DZIENNIK URZĘDOWY
WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

Warszawa, dnia 30 stycznia 2020 r.

Poz. 1373

Elektronicznie podpisany przez:
Sławomir Parys
Data: 2020-01-30 10:13:41

UCHWAŁA NR XXV/697/2020
RADY MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

z dnia 16 stycznia 2020 r.

w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń

Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2018 r. poz. 1945 oraz Dz. U. z 2019 r. poz. 60, 235, 730, 1009, 1524, 1696, 1716 i 1815) uchwala się, co następuje

DZIAŁ I.
PRZEPISY OGÓLNE

§ 1. 1. Ustala się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

2. Podział Miasta Stołecznego Warszawy w jego granicach administracyjnych na obszary „A", „B" i „C", dla których uchwała przewiduje odmienne zasady i warunki, o których mowa w ustępie poprzedzającym, określa załącznik nr 1 oraz załączniki graficzne nr 1 i nr 2.

3. Wzory słupów ogłoszeniowo-reklamowych określa załącznik nr 2.

4. Informacje o rozpatrzeniu nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Stołecznego Warszawy uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu uchwały zawiera załącznik nr 3.

5. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych określa załącznik graficzny nr 1 sporządzony w skali 1:35 000.

6. Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury oraz ogrodzeń określa załącznik graficzny nr 2 sporządzony w skali 1:35 000.

§ 2. Ilekroć w dalszych przepisach uchwały jest mowa o:

1) dekoracji architektonicznej – należy przez to rozumieć każdy dekoracyjny element elewacji lub murowanych elementów ogrodzenia niebędący witryną ani spoiwem elementów konstrukcyjnych elewacji, w szczególności: ornament, gzyms, profil, uskok, pilaster, kolumnę, półkolumnę, rzeźbę i płaskorzeźbę, boniowanie, miejsce zmiany materiału wykończeniowego, lizenę, obramienie okienne, mozaikę, sgraffito, płycinę, blendę;

2) długotrwałej odporności na proces starzenia – należy przez to rozumieć cechy fizyczne materiału budowlanego, dzięki którym wymaga on kompleksowych zabiegów konserwacyjnych, zapobiegających zmianom obniżającym jego cechy użytkowe oraz estetykę, powtarzanych w okresach nie krótszych niż 10 lat;

3) elementach wyposażenia powtarzalnego – należy przez to rozumieć ławki, kosze na śmieci, donice na roślinność, słupki blokujące oraz ogrodzenia segmentowe stanowiące urządzenie bezpieczeństwa ruchu drogowego;

4) elewacji – należy przez to rozumieć zewnętrzną ścianę budynku lub budowli wraz z otworami, np. okiennymi bądź drzwiowymi; jej górną krawędzią są najwyżej położone elementy ściany, w tym przesłaniające bądź przewyższające dach, zaś jej wysokość należy rozumieć jako mierzoną w osi pionowej odległość między jej punktem styku z poziomem gruntu a jej górną krawędzią, przy czym może być ona odmienna dla różnych fragmentów elewacji;

5) elewacji reklamowej – należy przez to rozumieć elewacje spełniające łącznie następujące warunki:

a) braku dekoracji architektonicznej za wyjątkiem uskoków i prostych gzymsów w formie listew,

b) braku otworów okiennych i drzwiowych lub ich łącznej powierzchni nieprzekraczającej 7% powierzchni elewacji,

c) przynależności do budynku, którego inna elewacja znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym,

d) lokalizacji poza wskazanymi w § 5 załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli,

e) lokalizacji powierzchni, na których sytuuje się tablicę reklamową bądź urządzenie reklamowe, bezpośrednio przy granicy działki;

6) formie ażurowej – należy przez to rozumieć taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której składają się one z pozbawionych tła elementów, takich jak napis, symbol lub kompozycja graficzna, nie mają cech siatki ani tkaniny i nie są płaszczyzną perforowaną, a powierzchnia tych elementów, mierzona w rzucie pionowym, nie przekracza 60% powierzchni prostokąta opisanego na najbardziej oddalonych punktach tych elementów; powierzchnię takiego prostokąta przyjmuje się za powierzchnię ekspozycyjną tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;

7) formie wolnostojącej – należy przez to rozumieć taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której posiadają one własną konstrukcję nośną, posadowioną w gruncie bądź na gruncie lub terenie utwardzonym;

8) gablocie – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci co najmniej częściowo przeziernej szafki, wewnątrz której umieszczona jest powierzchnia ekspozycyjna;

9) gablocie gastronomicznej – należy przez to rozumieć gablotę o maksymalnej wysokości 75 cm, maksymalnej szerokości 75 cm i maksymalnej głębokości 5 cm, służącą do prezentacji oferty gastronomicznej;

10) głębokości – należy przez to rozumieć wymiar tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, mierzony prostopadle do płaszczyzny elewacji lub ogrodzenia, na których są one sytuowane, bądź prostopadle do najszerszej płaszczyzny ekspozycyjnej w przypadku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej;

11) muralu – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci powłoki malarskiej, wykonanej na elewacji budynku lub budowli;

12) nośniku reklamowym formatu małego – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci pojedynczej gabloty z jedną powierzchnią ekspozycyjną lub dwiema przeciwległymi i równoległymi powierzchniami ekspozycyjnymi, spełniające łącznie warunki:

a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni bądź na wyświetlaczu,

b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych o wysokości i szerokości mieszczących się w zakresie odpowiednio 1,75-1,80 m i 1,15-1,20 m, a dla wyświetlaczy także odpowiednio 1,64-1,75 m i 0,92-1,15 m,

c) nieprzekraczania głębokości 40 cm,

d) nieprzekraczania wysokości konstrukcji 3 m, mierzonej od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do najwyżej położonego elementu konstrukcji,

e) braku własnego oświetlenia zewnętrznego;

13) nośniku reklamowym formatu średniego – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci pojedynczej gabloty z jedną powierzchnią ekspozycyjną lub dwiema przeciwległymi i równoległymi powierzchniami ekspozycyjnymi, spełniające łącznie warunki:

a) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych o wysokości i szerokości mieszczących się w zakresie odpowiednio 2,40-2,50 m i 3,50-3,60 m,

b) nieprzekraczania głębokości 60 cm,

c) nieprzekraczania wysokości konstrukcji 7 m, mierzonej od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do najwyżej położonego elementu konstrukcji,

d) braku własnego oświetlenia zewnętrznego;

14) nośniku reklamowym formatu dużego – należy przez to rozumieć tablicę reklamową z jedną lub dwiema powierzchniami ekspozycyjnymi, spełniającą łącznie warunki:

a) korzystania ze sztywnych powierzchni ekspozycyjnych o wysokości i szerokości mieszczących się w zakresie odpowiednio 2,95-3,05 m i 5,95-6,05 m,

b) nieprzekraczania wysokości konstrukcji 12 m, mierzonej od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do najwyżej położonego elementu konstrukcji,

c) w przypadku zastosowania dwóch powierzchni ekspozycyjnych, ograniczenia mierzonego w płaszczyźnie poziomej kąta rozwarcia między powierzchniami do 33 stopni;

15) obiektach ochrony konserwatorskiej – należy przez to rozumieć obiekty budowlane, obszary, zespoły budowlane, układy urbanistyczne i ruralistyczne wpisane do rejestru zabytków bądź ujęte w gminnej ewidencji zabytków, a także nieruchomości, na których znajdują się budynki wpisane do rejestru zabytków bądź ujęte w gminnej ewidencji zabytków, z wyłączeniem wpisów archeologicznych;

16) polu szyldowym – należy przez to rozumieć położoną nad witryną strefę parteru, której obszar określa się następująco:

a) jego dolną granicę stanowi linia wyznaczona przez górną krawędź witryny,

b) jego boczne granice stanowią linie wyznaczone przez maksymalny zasięg witryny po obu stronach wraz z ewentualnymi opaskami,

c) jego górną granicę stanowi:

- linia wyznaczona przez element architektoniczny oddzielający wizualnie kolejną kondygnację,

- w przypadku braku elementu, o którym mowa w tiret pierwszym, linia wyznaczona przez dolną krawędź najniżej położonego na elewacji elementu kolejnej kondygnacji (otworu okiennego lub drzwiowego, płyty balkonowej, dekoracji architektonicznej, z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów),

- w przypadku braku kolejnej kondygnacji – górna krawędź elewacji,

- w przypadku budynków handlowo-usługowych o powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m^2, nieposiadających elementów wyróżniających kolejne kondygnacje – górna krawędź elewacji,

17) powierzchni ekspozycyjnej – należy przez to rozumieć powierzchnię tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego wykorzystywaną do ekspozycji treści reklamowych;

18) powierzchni użytkowej handlu i usług – należy przez to rozumieć powierzchnię obiektu handlowo-usługowego, mierzoną po wewnętrznej długości ścian na wszystkich kondygnacjach, jednak z wyłączeniem powierzchni biur, garaży, klatek schodowych oraz szybów dźwigowych;

19) siatce reklamowej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową albo urządzenie reklamowe, eksponujące treści reklamowe na miękkiej tkaninie o wielooczkowej strukturze, w której rozmieszone równomiernie na całej powierzchni otwory przekraczają 30% powierzchni ekspozycyjnej;

20) słupie ogłoszeniowo-reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca o maksymalnej średnicy 1,40 m, nie licząc podstawy i zwieńczenia słupa, oraz maksymalnej wysokości

