zasad:
    - w formie ekspozytora, stojaka reklamowego, windera, nośnika pneumatycznego o powierzchni służącej ekspozycji reklamy maksymalnie formatu dużego, ekranu projekcyjnego reklamowego i ekranu świetlnego reklamowego;
    - tablice reklamowe i urządzenia reklamowe należy ustawiać wyłącznie na terenie organizacji wydarzenia oraz eksponować tylko podczas trwania wydarzenia lecz nie dłużej niż przez 21 dni.

### **DZIAŁ III. OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY**

#### **Rozdział 5.**

**§ 12.** Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, które obowiązują na terenie całej gminy, o ile przepisy szczegółowe uchwały nie stanowią inaczej:

1) nakazuje się:

- a) sytuowanie obiektów małej architektury w sposób nieutrudniający ruchu pieszego i rowerowego poprzez zachowanie minimalnych szerokości chodnika oraz drogi rowerowej określonych w przepisach odrębnych;
- b) sytuowanie obiektów małej architektury w sposób umożliwiający zatrzymanie przy nich wózka inwalidzkiego oraz wózka dziecięcego, z zachowaniem minimalnych szerokości chodnika oraz drogi rowerowej określonych w przepisach odrębnych;
- c) zachowanie jednakowych materiałów wykonania i kolorystyki oraz spójnej stylowo formy poszczególnych elementów małej architektury dla zagospodarowania terenu w szczególności w obrębie nieruchomości, placu, ulicy lub innej przestrzeni dostępnej publicznie postrzeganej jako czytelnie wyodrębniona całość;
- d) zachowanie naturalnych kolorów materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych, niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słojów;
- e) zastosowanie dla widocznych, malowanych części metalowych, powtarzalnych elementów małej architektury kolorów achromatycznych; zapis nie dotyczy obiektów służących codziennej rekreacji, stanowiących wyposażenie placów zabaw i siłowni;

2) zakazuje się sytuowania obiektów przedstawiających postacie fikcyjne, zwierzęta, ludzi lub imitujących przedmioty codziennego użytku oraz artykuły spożywcze, w szczególności modeli: lodów, gofrów, pojemników z napojami, pojazdów, z wyłączeniem rzeźby artystycznej i pomników oraz z zastrzeżeniem pkt 3;

3) dopuszcza się:

- a) rozwiązania indywidualne dla elementów małej architektury, niestanowiących wyposażenia powtarzalnego, jak obiekty kultu religijnego, elementy architektury ogrodowej, instalacje artystyczne oraz dla elementów małej architektury zlokalizowanych na terenach służących codziennej rekreacji, w szczególności na: placach zabaw, siłowniach, skwerach, parkach, placach miejskich i ciągach pieszych, których nie dotyczą zapisy zawarte w pkt 1 lit. c – e oraz w pkt 2;
- b) stylizowanie form, na obszarze podlegającym ochronie konserwatorskiej oraz na obszarach w jego bezpośrednim sąsiedztwie lub na których sytuowany jest obiekt podlegający ochronie konserwatorskiej.

#### **Rozdział 6.**

**§ 13.** Dla obiektów małej architektury usytuowanych na Obszarze 1 stanowiących elementy wyposażenia powtarzalnego nakazuje się zastosowanie następujących materiałów trwałych:

- 1) kamień naturalny,
- 2) beton polimerowy gładki lub beton z kruszywem kamiennym płukany o frakcji 2-5 mm,
- 3) drewno o twardości minimalnej 50 MPa i zwartym usłojeniu,
- 4) szkło klejone lub hartowane,
- 5) dla widocznych części metalowych stal nierdzewna, malowana proszkowo farbami drobnostrukturalnymi o nawierzchni matowej, stal kortenowska, blacha tytanowa, żeliwo malowane, aluminium anodowane lub malowane.