4,82 m, nie licząc elementów fotowoltaicznych służących zasilaniu słupa, przewyższających jego zwieńczenie o maksymalnie 40 cm;

21) stali kortenowskiej – należy przez to rozumieć rodzaj stali niskostopowej o podwyższonej odporności na warunki atmosferyczne, na powierzchni której, po wystawieniu na działanie powietrza i deszczu, samoczynnie pojawia się powłoka ochronna przypominająca rdzę;

22) stopniu ażurowości ogrodzenia – należy przez to rozumieć wyrażony w procentach stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia, z wyłączeniem fragmentów o szerokości do 2 m przylegających do bram i furtek;

23) strefie parteru – należy przez to rozumieć elewację parteru i widocznej kondygnacji podziemnej, a także elewację drugiej kondygnacji nadziemnej, jeśli ta zaprojektowana została dla pełnienia funkcji handlowych bądź usługowych, zachowuje spójność architektoniczną z elewacją parteru i wyraźnie różni się od elewacji kondygnacji wyższych; górna granica strefy parteru jest wyobrażoną linią, wyznaczoną przez element architektoniczny oddzielający wizualnie kondygnacje, a w przypadku jego braku – wyobrażoną linią wyznaczaną przez dolną krawędź najniżej położonego elementu kolejnej kondygnacji (otwór okienny lub drzwiowy, płyta balkonowa, dekoracja architektoniczna) z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów; w przypadku budynków parterowych górną krawędzią jest górna krawędź elewacji; w przypadku budynków handlowo-usługowych o powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m^2, które nie posiadają na elewacji elementów wyróżniających kolejne kondygnacje, górną krawędź strefy parteru wyznacza poziom kolejnej kondygnacji;

24) szerokości – należy przez to rozumieć poziomy wymiar tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, mierzony równolegle do elewacji lub ogrodzenia, na których są one sytuowane, bądź równolegle do najszerszej płaszczyzny ekspozycyjnej w przypadku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej;

25) szyldzie banerowym – należy przez to rozumieć szyld o głębokości do 5 mm włącznie, nieprzylegający ściśle do elewacji;

26) szyldzie flagowym – należy przez to rozumieć luźno zwisający szyld o zmiennym kształcie, uzależnionym od ruchów powietrza, przymocowany wyłącznie jednym swoim bokiem do prostego masztu lub drzewca;

27) szyldzie kasetonowym – należy przez to rozumieć szyld o głębokości od 3 cm do 25 cm włącznie;

28) szyldzie markizowym – należy przez to rozumieć szyld o postaci składanego zadaszenia witryny, które nie przesłania więcej niż 30% powierzchni prześwitu witryny, a powierzchnia prostokąta opisanego na tekście i znakach umieszczonych na zadaszeniu nie przekracza 0,5 m^2;

29) szyldzie muralowym – należy przez to rozumieć szyld o znikomej głębokości, naniesiony bezpośrednio na ścianę, witrynę lub ogrodzenie;

30) szyldzie naklejkowym – należy przez to rozumieć szyld o głębokości do 2 mm włącznie, przylegający ściśle do ściany lub witryny;

31) szyldzie semaforowym – należy przez to rozumieć szyld o głębokości powyżej 25 cm i szerokości nie większej niż 25 cm;

32) szyldzie tablicowym – należy przez to rozumieć szyld o głębokości od 5 mm do 3 cm włącznie;

33) szyldzie zmiennym – należy przez to rozumieć szyld umożliwiający automatyczną bądź zdalną zmianę treści przekazu informacyjnego, a także jej animację;

34) tablicy kredowej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową o maksymalnej wysokości 75 cm i maksymalnej szerokości 75 cm, na której napisy bądź znaki zapisywane są odręcznie w kolorze jaśniejszym od tła;

35) terenie dostępnym publicznie – należy przez to rozumieć ogólnodostępną przestrzeń, niebędącą wnętrzem budynku i pozostającą we władaniu Skarbu Państwa lub jednostek samorządu terytorialnego;

36) Wilanowskim Parku Kulturowym – należy przez to rozumieć park kulturowy „Wilanowski Park Kulturowy”, utworzony na mocy uchwały nr XXXIV/819/2012 Rady m.st. Warszawy z dnia 29 marca 2012 r. na obszarze, którego granice opisano w załączniku nr 2 do tej uchwały;

37) witrynie – należy przez to rozumieć okno lub drzwi w strefie parteru, prowadzące do lokalu, w którym prowadzona jest działalność;

38) wysokości – należy przez to rozumieć pionowy wymiar tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;

39) wyświetlaczu – należy przez to rozumieć taki typ tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, który eksponuje na ekranie, poza okresem pomiędzy godzinami 24 a 6, zmienne, ale zmieniające się bez przerw i nie częściej niż co 10 s nieruchome obrazy, przy czym w czasie pełnego nasłonecznienia maksymalna jasność ekranu, wyposażonego w urządzenie automatycznie dostosowujące jasność obrazu do jasności otoczenia, mierzona w odległości 1 m prostopadle do środka matrycy, nie może przekraczać 2500 cd/m ^{2}, zaś po zmroku – 350 cd/m ^{2}, a ekran wykonany jest:

a) w technologii ciekłokrystalicznej, przy czym dla powierzchni ekspozycyjnych nie większych niż 3 m ^{2} wielkość piksela nie może przekraczać 2 mm, lub,

b) z diod elektroluminescencyjnych technologii Surface Mounted Device (SMD), przy czym dla powierzchni ekspozycyjnych nie większych niż 3 m ^{2} wielkość piksela nie może przekraczać 2 mm;

40) zestawie szyldów – należy przez to rozumieć zwartą kompozycję szyldów o ujednoliconych wymiarach i usytuowanych w równych odstępach od siebie na wspólnej płaszczyźnie, przy czym każdy pojedynczy szyld, sytuowany jako element zestawu szyldów, musi dotyczyć innego podmiotu prowadzącego działalność na danej nieruchomości.

§ 3. W zakresie ustalanych w uchwale wymiarów i wartości:

1) w przypadku braku możliwości jednoznacznego określenia szerokości i głębokości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej, przyjmuje się, że:

a) szerokość stanowi większy wymiar podstawy prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,

b) głębokość stanowi mniejszy wymiar podstawy prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;

2) odległość należy rozumieć jako długość linii prostej, łączącej punkty, które są rzutami poziomymi na płaszczyznę gruntu najbliższych sobie, skrajnych elementów obiektów, między którymi mierzona jest odległość;

3) kolorystykę określa się wg systemu RAL, przez co należy rozumieć zestaw międzynarodowych systemów standaryzacji barw, wprowadzonych przez RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V., przy czym dopuszcza się realizację tożsamych rozwiązań kolorystycznych określonych za pomocą innych systemów standaryzacji barw;

4) przy realizacji urządzeń, których wymiary określono w uchwale, dopuszcza się margines błędu nie większy niż 1% danego wymiaru.

DZIAŁ II.
TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE BĘDĄCE SZYLDAMI
Rozdział 1.
Regulacje ogólne

§ 4. Określa się generalne zasady sytuowania szyldów:

1) dopuszcza się sytuowanie szyldów wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w uchwale;

2) dopuszcza się bez ograniczeń sytuowanie szyldów wewnątrz budynków, o ile pozostają one niewidoczne z przestrzeni dostępnej publicznie;

3) określa się maksymalną, łączną liczbę szyldów, możliwych do usytuowania na nieruchomości przez jeden podmiot, na dwadzieścia, przy uwzględnieniu dodatkowych ograniczeń liczbowych nakładanych na poszczególne rodzaje szyldów przez inne przepisy uchwały, przy czym ograniczenie to nie dotyczy szyldów, które są niewidoczne z pasów drogowych bądź stanowią wyposażenie ogródków gastronomicznych;

4) nie dopuszcza się, przy uwzględnieniu § 4 pkt 2, sytuowania szyldów:

a) w sposób zakrywający inne tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, balustrady i dekorację architektoniczną, przy czym dopuszcza się zakrywanie boniowania szyldami w formie ażurowej,

b) szyldów zmiennych innych niż cenniki stacji paliw lub informacje o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych,

c) emitujących światło o zmiennym natężeniu lub kolorze;

5) dopuszcza się bez ograniczeń, przy uwzględnieniu § 4 pkt 2, 3 i 4, sytuowanie szyldów:

a) stanowiących wierną rekonstrukcję obiektu istniejącego przed 1 stycznia 1989 r., usytuowaną w oryginalnej lokalizacji, lub,

b) stanowiących tablice urzędowe, wymagane na mocy przepisów odrębnych, lub,

c) wewnątrz lokalu w strefie parteru, odsuniętych od szyby witryny o co najmniej 20 cm, jeśli nie posiadają wewnętrznego źródła światła, lub o co najmniej 50 cm, jeśli posiadają wewnętrzne źródło światła, ale ich łączna powierzchnia nie przekracza 30% powierzchni prześwitu witryny, lub,

d) tymczasowo, ale nie dłużej niż przez 24 godziny, na terenie zajętym na potrzeby wydarzenia sportowego, kulturalnego bądź społecznego, na którym liczba udostępnionych przez organizatora miejsc dla osób, ustalona zgodnie z przepisami prawa budowlanego oraz przepisami dotyczącymi ochrony przeciwpożarowej, wynosi nie mniej niż 300, lub,

e) informujących o ofercie zbycia lub wynajmu lokalu, budynku bądź nieruchomości, wyłącznie w formie szyldów naklejkowych, szyldów banerowych lub szyldów tablicowych o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 2 m^2 i w postaci:

- jednego szyldu informującego o danej ofercie, usytuowanego na elewacji oferowanego lokalu bądź budynku,

- jednego szyldu informującego o danej ofercie, usytuowanego na ogrodzeniu oferowanego budynku bądź oferowanej nieruchomości,

- jednego szyldu informującego o danej ofercie, usytuowanego w formie wolnostojącej, na oferowanej nieruchomości bądź nieruchomości, na której znajduje się oferowany lokal lub budynek.