## Rozdział 7.

§ 14. Dla obiektów małej architektury usytuowanych na Obszarze 2 i Obszarze 3 stanowiących elementy wyposażenia powtarzalnego nakazuje się zastosowanie następujących materiałów trwałych:

- 1) kamień naturalny,
- 2) beton polimerowy gładki lub beton z kruszywem kamiennym płukany o frakcji 2-5 mm,
- 3) drewno o twardości minimalnej 40 MPa i zwartym usłojeniu,
- 4) szkło klejone lub hartowane,
- 5) dla widocznych części metalowych stal nierdzewna, malowana proszkowo farbami drobnostrukturalnymi o powierzchni matowej, stal kortenowska, żeliwo malowane, aluminium anodowane lub malowane.

## DZIAŁ IV. OGRODZENIA

### Rozdział 8.

§ 15. Ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, które obowiązują na terenie całej gminy, o ile przepisy szczegółowe uchwały nie stanowią inaczej:

- 1) nakazuje się sytuowanie ogrodzeń wyłącznie w liniach rozgraniczających tereny lub w granicach działek ewidencyjnych i budowlanych, z wyłączeniem:
    - a) ogrodzeń tymczasowych;
    - b) ogrodzeń ogródków przybłokowych;
    - c) ogrodzeń ogródków, do których prawo własności lub użytkowania mają właściciele lokali mieszkalnych mieszczących się na parterze budynków wielorodzinnych;
    - d) ogrodzeń rodzinnych ogródków działkowych;
    - e) ogrodzeń placów zabaw dla dzieci;
    - f) obiektów sportowych;
    - g) sytuacji, w których wymagane bądź wskazane jest wycofanie ogrodzenia w głąb terenuz uwagi na konieczności ominięcia drzew i innych przeszkód naturalnych lub urządzeń infrastruktury technicznej oraz konieczność zapewnienia odpowiedniej widoczności, w celu prawidłowego i bezpiecznego funkcjonowania komunikacji pieszej i kołowej;
  - h) w miejscach sytuowania wjazdów i wejść na posesję;
- 2) zakazuje się sytuowania ogrodzeń:
    - a) zabudowy wielorodzinnej, przy czym zakaz nie dotyczy:
      - obiektów zabytkowych, jeżeli wynika to z wytycznych konserwatorskich;
      - obiektów zlokalizowanych na Obszarze 1;
      - ogródków przybłokowych;
      - ogródków, do których prawo własności lub użytkowania mają właściciele lokali mieszkalnych mieszczących się na parterze budynków wielorodzinnych;
      - przybłokowych placów zabaw dla dzieci i obiektów sportowych;
    - b) na otwartych terenach zieleni, w szczególności na terenach lasów, dolin rzecznych oraz obszarów cennych przyrodniczo i krajobrazowo, chronionych na podstawie przepisów odrębnych, z wyłączeniem parków;

- c) z obciążeniem lub elementami stabilizującymi konstrukcję ustawionymi na poziomie terenu, z wyłączeniem ogrodzeń tymczasowych;
  - d) ciągów komunikacji pieszej, które stanowią powiązania pomiędzy przestrzeniami dostępnymi publicznie, w tym wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego;
- 3) nakazuje się zastosowanie ogrodzeń w naturalnej kolorystyce materiałów, z których zostały skonstruowane, w szczególności takich jak cegła, kamień, klinkier, drewno, przy czym dopuszcza się:
- a) zastosowania do drewna lazur ochronnych, niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słojów;
  - b) zastosowanie tynków w jasnych kolorach, z zachowaniem monochromatyczności barwy;
  - c) dla elementów metalowych malowanie w odcieniach achromatycznych;
- 4) nakazuje się w przypadku ogrodzeń tymczasowych, stanowiących wyгородzenie placu budowy utrzymanie jednakowego materiału wykonania i kolorystyki;
- 5) zakazuje się od strony przestrzeni dostępnych publicznie lokalizacji ogrodzeń wykonanych z następujących materiałów:
- a) prefabrykowanych paneli betonowych i żelbetowych;
  - b) blach fałdowych, w tym falistych i trapezowych;
  - c) płyt z tworzyw sztucznych, w tym poliwęglanu;
  - d) posiadających elementy odblaskowe;
- 6) zakazuje się lokalizacji ogrodzeń pełnych i o stopniu ażurowości mniejszym niż 35% od strony przestrzeni dostępnej publicznie, za wyjątkiem:
- a) terenów cmentarzy;
  - b) ogrodzeń zabytkowych, w tym również powstałych w wyniku rekonstrukcji;
  - c) ogrodzeń stanowiących uzupełnienie przerw w zabudowie tworzącej pierzeję ulic;
  - d) murowanych fragmentów ogrodzeń w zabudowie jednorodzinnej o łącznym przebiegu stanowiącym 30% długości odcinka ogrodzenia.

## **Rozdział 9.**

### **§ 16.** W odniesieniu do ogrodzeń na Obszarze 1:

- 1) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń w linii pierzei ulic oraz w historycznych granicach działek;
- 2) ustala się maksymalną wysokość ogrodzenia:
  - a) do 1,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 35% oraz do 1,8 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50%, z uwzględnieniem lit. b – g;
  - b) dla obiektów nauki, oświaty, zdrowia i pomocy społecznej do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - c) dla ogródków jordanowskich, zieleńców, parków do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 1,8 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - d) dla ogródków przyblokowych do 0,9 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - e) dla przyblokowych placów zabaw dla dzieci do 1,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - f) dla cmentarzy do 1,8 m przy stopniu ażurowości mniejszym niż 35% oraz do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 35%;
  - g) nie ustala się maksymalnej wysokości ogrodzeń zabytkowych;
- 3) dopuszcza się lokalizację ogrodzeń pełnych, murowanych w przypadku zachowania bądź odtworzenia istniejących ogrodzeń zabytkowych oraz jako uzupełnienie przerw w zabudowie tworzącej pierzeję ulic;



- 4) od strony przestrzeni dostępnych publicznie nakazuje się zastosowanie ogrodzeń o wysokich standardach jakościowych przez co rozumie się ogrodzenia:
- a) wykonane z zastosowaniem materiałów trwałych i odpornych na uszkodzenia i zniszczenia powstałe na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych;
  - b) o konstrukcji odpornej na uszkodzenia i zniszczenia powstałe na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych;
  - c) powstałe bez zastosowania:
    - prętów zbrojeniowych żebrowanych,
    - elementów drewnianych o grubości mniejszej niż 3 cm, za wyjątkiem ogrodzeń ogródków przybłokowych,
    - siatek drucianych, plecionych lub zgrzewanych, za wyjątkiem ogrodzeń obiektów sportowych oraz ogrodzeń tymczasowych.

## **Rozdział 10.**

### **§ 17. W odniesieniu do ogrodzeń na Obszarze 2:**

- 1) ustala się maksymalną wysokość ogrodzenia:
- a) do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 1,8 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%, z zastrzeżeniem lit. b – i;
  - b) dla obiektów nauki, oświaty, zdrowia i pomocy społecznej do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - c) dla ogródków jordanowskich, zieleńców, parków do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 1,8 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - d) dla ogródków przybłokowych do 0,9 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - e) dla przybłokowych placów zabaw dla dzieci do 1,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - f) dla ogródków, do których prawo własności lub użytkowania mają właściciele lokali mieszczących się na parterze budynków wielorodzinnych, do 1,8 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - g) dla cmentarzy do 1,8 m przy stopniu ażurowości mniejszym niż 35% oraz do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 35%;
  - h) dla obiektów biurowych, wystawienniczo-handlowych, bazarów i targowisk do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - i) dla obiektów sportowych do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65% oraz do 3,0 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 75%;
- 2) od strony przestrzeni dostępnych publicznie nakazuje się zastosowanie ogrodzeń:
- a) wykonanych z zastosowaniem materiałów trwałych i odpornych na uszkodzenia i zniszczenia powstałe na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych;
  - b) o konstrukcji odpornej na uszkodzenia i zniszczenia powstałe na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych.