Rozdział 2.
Szyldy na budynkach, w tym nadwieszone nad innymi nieruchomościami

§ 5. 1. Dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych niżej lokalizacjach oraz według poniższych warunków i zasad, z uwzględnieniem postanowień § 4:

1) w polu szyldowym: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów semaforowych i szyldów muralowych, z tym zastrzeżeniem, że:

a) na jednym budynku, w obrębie pól szyldowych o jednolitej wysokości i usytuowanych na tej samej wysokości, nakazuje się sytuowanie szyldów o jednolitej wysokości i na tej samej wysokości,

b) maksymalna wysokość szyldów innych niż semaforowe, sytuowanych w obrębie pola szyldowego, nie może przekraczać 90 cm ani 25% wysokości witryny, nad którą to pole się znajduje, chyba że powierzchnia szyldu jest mniejsza niż 1,50 m^2; dla obiektów handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m^2 dopuszcza się sytuowanie w obrębie pola szyldowego szyldów o większej wysokości, o ile nie przekracza ona 1/5 wysokości strefy parteru,

c) szyldy semaforowe podlegają następującym regulacjom:

- na jednej elewacji zezwala się na lokalizację wyłącznie jednego szyldu semaforowego w strefie parteru dla każdego lokalu posiadającego witrynę,

- maksymalna powierzchnia ekspozycyjna każdej ze stron szyldu semaforowego nie może przekraczać 0,5 m^2, chyba że jest ona kwadratem o długości boku nie większej niż 90 cm i odpowiadającej wysokości szyldu tego samego podmiotu, umieszczonego w polu szyldowym lub w obrysie witryny, za wyjątkiem obiektów handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m^2, dla których maksymalna powierzchnia ekspozycyjna każdej ze stron szyldu nie może przekraczać 1 m^2,

- żaden element powierzchni ekspozycyjnej nie może być oddalony od elewacji o więcej niż 1 m,

- żaden element szyldu nie może być oddalony od poziomu gruntu o mniej niż 2,50 m,

2) na fragmencie elewacji, znajdującym się pomiędzy polami szyldowymi:

a) szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych, jeśli stanowią one integralną część szyldu usytuowanego w polu szyldowym, przy czym jeżeli odległość między polami szyldowymi przekracza 2 m, to szyldy te muszą posiadać formę ażurową,

b) szyldów semaforowych, spełniających warunki wskazane w ust. 1 pkt 1 lit. c;

3) w obrysie witryn, nad którymi istnieje pole szyldowe: szyldów muralowych lub szyldów naklejkowych, o ile ich wysokość nie przekracza 90 cm i nie przesłaniają one więcej, niż 20% powierzchni prześwitu witryny, oraz szyldów markizowych;

4) w obrysie witryn, nad którymi nie istnieje pole szyldowe lub umieszczona jest w nim dekoracja architektoniczna: szyldów wskazanych w ust. 1 pkt 3 lub szyldów tablicowych i szyldów kasetonowych o wysokości maksymalnej 90 cm i powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 20% powierzchni prześwitu witryny;

5) w pasie o szerokości 1 m po obu stronach wejścia do budynku lub bramy:

a) maksymalnie jednego szyldu tablicowego, szyldu muralowego lub szyldu banerowego jednego podmiotu o maksymalnej powierzchni 0,25 m^2, tworzących łącznie zestaw szyldów w przypadku usytuowania więcej niż jednego szyldu po jednej stronie,

b) maksymalnie jednej gabloty gastronomicznej lub tablicy kredowej jednego podmiotu po każdej stronie;

6) w prześwitach podcieni lub portyków: szyldów tablicowych w formie ażurowej lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej, o ile ich wysokość nie przekracza 20% wysokości podcienia; dodatkowo, w przypadku podmiotu będącego instytucją kultury lub uczelnią: maksymalnie dwóch szyldów banerowych na ciąg podcieni lub portyk, nieprzesłaniających więcej niż 50% prześwitu i umieszczonych na okres nieprzekraczający 60 dni;

7) na zadaszeniu nad wejściem do budynku i na zadaszeniu nad witrynami: szyldów tablicowych w formie ażurowej lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej, w obu przypadkach o maksymalnej wysokości równej 25% wysokości witryny, lecz nie większej niż 90 cm;

8) w przejeździe bramnym: szyldów tablicowych w formie ażurowej lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej, w obu przypadkach o maksymalnej wysokości 90 cm;

9) na innych fragmentach elewacji, niewymienionych powyżej:

a) maksymalnie dwóch gablot gastronomicznych lub maksymalnie dwóch tablic kredowych,

b) szyldu semaforowego, jeśli nie można umieścić go w polu szyldowym ani na fragmencie elewacji, znajdującym się pomiędzy polami szyldowymi, przy spełnieniu warunków ust. 1 pkt 1 lit. c;

10) na dowolnym fragmencie elewacji, w sposób nieprzesłaniający otworów okiennych i drzwiowych:

a) na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m^2 oraz na restauracjach o powierzchni użytkowej większej niż 250 m^2 umożliwiających kupno z samochodu:

- szyldów tablicowych w formie ażurowej lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej o wysokości nieprzekraczającej 1/3 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 3 m, o ile nie będą one wystawać poza obrys elewacji,

- szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, umieszczonych na jednej wysokości, o ujednoliconych gabarytach, o jednostkowej powierzchni nieprzekraczającej 3 m^2 i usytuowanych od siebie w odległości co najmniej 4 m,

b) na kinach, teatrach i instytucjach kultury: ujednoliconych szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych tych podmiotów, o jednostkowej powierzchni nieprzekraczającej 3 m^2;

2. Dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji wyłącznie we wskazanych niżej lokalizacjach oraz według poniższych warunków i zasad, z uwzględnieniem postanowień § 4:

1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych oraz szyldów w formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że:

   a) szyldy muszą być realizowane w formie ażurowej, z wyłączeniem płaskorzeźb i szyldów kasetonowych sytuowanych jako zestaw szyldów na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m ^{2},

   b) szyldy muszą być usytuowane poza obrysem otworów okiennych i drzwiowych, za wyjątkiem szyldów ażurowych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m ^{2},

   c) szyldy sytuowane na jednej elewacji muszą znajdować się w jednej, prostej osi lub stanowić zestaw szyldów, przy czym dla elewacji obiektów handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m ^{2} dopuszcza się sytuowanie szyldów w dwóch prostych osiach,

   d) wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej, umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży nieprzekraczającej 1.000 m ^{2}, nie może przekraczać następujących wartości:

      - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m,

      - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m,

      - 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m,

      - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m,

   e) wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej, umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m ^{2}, nie może przekraczać następujących wartości:

      - 1/3 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 3 m – dla elewacji obiektów o powierzchni użytkowej handlu i usług nie większej niż 30.000 m ^{2},

      - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5 m – dla elewacji obiektów o powierzchni użytkowej handlu i usług większej niż 30.000 m ^{2},

2) na budynkach użyteczności publicznej pełniących funkcję hotelu, teatru, kina, muzeum, biblioteki, opery, operetki, filharmonii bądź domu kultury: jednego szyldu semaforowego w formie ażurowej dla podmiotu prowadzącego wyżej wymienioną działalność, przy spełnieniu następujących warunków:

   a) maksymalna wysokość szyldów semaforowych wynosi 3 m dla budynków do 15 m wysokości i 6 m dla pozostałych budynków, zaś maksymalna głębokość szyldów semaforowych wynosi 1,5 m, przy czym nie może być ona większa niż 30% ich wysokości,

   b) szyldy semaforowe są sytuowane poza obrysem otworów okiennych;

3) na budynkach użyteczności publicznej pełniących funkcję publicznej instytucji kultury, kina lub teatru: szyldów banerowych tych podmiotów, przy spełnieniu następujących warunków:

   a) ich liczba nie przekracza trzech,

   b) ich łączna powierzchnia nie przekracza 50 m ^{2},

   c) nie przesłaniają otworów okiennych lub drzwiowych;

4) na siatce ochronnej rusztowań budowlanych: szyldów banerowych, w przypadku przesłonięcia przez siatkę ochronną szyldów na elewacji zgodnych z uchwałą, przy czym gabaryty sytuowanych szyldów banerowych nie mogą przekraczać gabarytów szyldów przesłoniętych;

5) szyldy tablicowe, kasetonowe i muralowe na elewacji powyżej strefy parteru nie mogą być usytuowane na budynku, na którym szyld usytuowany jest jednocześnie powyżej górnej krawędzi elewacji, przy czym warunek ten nie dotyczy elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m ^{2}.

3. Dopuszcza się sytuowanie szyldów powyżej górnej krawędzi elewacji, w tym na urządzeniach technicznych i ich osłonach sytuowanych na dachach budynków, wyłącznie na budynkach użyteczności publicznej oraz wyłącznie według następujących warunków i zasad, z uwzględnieniem postanowień § 4:

1) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów kasetonowych w formie ażurowej i szyldów tablicowych w formie ażurowej;

2) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów nieprzekraczających następujących wysokości maksymalnych:

   a) 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m,

   b) 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m,

   c) 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m,

   d) 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m;

3) szyldy powyżej górnej krawędzi elewacji nie mogą być usytuowane na budynku, na którym szyldy tablicowe, kasetonowe i muralowe usytuowane są jednocześnie na elewacji powyżej strefy parteru, przy czym warunek ten nie dotyczy elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m^2.

Rozdział 3.
Szyldy na budowlach, obiektach małej architektury, tymczasowych obiektach budowlanych, urządzeniach budowlanych i technicznych

§ 6. Dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, obiektach małej architektury, tymczasowych obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem postanowień § 4, wyłącznie w następujących lokalizacjach:

1) na budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych, pełniących funkcje handlowe i usługowe:

   a) w obrębie pola szyldowego lub fragmentu elewacji przesłaniającej bądź przewyższającej dach: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych i szyldów muralowych, o ile ich wysokość nie przekracza 50 cm,

   b) na fragmencie elewacji znajdującym się pomiędzy polami szyldowymi: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych, jeśli stanowią one integralną część szyldu usytuowanego w polu szyldowym, oraz szyldów semaforowych, przy czym jeżeli odległość między polami szyldowymi przekracza 1 m, to szyldy tablicowe, kasetonowe i muralowe muszą posiadać formę ażurową,

   c) w obrysie witryn:

      - szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, o ile nie istnieje pole szyldowe ani fragment elewacji przesłaniającej dach, wysokość szyldu tablicowego lub szyldu kasetonowego usytuowanego w obrysie witryny nie przekracza 50 cm, a powierzchnia szyldu nie przesłania więcej niż 20% powierzchni prześwitu witryny, lub,

      - szyldów muralowych i szyldów naklejkowych, o ile ich wysokość nie przekracza 90 cm i nie przesłaniają one więcej, niż 20% powierzchni prześwitu witryny,

      - szyldów markizowych,

2) na zewnętrznych ścianach i w obrysie witryn lokali handlowych w przejściach podziemnych:

   a) w polu szyldowym: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych,

   b) na fragmencie elewacji znajdującym się pomiędzy polami szyldowymi: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych i szyldów semaforowych, jeśli stanowią one integralną część szyldu usytuowanego w polu szyldowym, przy czym jeżeli odległość między polami szyldowymi przekracza 1 m, to szyldy tablicowe, kasetonowe i muralowe muszą posiadać formę ażurową,

   c) w obrysie witryn:

- szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, o ile nad witryną nie istnieje pole szyldowe, wysokość szyldu tablicowego lub szyldu kasetonowego usytuowanego w obrysie witryny nie przekracza 50 cm, a jego powierzchnia nie przesłania więcej niż 20% powierzchni prześwitu witryny i całkowicie się w nim mieści, lub,
- szyldów muralowych i szyldów naklejkowych, o ile ich wysokość nie przekracza 90 cm i nie przesłaniają one więcej, niż 20% powierzchni prześwitu witryny,

3) na ogrodzeniach nie stanowiących wygrodzeń ogródka gastronomicznego:

a) dwóch gablot gastronomicznych,

b) szyldów muralowych i tablicowych nieprzekraczających powierzchni ekspozycyjnej 0,25 m^2,

c) szyldów muralowych i tablicowych nieprzekraczających powierzchni ekspozycyjnej 1 m^2, pod warunkiem łącznego spełnienia następujących warunków:

- na budynkach znajdujących się na nieruchomości nie są usytuowane widoczne z terenu dostępnego publicznie szyldy, których powierzchnia ekspozycyjna przekracza 0,25 m^2, lub szyldy te są oddalone od terenu dostępnego publicznie o więcej niż 15 m,
- na nieruchomości nie jest usytuowany szyld w formie wolnostojącej,
- szyldy są usytuowane w obrysie ogrodzenia lub w płaszczyźnie ogrodzenia nad bramą bądź furtką,
- każdy podmiot działający na nieruchomości posiada nie więcej niż jeden szyld usytuowany na ogrodzeniu,
- szyldy usytuowane na ogrodzeniu w liczbie większej niż 2 tworzą zestaw szyldów,

4) na opaskach otaczających dachy stanowisk służących obsłudze pojazdów, np. stacji paliw, myjni i restauracji umożliwiających zakup bezpośrednio z samochodu: szyldów tablicowych i kasetonowych o maksymalnej wysokości 1,00 m;

5) na samoobsługowych urządzeniach technicznych, takich jak bankomaty, biletomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami: szyldów naklejkowych o łącznej maksymalnej powierzchni 1 m^2;

6) na budowlach, urządzeniach technicznych oraz ich obudowach, sytuowanych na dachach budynków: zgodnie z § 5 ust. 3;

7) na wiatach na wózki lub pojazdy, obsługujących obiekty handlowo-usługowe o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m^2, usytuowanych w obszarze „C”: maksymalnie dwóch szyldów muralowych, naklejkowych lub tablicowych o maksymalnej powierzchni 2,2 m^2 każdy;

8) na stacjach ładowania pojazdów elektrycznych: jednego szyldu muralowego w formie ażurowej lub jednego szyldu naklejkowego w formie ażurowej o maksymalnych szerokości 0,55 m i maksymalnej wysokości 0,55 m na każdej ścianie urządzenia;

9) na obiektach małej architektury: przy ograniczeniu gabarytu powierzchni ekspozycyjnej do 0,2 m^2.

Rozdział 4.
Szyldy wolnostojące

§ 7. 1. Sytuowanie szyldów w formie wolnostojącej dopuszcza się wyłącznie, jeśli spełniają one łącznie poniższe warunki, przy uwzględnieniu postanowień § 4 oraz wyjątków określonych w § 7 ust. 2:

1) są one jedyną formą szyldu danego podmiotu na danej nieruchomości bądź inny szyld tego samego podmiotu umieszczony jest na budynku usytuowanym na tej nieruchomości w odległości co najmniej 15 m od terenu dostępnego publicznie;

2) są sytuowane w liczbie maksymalnie jednego szyldu na nieruchomość lub dodatkowo jednego szyldu na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m^2;

3) mieszczą się w następujących ograniczeniach gabarytowych:

a) maksymalnej wysokości 3 m i maksymalnej szerokości 3 m,

b) maksymalnej głębokości 30 cm,

c) maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 3 m ^{2};

2. Dopuszcza się dodatkowo, z pominięciem zasad i warunków określonych w ust. 1, sytuowanie takich wolnostojących szyldów, które spełniają jeden z poniższych warunków:

1) stanowią element zestawu szyldów: maksymalnie jeden zestaw szyldów na nieruchomość lub na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m ^{2}, maksymalnie 4 m wysokości i maksymalnie 1,50 m szerokości;

2) stanowią szyld kasetonowy w formie ażurowej: maksymalnie jeden na nieruchomość oraz dodatkowo na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m ^{2}, maksymalnie 1,50 m wysokości;

3) stanowią szyld flagowy: maksymalnie trzy na nieruchomość oraz dodatkowo na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m ^{2}, maksymalnie 10 m wysokości łącznie z masztem, minimalnie 2 m odległości wzajemnej;

4) stanowią cennik stacji paliw: maksymalnie jeden na każdą przyległą do nieruchomości drogę publiczną, o maksymalnej wysokości 8 m dla nieruchomości przyległych do drogi gminnej lub powiatowej i 10 m dla nieruchomości przyległych do drogi wojewódzkiej lub krajowej, a także o szerokości stanowiącej nie więcej niż 35% wysokości, przy zastrzeżeniu, że na obiektach ochrony konserwatorskiej oraz na obszarze Wilanowskiego Parku Kulturowego maksymalna wysokość szyldu nie może przekraczać 6 m;

5) dotyczą działalności restauracji o powierzchni użytkowej większej niż 250 m ^{2} i umożliwiającej kupno z samochodu: maksymalnie jeden na nieruchomość, maksymalnie 8 m wysokości w obszarach „A” i „B” oraz 20 m w obszarze „C”, a także o szerokości nie większej niż 20% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej oraz na obszarze Wilanowskiego Parku Kulturowego ich wysokość nie może przekraczać 6 m;

6) dotyczą działalności prowadzonej w obiektach handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży większej niż 1.000 m ^{2} i jednocześnie o powierzchni użytkowej handlu i usług nie większej niż 30.000 m ^{2}: maksymalnie jeden na nieruchomość, maksymalnie 8 m wysokości oraz o szerokości nie większej niż 20% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej oraz na obszarze Wilanowskiego Parku Kulturowego ich wysokość nie może przekraczać 6 m;