## **Rozdział 11.**

### **§ 18. W odniesieniu do ogrodzeń na Obszarze 3:**

- 1) ustala się maksymalną wysokość ogrodzenia:

- a) do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 1,8 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%, z zastrzeżeniem lit. b – k;
  - b) dla obiektów nauki, oświaty, zdrowia i pomocy społecznej do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - c) dla ogródków jordanowskich, zieleńców, parków do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 1,8 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - d) dla ogródków przybłokowych do 0,9 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - e) dla przybłokowych placów zabaw dla dzieci do 1,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - f) dla ogródków, do których prawo własności lub użytkowania mają właściciele lokali mieszczących się na parterze budynków wielorodzinnych, do 1,8 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - g) dla cmentarzy do 1,8 m przy stopniu ażurowości mniejszym niż 35% oraz do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 35%;
  - h) dla rodzinnych ogródków działkowych do 1,5 m, przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - i) dla obiektów biurowych, wystawienniczo-handlowych, bazarów i targowisk do 1,5 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% oraz do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65%;
  - j) dla obiektów sportowych do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 65% oraz do 3,0 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 75%;
  - k) dla obiektów technicznych, produkcyjnych, składowych i magazynowych do 2,2 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 35% oraz do 3,0 m przy stopniu ażurowości równym lub większym niż 50%;
- 2) od strony przestrzeni dostępnych publicznie nakazuje się zastosowanie ogrodzeń:
- a) wykonanych z zastosowaniem materiałów trwałych i odpornych na uszkodzenia i zniszczenia powstałe na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych;
  - b) o konstrukcji odpornej na uszkodzenia i zniszczenia powstałe na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych.

## **DZIAŁ V. PRZEPISY PRZEJŚCIOWE I DOSTOSOWUJĄCE**

**§ 19. 1.** Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały ustala się termin dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale na 24 miesiące od dnia wejścia w życie uchwały.

2. Podmiot, który przed dniem wejścia w życie uchwały umieścił tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe niezgodne z zakazami, zasadami i warunkami określonymi w uchwale, ma obowiązek przed upływem terminu wskazanego w ust. 1 do usunięcia istniejących niezgodności.

3. Usunięcie niezgodności, o których mowa w ust. 2 może nastąpić wyłącznie w oparciu o obowiązujące, właściwe przepisy prawa.

4. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, których z uwagi na istniejący stan faktyczny lub prawny, nie można dostosować do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale, należy rozebrać, zdemontować lub usunąć przed upływem terminu wskazanego w ust. 1.

5. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały przyjmuje się 10% tolerancję w zakresie gabarytów wprowadzonych zapisami uchwały.

6. Dla billboardów istniejących w dniu wejścia w życie uchwały, na których montaż zostało udzielone pozwolenie na budowę lub przyjęte bez sprzeciwu zgłoszenie przez organ administracji architektoniczno-budowlanej, dopuszcza się możliwość zmniejszenia szerokości frontu terenu na którym dopuszcza się montaż billboardu do 20,0 m; przy czym billboard należy lokalizować w odległości co najmniej 10,0 m od skrajnych punktów frontu terenu.

7. W przypadku niespełnienia wyłącznie zasad i warunków określających minimalne odległości pomiędzy tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi tego samego typu rozbiórce, zdemontowaniu lub usunięciu nie podlega tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o najmniejszej sumie wymiarów (wysokość, szerokość, głębokość).

**§ 20.** Wszystkie rodzaje ogrodzeń istniejących na terenie gminy w dniu wejścia w życie uchwały zwalnia się z obowiązku dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale.

**§ 21.** Wszystkie rodzaje obiektów małej architektury, które istnieją w dniu wejścia w życie uchwały nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale.

#### **DZIAŁ VI. PRZEPISY KOŃCOWE**

**§ 22. 1.** Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Płocka.

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

Przewodniczący Rady Miasta Płocka

**Artur Jaroszewski**