7) dotyczą działalności prowadzonej w obiektach handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży większej niż 1.000 m ^{2} i jednocześnie o powierzchni użytkowej handlu i usług większej niż 30.000 m ^{2}:

   a) w obszarach „A” i „B”: maksymalnie jeden na nieruchomość, maksymalnie 8 m wysokości oraz o szerokości nie większej niż 20% wysokości,

   b) w obszarze „C” poza obszarem Wilanowskiego Parku Kulturowego: maksymalnie jeden na nieruchomość, maksymalnie 20 m wysokości, z dwu- lub trójstronną powierzchnią ekspozycyjną, której żadna ze stron nie przekracza wyrażonej w metrach kwadratowych wartości równej wartości 1,2-krotności wysokości całego urządzenia reklamowego, wyrażonej w metrach,

   c) na obszarze Wilanowskiego Parku Kulturowego: maksymalnie jeden na nieruchomość, maksymalnie 6 m wysokości i o szerokości nie większej niż 20% wysokości;

8) stanowią informację o działalności publicznych instytucji kultury, w tym o repertuarze kinowym lub teatralnym oraz wystawach i koncertach: maksymalnie dwa na nieruchomość, maksymalnie 2,50 m wysokości przy wymiarze poziomym stanowiącym nie więcej niż 30% wymiaru pionowego;

9) stanowią informację o nazwie osiedla: maksymalnie jeden szyld o wysokości maksymalnej 4 m oraz o szerokości nie większej niż 30% wysokości;

10) stanowią szyld informujący o wjeździe na teren: maksymalnie jeden szyld na jeden wjazd, o maksymalnej powierzchni 0,7 m ^{2}, maksymalnej wysokości 1,20 m, maksymalnej szerokości 1,20 m i maksymalnej głębokości 20 cm;

11) stanowią następujący element ogródka gastronomicznego:

   a) szyld muralowy lub naklejkowy usytuowany na parasolu bądź wykonanym z materiału zadaszeniu pozbawionym ścian: powierzchnia ekspozycyjna szyldu może znajdować się jedynie na swobodnie zwisającym obrzeżu parasola lub zadaszenia i nie może przekraczać 25 cm wysokości, lub,

b) usytuowany na niezwiązanych trwale z gruntem ogrodzeniach o maksymalnej wysokości 100 cm: powierzchnia ekspozycyjna szyldu nie może przekraczać 15% powierzchni tej strony przęsła, na której jest zlokalizowana, lub,

c) w formie stojaka, tj. składanego urządzenia reklamowego, nietrwale związanego z gruntem, w postaci dwóch podpierających się wzajemnie płaszczyzn o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 0,5 m ^{2} każda, maksymalnej wysokości urządzenia po rozłożeniu 1,20 m i maksymalnej szerokości urządzenia 60 cm, przy czym powierzchnia terenu zajmowanego przez urządzenie nie może przekraczać 0,5 m ^{2}: maksymalnie dwa szyldy na ogródek, lub,

d) w formie tablicy kredowej: maksymalnie trzy szyldy bez dodatkowych ograniczeń lub,

e) w formie pulpitu, tj. płaskiej powierzchni ekspozycyjnej, nieprzekraczającej 0,2 m ^{2}, o maksymalnej wysokości 1,50 m wraz z elementami konstrukcyjnymi: maksymalnie dwa szyldy na ogródek;

12) nie są widoczne z przestrzeni dostępnej publicznie: o maksymalnej wysokości 3 m, maksymalnej szerokości 3 m, maksymalnej głębokości 30 cm i maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 3 m ^{2}.

DZIAŁ III.
TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE NIEBĘDĄCE SZYLDAMI
Rozdział 1.
Regulacje ogólne

§ 8. Określa się generalne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami:

1) dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w uchwale;

2) dopuszcza się bez dodatkowych ograniczeń takie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, które:

a) sytuowane są wewnątrz budynków, o ile nie są widoczne z przestrzeni dostępnej publicznie, lub,

b) sytuowane są tymczasowo, ale nie dłużej niż przez 24 godziny, na terenie zajętym na potrzeby wydarzenia sportowego, kulturalnego bądź społecznego, na którym liczba udostępnionych przez organizatora miejsc dla osób, ustalona zgodnie z przepisami prawa budowlanego oraz przepisami dotyczącymi ochrony przeciwpożarowej, wynosi nie mniej niż 300, w czasie jego trwania, o ile te tablice reklamowe i urządzenia reklamowe związane są z tym wydarzeniem i nie eksponują reklamy poprzez jej wyświetlanie na ekranie, lub,

c) sytuowane są w przejściach podziemnych lub podziemnych obiektach obsługujących transport szynowy, lub,

d) informują o inwestycjach prowadzonych ze środków publicznych, o ile nie przykrywają one dekoracji architektonicznej ani otworów w elewacji i nie eksponują reklamy poprzez jej wyświetlanie na ekranie, a ich powierzchnia ekspozycyjna nie przekracza:

- 6 m ^{2} – w przypadku inwestycji o kubaturze przekraczającej 2.000 m ^{3}, lub o powierzchni przekraczającej 4.000 m ^{2}, lub o długości przekraczającej 4.000 m,
- 1 m ^{2} – w przypadku pozostałych inwestycji, lub,

e) informują o ofercie zbycia lub wynajmu lokalu, budynku bądź nieruchomości wyłącznie w formie nieoświetlonych i nieświecących tablic reklamowych o powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 2 m ^{2} i głębokości maksymalnej wynoszącej 1 cm, w postaci:

- jednej tablicy reklamowej informującej o danej ofercie, usytuowanej na elewacji oferowanego lokalu bądź budynku, lub,
- jednej tablicy reklamowej informującej o danej ofercie, usytuowanej na ogrodzeniu oferowanego budynku bądź oferowanej nieruchomości, lub,
- jednej tablicy reklamowej w formie wolnostojącej informującej o danej ofercie, usytuowanej na oferowanej nieruchomości bądź nieruchomości, na której znajduje się oferowany lokal lub budynek, lub,

f) stanowią wierną rekonstrukcję obiektu istniejącego przed 1 stycznia 1989 r., sytuowaną w oryginalnej lokalizacji, lub,

g) sytuowane są w wyniku realizacji obowiązku nałożonego przepisami odrębnymi;

3) nie dopuszcza się, przy uwzględnieniu postanowień § 8 pkt 2, sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami:

a) na nieruchomościach, na których sytuowane są budynki o dominującej funkcji: oświatowej, szkolnictwa wyższego, sakralnej, urzędów organów administracji publicznej albo placówek dyplomatycznych, lub,

b) na gruntach rolnych, w tym rodzinnych ogrodach działkowych, i gruntach leśnych, lub,

c) na terenach parków, cmentarzy i ogrodów jordanowskich oraz terenach wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny zieleni urządzonej, lub,

d) na obszarze Wilanowskiego Parku Kulturowego: w odległości równej bądź mniejszej niż 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych oraz równej bądź mniejszej niż 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg, lub,

e) eksponujących reklamę poprzez jej wyświetlanie na ekranie, o ile nie stanowią one jednocześnie wyświetlaczy i nośników reklamowych formatu małego.

Rozdział 2.
Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami – usytuowane na budynkach

§ 9. Dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem postanowień § 8, wyłącznie:

1) na elewacjach reklamowych, przy czym najwyższy element tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego nie może zostać usytuowany na wysokości przekraczającej 25 m, w postaci:

a) murali,

b) siatki reklamowej o maksymalnej wysokości 12 m wyłącznie w obszarze „C” i wyłącznie poza obiektami ochrony konserwatorskiej oraz obszarem Wilanowskiego Parku Kulturowego, pod warunkiem usytuowania powierzchni ekspozycyjnej w sposób równoległy do elewacji w maksymalnej odległości od niej wynoszącej 25 cm oraz zachowania odstępu co najmniej 25 cm od krawędzi elewacji,

c) nośników reklamowych formatu średniego bądź dużego poza obszarem „A” i poza obiektami ochrony konserwatorskiej oraz poza obszarem Wilanowskiego Parku Kulturowego, pod warunkiem, że na elewacji usytuowane są maksymalnie dwie tablice o identycznym formacie, w jednej pionowej lub poziomej osi symetrii, o powierzchniach ekspozycyjnych równoległych do powierzchni elewacji i oddalonych od niej o maksymalnie 30 cm, oraz nie wykraczające poza obrys elewacji,

d) tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych o formie ażurowej, pozbawionych własnego oświetlenia zewnętrznego, o maksymalnej wysokości 3,5 m i głębokości 30 cm;

2) na dachach budynków wyższych niż 25 m, znajdujących się w obszarach „A” i „B”, oraz wyższych niż 35 m, znajdujących się na nieruchomościach w obszarze „C”, w tym każdorazowo na usytuowanych na tych dachach urządzeniach technicznych i ich osłonach: w postaci ażurowych liter lub znaków o wysokości nie przekraczającej 1/10 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 6 m.

Rozdział 3.
Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami – usytuowane na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych

§ 10. Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem postanowień § 8, wyłącznie:

1) na wiatach przystankowych publicznego transportu zbiorowego: do trzech nośników reklamowych formatu małego;

2) na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 30 m^2, pełniących funkcje handlowe: do dwóch jednostronnych nośników reklamowych formatu małego o identycznej formie, w sposób nieprzesłaniający otworów okiennych i drzwiowych;

3) na rusztowaniach, z których wykonywane są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku: w formie siatki reklamowej i tylko w czasie prowadzenia tych prac, z tym zastrzeżeniem, że:

   a) powierzchnia ekspozycyjna reklamy musi zajmować na siatce zwarte pole o kształcie prostokąta:

      - stanowiącego minimalnie 20% i maksymalnie 30% łącznej powierzchni tej siatki widocznej z terenu dostępnego publicznie: w obszarach „A", „B", na obiektach ochrony konserwatorskiej w obszarze „C" oraz na obszarze Wilanowskiego Parku Kulturowego, przy czym na powierzchni siatki nie stanowiącej powierzchni ekspozycyjnej reklamy musi zostać umieszczone odwzorowanie elewacji budynku przykrytej przez siatkę,

      - stanowiącego minimalnie 30% i maksymalnie 60% łącznej powierzchni tej siatki widocznej z terenu dostępnego publicznie: w obszarze „C" poza obiektami ochrony konserwatorskiej oraz obszarem Wilanowskiego Parku Kulturowego,

   b) siatka reklamowa może być usytuowana na okres maksymalnie 9 miesięcy, przy czym po jego upływie ponowne usytuowanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których wykonywane są prace na elewacji danego budynku, możliwe jest po okresie 5 lat;

4) na wolnostojących słupach oświetleniowych oraz słupach trakcyjnych, na wysokości co najmniej 2,5 m nad poziomem gruntu:

   a) w postaci dwustronnych tablic reklamowych o powierzchni ekspozycyjnej każdej ze stron nieprzekraczającej 2 m^2 i szerokości nieprzekraczającej 50% wysokości, zwróconych ku pionowej osi słupa boczną krawędzią, dotyczących wydarzeń i rocznic o znaczeniu społecznym, kulturalnym bądź sportowym,

   b) w postaci tablic reklamowych o wysokości 1,05 m lub 2,07 m i szerokości 1,26 m, sytuowanych w obszarze pasa drogowego, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę, w minimalnej odległości 50 m od innych tablic reklamowych tego typu po tej samej stronie jezdni;

5) na urządzeniach stacji sieci rowerów publicznych:

   a) w postaci naklejek na frontowej i tylnej ścianie jednego terminala, o łącznej powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 0,5 m^2 na każdej ze ścian,

   b) w postaci naklejek w formie ażurowej na słupkach dokujących rowery;

6) na niezadaszonych zejściach do podziemnych stacji publicznego transportu szynowego – w postaci nośników formatu małego, oddalonych od siebie o co najmniej 30 m;

7) na murach oporowych oraz na drogowych i kolejowych obiektach inżynierskich innych niż ściany przejść podziemnych: w postaci murali, przy ograniczeniu powierzchni ekspozycyjnej, zawierającej nazwy handlowe, znaki handlowe i inne elementy promujące towary lub usługi o charakterze komercyjnym, do 3 m^2 na obiekt;

8) na tymczasowych ogrodzeniach placów budowy, wyłącznie w trakcie robót prowadzonych na podstawie zgłoszenia dotyczącego robót budowlanych lub uzyskanej decyzji o pozwoleniu na budowę, pod warunkiem:

   a) zachowania powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 15% powierzchni przęsła ogrodzenia, widocznego z terenu dostępnego publicznie – w obszarach „A", „B", na obiektach ochrony konserwatorskiej w obszarze „C" oraz na obszarze Wilanowskiego Parku Kulturowego,

   b) zachowania powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 30% powierzchni przęsła ogrodzenia, widocznego z terenu dostępnego publicznie – na pozostałych obszarach;

9) na budowlach, urządzeniach technicznych oraz ich obudowach, sytuowanych na dachach budynków: zgodnie z § 9 pkt 2.

Rozdział 4.
Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami – wolnostojące

§ 11. 1. Dopuszcza się sytuowanie niebędących szyldami tablic reklamowych w formie wolnostojącej i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej wyłącznie w sposób spełniający wymienione niżej warunki i w następujących lokalizacjach, z uwzględnieniem postanowień § 8:

1) słupów ogłoszeniowo-reklamowych: bez ograniczeń w zakresie nieruchomości, na jakich mogą być umieszczane, pod warunkiem sytuowania na terenie dostępnym publicznie wyłącznie słupów zgodnych ze wzorami określonymi w załączniku nr 2 wraz z ewentualnymi elementami fotowoltaicznymi;

2) nośników reklamowych formatu dużego, średniego i małego: poza obiektami ochrony konserwatorskiej oraz obszarem Wilanowskiego Parku Kulturowego, wzdłuż ulic lub ich odcinków opisanych w załączniku nr 1 i wskazanych w załączniku graficznym nr 1, w maksymalnej odległości od zewnętrznej krawędzi jezdni:

   a) 30 m wzdłuż autostrad i dróg ekspresowych,

   b) 25 m dla nośników reklamowych formatu dużego oraz 15 m dla nośników reklamowych formatu średniego i małego wzdłuż pozostałych dróg;

3) sytuowanych na słupku tablic reklamowych o wysokości 1,05 m lub 2,07 m i szerokości 1,26 m, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę, w minimalnej odległości 50 m od innych takich tablic reklamowych sytuowanych na słupkach bądź latarniach po tej samej stronie jezdni: w pasach drogowych;

4) tablic reklamowych bądź urządzeń reklamowych dotyczących instytucji kultury, w formie trwałych konstrukcji, o ile ich wysokość nie przekracza 2,50 m przy wymiarze poziomym stanowiącym nie więcej niż 30% wymiaru pionowego, a ich liczba nie przekracza dwóch: w maksymalnej odległości 10 m od nieruchomości, na której odbywa się działalność.

2. Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych wyłącznie w sposób spełniający wymienione poniżej zasady, z uwzględnieniem postanowień § 8:

1) nakaz zachowania minimalnych odległości od innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej:

   a) dla nośnika reklamowego formatu małego oraz słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni,

   b) dla nośnika reklamowego formatu średniego:

      - 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego i słupów ogłoszeniowo-reklamowych,

      - 150 m po tej samej stronie jezdni lub 75 m po przeciwnej stronie jezdni ulicy, wzdłuż której dopuszczone jest sytuowanie nośników reklamowych formatu średniego – w stosunku do innych nośników reklamowych formatu średniego,

      - 200 m w stosunku do nośników reklamowych formatu dużego,

   c) dla nośnika reklamowego formatu dużego:

      - 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych,

      - 200 m w stosunku do nośników reklamowych formatów średniego lub dużego,

2) nakaz zachowania minimalnych odległości od następujących elementów przestrzeni:

   a) od budynków:

      - dla nośnika reklamowego formatu małego i słupa ogłoszeniowo-reklamowego o wysokości mniejszej niż 3,8 m, nie licząc elementów fotowoltaicznych: 4 m,

      - dla słupa ogłoszeniowo-reklamowego o wysokości równej lub większej niż 3,8 m, nie licząc elementów fotowoltaicznych: 6 m,

- dla nośnika reklamowego formatu średniego: 10 m,
- dla nośnika reklamowego formatu dużego: 20 m,

b) od wiat przystankowych publicznego transportu zbiorowego: 10 m,

c) od pomników:

- dla słupa ogłoszeniowo-reklamowego o wysokości mniejszej niż 3,8 m, nie licząc elementów fotowoltaicznych, i nośnika reklamowego formatu małego: 30 m,
- dla pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych: 50 m,

d) od innych obiektów budowlanych, służących upamiętnieniu wydarzeń historycznych bądź osób:

- dla słupa ogłoszeniowo-reklamowego o wysokości mniejszej niż 3,8 m, nie licząc elementów fotowoltaicznych, i nośnika reklamowego formatu małego: 15 m,
- dla pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych: 30 m,

3) zakaz pogarszania warunków wegetacji drzew;

4) nakaz stosowania konstrukcji o wysokim standardzie jakościowym, przez co rozumie się konstrukcje:

a) o długotrwałej odporności na proces starzenia,

b) odporne na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania drobnych czynników mechanicznych i czynników atmosferycznych oraz wykonane z materiałów odpornych na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania tych czynników,

c) wykonane z następujących materiałów budowlanych: aluminium, stal nierdzewna lub stal ocynkowana, beton klasy C30/37 lub wyższej, szkło bezpieczne lub tworzywo sztuczne barwione w masie;

5) nakaz stosowania elementów konstrukcyjnych o barwie achromatycznej wykonanych z metalu, betonu lub tworzywa sztucznego, przy czym dopuszcza się malowanie wyłącznie elementów wykonanych z metalu pod warunkiem stosowania farb organicznych proszkowych drobnostrukturalnych o nawierzchni matowej perlistej.

DZIAŁ IV.
OBIEKTY MAŁEJ ARCHITEKTURY

§ 12. Określa się zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury:

1) ustala się standardy jakościowe i materiałowe obiektów małej architektury na terenie dostępnym publicznie:

a) dla elementów wyposażenia powtarzalnego w obszarach „A”, „B” oraz na obiektach ochrony konserwatorskiej w obszarze „C” nakazuje się stosowanie materiałów o długotrwałej odporności na procesy starzenia,

b) dla elementów, o których mowa w lit. a, nakazuje się stosowanie następujących materiałów:

- dla widocznych części metalowych: stal nierdzewna, malowana lub kortenowska, aluminium anodowane lub malowane, żeliwo malowane,
- kamień naturalny,
- beton z kruszywem kamiennym płukanym o frakcji 2-5 mm, beton kompozytowy lub polimerowy gładki,
- drewno o twardości nie mniejszej niż 40 MPa o zwartym usłojeniu,
- szkło klejone lub hartowane, w szczególności na nieażurowych wypełnieniach ogrodzeń segmentowych,
- w przypadku malowania powierzchni metalowych, farby organiczne proszkowe drobnostrukturalne o nawierzchni matowej perlistej,

c) dla elementów wyposażenia powtarzalnego, sytuowanych w obszarze „C” poza obiektami ochrony konserwatorskiej, nakazuje się stosowanie w szczególności następujących materiałów:

- dla widocznych części metalowych: stal nierdzewna, malowana lub kortenowska, aluminium anodowane lub malowane, żeliwo malowane,
- beton z kruszywem kamiennym płukanym o frakcji 2-5 mm, beton kompozytowy lub polimerowy gładki,
- drewno o twardości nie mniejszej niż 40 MPa o zwartym usłojeniu,

d) w obrębie jednej przestrzeni, takiej jak plac, ulica lub jej czytelnie wyodrębniony odcinek, nakazuje się stosowanie spójnych stylowo elementów wyposażenia powtarzalnego z zachowaniem jednakowych kolorów w obrębie jednej grupy materiałowej,

e) na malowanych widocznych częściach metalowych elementów wyposażenia powtarzalnego należy stosować kolory achromatyczne o stopniu sczernienia nie mniejszym niż 50%, w szczególności RAL 7016, przy czym dopuszcza się akcentowanie kolorami chromatycznymi;

2) dla wyposażenia placów miejskich, a także wymienionych niżej terenów dostępnych publicznie, wskazanych na załączniku graficznym nr 2, dopuszcza się rozwiązania indywidualne, spójne w zakresie stylu w obrębie danego miejsca, inne niż określone w pkt 1 lit. b oraz e:

a) obszar Starego Miasta, wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO,

b) obszar Traktu Królewskiego, w szczególności ciąg ulic Krakowskie Przedmieście, Nowy Świat i Aleje Ujazdowskie wraz z łączącymi je przestrzeniami,

c) ciąg ulic Mazowiecka, Szpitalna, Bracka wraz z łączącymi je przestrzeniami,

d) ulica Targowa,

e) zespół pl. Wileńskiego, pl. Weteranów 1863 r. oraz łączącego je odcinka al. „Solidarności”;

3) dla pozostałych obiektów małej architektury, w szczególności obiektów kultu religijnego, obiektów architektury ogrodowej i obiektów użytkowych, służących rekreacji codziennej i utrzymaniu czystości, dopuszcza się indywidualne rozwiązania, dostosowane do rodzaju obiektu, jego lokalizacji oraz tożsamości i tradycji miejsca.

DZIAŁ V.
OGRODZENIA

§ 13. 1. Określa się zasady sytuowania ogrodzeń od strony ulic i placów oraz innych terenów dostępnych publicznie w zakresie lokalizacji:

1) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń wyłącznie wzdłuż linii rozgraniczających wyznaczonych w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego, decyzji o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu lub decyzji o ustaleniu lokalizacji inwestycji celu publicznego, z możliwością miejscowego wycofania ogrodzeń w głąb grodzonego terenu w przypadku:

a) konieczności ominięcia istniejących przeszkód, takich jak drzewa lub urządzenia infrastruktury technicznej,

b) w miejscach sytuowania bram wjazdowych oraz wejść na posesję,

c) w rejonach wyjść z obiektów generujących wzmożony ruch pieszy;

2) w sytuacji braku danych, pozwalających na ustalenie docelowego przebiegu linii rozgraniczających, miejsc sytuowania ogrodzeń nie określa się.

2. Określa się warunki sytuowania ogrodzeń od strony ulic i placów oraz innych miejsc publicznych w zakresie wysokości i stopnia ażurowości:

1) dla zabudowy mieszkaniowej wysokość ogrodzenia:

a) o stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% nie może przekraczać 1,80 m,

b) o stopniu ażurowości mniejszym niż 50% nie może przekraczać 1,20 m;

2) dla obiektów nauki, oświaty, zdrowia i pomocy społecznej wysokość ogrodzenia nie może przekraczać 2,50 m;

3) dla obiektów sportowych wysokość ogrodzenia (z wyłączeniem piłkochwytów):

a) o stopniu ażurowości równym lub większym niż 70% nie może przekraczać 3 m,

b) o stopniu ażurowości mniejszym niż 70% nie może przekraczać 1,20 m;

4) dla obiektów biurowych, obiektów wystawienniczo-handlowych, bazarów i targowisk wysokość ogrodzenia:

a) o stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% nie może przekraczać 3 m,

b) o stopniu ażurowości mniejszym niż 50% nie może przekraczać 1,20 m;

5) dla ogrodów działkowych wysokość ogrodzenia nie może przekraczać 1,50 m, a stopień ażurowości nie może być mniejszy niż 70%;

6) dla obiektów technicznych, produkcyjnych, składowych i magazynowych, zajezdni, baz transportowych, stacji paliw wysokość ogrodzenia:

a) o stopniu ażurowości równym lub większym niż 50% nie może przekraczać 3,50 m,

b) o stopniu ażurowości mniejszym niż 50% nie może przekraczać 2,20 m;

7) dla pozostałych obiektów nie określa się wysokości i stopnia ażurowości ogrodzenia.

3. Na całym obszarze Miasta Stołecznego Warszawy zakazuje się stosowania, na częściach ogrodzeń widocznych od strony dróg publicznych, placów oraz innych terenów dostępnych publicznie, następujących materiałów:

1) prefabrykowanych płyt z betonu o grubości większej niż 3 cm;

2) blach fałdowych, w tym falistych i trapezowych;

3) poliwęglanu;

4) ostro zakończonych elementów szklanych bądź ceramicznych.

4. Od strony ulic lub ich odcinków, w tym skrzyżowań, rond i placów, przez które przechodzą, położonych na obszarze „A”, a także wymienionych w załączniku nr 1 i wskazanych w załączniku graficznym nr 2, nakazuje się stosowanie ogrodzeń o wysokim standardzie jakościowym, przez co rozumie się ogrodzenia:

1) o długotrwałej odporności na proces starzenia;

2) o konstrukcji odpornej na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych oraz wykonane z materiałów odpornych na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania tych czynników;

3) niezawierające następujących materiałów:

a) prętów zbrojeniowych żebrowanych,

b) drutu o średnicy mniejszej niż 5 mm, w tym wykonanych z niego siatek plecionych i zgrzewanych – z wyłączeniem ogrodzeń obiektów sportowych,

c) drewna o grubości mniejszej niż 3 cm;

5. Ogrodzenia, których usytuowanie, rodzaj i cechy muszą spełniać warunki wynikające z przepisów odrębnych, nie podlegają wymogom określonym w uchwale.

6. Wprowadza się zakaz:

1) wygradzania terenu zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, którego dwa najbardziej oddalone od siebie punkty odległe są od siebie o więcej niż 200 m lub którego łączna powierzchnia przekracza 2 ha, zaś wielkości te w obu przypadkach liczone są niezależnie od struktury własnościowej i istniejących ogrodzeń wewnątrz tego terenu;

2) przegradzania ciągów pieszych wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.

7. Dla obszarów istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, powstałej pierwotnie w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli, wskazanych w § 5 załącznika nr 1 i na załączniku graficznym nr 2, wprowadza się ponadto zakaz grodzenia:

1) przestrzeni wspólnych obejmujących ogólnodostępne ciągi piesze oraz zieleń osiedlową;

2) budynków mieszkalnych, parkingów i placów zabaw dla dzieci ogrodzeniami wyższymi niż 1,2 m.

8. Dla ogrodzeń tymczasowych, funkcjonujących w okresie krótszym niż 3 lata, pozbawionych fundamentów i otaczających plac budowy inwestycji realizowanych w oparciu o pozwolenie na budowę lub skuteczne zgłoszenie, nie ustala się zasad i warunków sytuowania, za wyjątkiem ogrodzeń otaczających obiekty ochrony konserwatorskiej, dla których ustala się stosowanie co najmniej dwóch wizjerów, sytuowanych w sposób pozwalający na obserwację placu budowy przez osoby postronne.

DZIAŁ VI.
PRZEPISY PRZEJŚCIOWE

§ 14. Określa się termin dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale, istniejących w dniu jej wejścia w życie:

1) szyldów – 3 lata od wejścia w życie uchwały;

2) pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – 2 lata od wejścia w życie uchwały;

3) obiektów małej architektury – 5 lat od wejścia w życie uchwały.

§ 15. Ogrodzenia istniejące w dniu wejścia w uchwały w życie zwalnia się z obowiązku dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale.

§ 16. Określa się następujące warunki dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, istniejących w dniu wejścia w życie uchwały, do zasad i warunków w niej określonych:

1) warunkiem dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych jest usunięcie wszystkich ich elementów, które są niezgodne z postanowieniami uchwały;

2) w przypadku, gdy niezgodność z postanowieniami uchwały dotyczy wzajemnych relacji między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, konieczność dostosowania obejmuje wszystkie tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, niespełniające określonych w uchwale warunków i zasad, aż do momentu ustania niezgodności z postanowieniami uchwały, z tym zastrzeżeniem, że jeżeli:

   a) szyldy usytuowane są niezgodnie z postanowieniami § 4 pkt 3, ale spełniają pozostałe postanowienia uchwały, to obowiązek dostosowania oznacza konieczność usunięcia szyldów o najmniejszej powierzchni ekspozycyjnej, aż do uzyskania ich liczby zgodnej z postanowieniami § 4 pkt 3,

   b) szyldy wskazane w § 5 ust. 1 pkt 1 lit. a nie są sytuowane na jednolitej wysokości i nie cechują się jednolitą wysokością, to należy je w tym zakresie dostosować do najliczniejszej grupy szyldów o jednolitej wysokości i sytuowanych na jednolitej wysokości, o ile grupę taką można wyróżnić; w przypadku, gdy nie ma możliwości wyznaczenia najliczniejszej grupy odniesienia, za niezgodne z uchwałą uznaje się wszystkie szyldy na jednym budynku, w obrębie pól szyldowych usytuowanych na tej samej wysokości,

   c) szyldy wskazane w § 5 ust. 1 pkt 5 lit. a nie posiadają jednolitego formatu, to należy je w tym zakresie dostosować do najliczniejszej grupy szyldów o jednolitym formacie po obu stronach danego wejścia do budynku lub bramy, o ile grupę taką można wyróżnić; w przypadku, gdy nie ma możliwości wyznaczenia najliczniejszej grupy odniesienia, za niezgodne z uchwałą uznaje się wszystkie szyldy po obu stronach danego wejścia do budynku lub bramy,

   d) szyldy są usytuowane niezgodnie z postanowieniami § 5 ust. 2 pkt 1 lit. c, to należy je w tym zakresie dostosować do najliczniejszej grupy szyldów tworzących poziomą lub pionową oś na elewacji, o ile grupę taką można wyróżnić; w przypadku, gdy nie ma możliwości wyznaczenia najliczniejszej grupy odniesienia, za niezgodne z uchwałą uznaje się wszystkie szyldy sytuowane na danej elewacji poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji,

   e) na elewacji powyżej strefy parteru usytuowanych jest więcej niż jeden szyld semaforowy i są one zgodne z postanowieniami § 5 ust. 2 pkt 2 lit. a i b, to obowiązek redukcji ich liczby do jednego, wynikający z § 5 ust. 2 pkt 2, nie występuje,

f) szyldy usytuowane na elewacji powyżej strefy parteru są niezgodne z postanowieniami § 5 ust. 2 pkt 5, ale spełniają pozostałe postanowienia uchwały, to obowiązek dostosowania do postanowień § 5 ust. 2 pkt 5 nie występuje,

g) szyldy usytuowane powyżej górnej krawędzi elewacji są niezgodne z postanowieniami § 5 ust. 3 pkt 3, ale spełniają pozostałe postanowienia uchwały, to obowiązek dostosowania do postanowień § 5 ust. 3 pkt 3 nie występuje;

3) w przypadku, gdy niezgodność z postanowieniami uchwały dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych usytuowanych przed 1 stycznia 1989 r. lub ich wiernych rekonstrukcji w oryginalnej lokalizacji, to obowiązek dostosowania nie występuje;

4) w przypadku, gdy niezgodność z postanowieniami uchwały wynika z pojawienia się w przestrzeni, po wejściu w życie uchwały, nowego elementu wymienionego w § 11 ust. 2 pkt 2 w mniejszej odległości niż dopuszczalna, obowiązek dostosowania występuje 1 rok po oddaniu do użytkowania nowego elementu.

DZIAŁ VII.
PRZEPISY KOŃCOWE

§ 17. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Stołecznego Warszawy.

§ 18. 1. Uchwała podlega ogłoszeniu w Dzienniku Urzędowym Województwa Mazowieckiego oraz wymaga opublikowania na stronie internetowej Urzędu m.st. Warszawy.

2. Uchwała wchodzi w życie po upływie 90 dni od dnia ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Mazowieckiego.

Przewodnicząca Rady m.st. Warszawy

Ewa Malinowska-Grupińska

Załącznik Nr 1 do uchwały Nr XXV/697/2020
Rady Miasta Stołecznego Warszawy
z dnia 16 stycznia 2020 r.

Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń

§ 1. Obszary oznaczono w załączniku graficznym nr 1 i w załączniku graficznym nr 2.

§ 2. Ustala się następujące obszary, dla których obowiązują różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń:

1) obszar „A”, obejmujący:

a) w granicach Dzielnicy Ochota m.st. Warszawy następujące obręby: 20101, 20102, 20201, 20202,

b) w granicach Dzielnicy Praga-Południe m.st. Warszawy następujące obręby: 30101, 30201, 30204, 30205,

c) w granicach Dzielnicy Praga-Północ m.st. Warszawy następujące obręby: 41201, 41202, 41203, 41204, 41301, 41304, 41305, 41306, 41307, 41401, 41402, 41403, 41404, 41405, 41406, 41407, 41501, 41502, 41503, 41504, 41505, 41506, 41507, 41508,

d) w granicach Dzielnicy Śródmieście m.st. Warszawy następujące obręby: 50101, 50102, 50103, 50104, 50105, 50106, 50107, 50108, 50201, 50202, 50203, 50204, 50205, 50206, 50207, 50208, 50209, 50210, 50211, 50301, 50302, 50303, 50304, 50305, 50306, 50307, 50308, 50309, 50310, 50311, 50401, 50402, 50403, 50404, 50405, 50406, 50407, 50408, 50501, 50502, 50503, 50504, 50505, 50506, 50507, 50508, 50510, 50511, 50601, 50602, 50604, 50605, 50606,

e) w granicach Dzielnicy Wola m.st. Warszawy następujące obręby: 60101, 60102, 60103, 60104, 60105, 60106, 60107, 60108, 60109, 60110, 60201, 60202, 60203, 60204, 60205, 60206, 60207, 60302;

2) obszar „B”, obejmujący:

a) w granicach Dzielnicy Mokotów m.st. Warszawy następujące obręby: 10101, 10102, 10103, 10108, 10109, 10110, 10111, 10112, 10113, 10117, 10118, 10119, 10120, 10121, 10126, 10207, 10214, 10215, 10217, 10225, 10230, 10301, 10302,

b) w granicach Dzielnicy Ochota następujące obręby: 20103, 20104, 20105, 20106, 20203, 20204, 20205, 20206, 20207, 20208, 20209, 20303, 20307, 20308, 20309, 20310,

c) w granicach Dzielnicy Praga-Południe m.st. Warszawy następujące obręby: 30102, 30103, 30104, 30105, 30106, 30107, 30108, 30109, 30110, 30111, 30112, 30113, 30114, 30202, 30203, 30206, 30207, 30208, 30211, 30212, 30401, 30402, 30406, 30501, 30502, 30503, 30504, 30510, 30511, 30531, 30532,

d) w granicach Dzielnicy Praga-Północ m.st. Warszawy następujące obręby: 41807, 41808, 41809, 41811,

e) w granicach Dzielnicy Śródmieście m.st. Warszawy następujące obręby: 50509, 50512, 50607, 50608, 50609, 50610, 50611, 50612, 50613, 50615, 50616, 50617,

f) w granicach Dzielnicy Targówek następujące obręby: 41810,

g) w granicach Dzielnicy Wola m.st. Warszawy następujące obręby: 60301, 60303, 60304, 60305, 60306, 60307, 60308, 60309, 60310, 60311, 60312, 60313, 60314, 60315, 60316, 60317, 60318, 60319, 60401, 60402, 60403, 60404, 60405, 60406, 60407, 60408, 60409, 60506, 60605, 60610, 60611, 60612, 60613, 60704, 60705, 60713, 61404,

h) w granicach Dzielnicy Żoliborz m.st. Warszawy następujące obręby: 70101, 70106, 70107, 70109, 70110, 70111, 70112, 70113, 70114, 70115, 70116, 70117, 70119, 70120, 70121, 70207, 70302, 70303, 70304, 70305, 70306;

3) obszar „C”, obejmujący pozostałe, niewymienione powyżej obręby w granicach administracyjnych Miasta Stołecznego Warszawy.

§ 3. Ustala się ulice lub ich odcinki, wzdłuż których, zgodnie z § 11 ust. 1 pkt 2 uchwały, dopuszcza się sytuowanie niebędących szyldami tablic reklamowych w formie wolnostojącej i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej:

1) nośników reklamowych formatu dużego, średniego i małego:

a) po jednej stronie ulicy:

- ul. Armii Krajowej na odcinku od ul. W. Broniewskiego do ul. J. Słowackiego (strona południowo-wschodnia),
- Al. Jerozolimskie na odcinku od al. 4 Czerwca 1989 r. do ul. Mszczonowskiej (strona północno-zachodnia),
- al. Prymasa Tysiąclecia na odcinku od ul. Czorsztyńskiej do ul. Obozowej (strona wschodnia),

b) po dwóch stronach ulicy:

- ul. Armii Krajowej na odcinku od ul. Gdańskiej do ul. A. Mickiewicza oraz od ul. gen. S. Maczka do ul. W. Broniewskiego,
- ul. F. Hynka,
- Al. Jerozolimskie na odcinku od ul. Mszczonowskiej do ul. Bitwy Warszawskiej 1920 r.,
- al. Legionów Piłsudskiego na odcinku od toru kolejowego PLK Nr 8 do ul. Puławskiej,
- ul. Łopuszańska na odcinku od al. Krakowskiej do torów WKD,
- ul. Obrońców Grodna na odcinku od ul. Księcia Janusza do granicy m.st. Warszawy,
- al. POW w dzielnicy Ursus na odcinkach w granicach m.st. Warszawy oraz w dzielnicy Włochy na odcinku od przedłużenia ul. Działkowej do ul. Paluch,
- al. Prymasa Tysiąclecia na odcinku od przedłużenia ul. Armatniej do ul. Czorsztyńskiej oraz od ul. Obozowej od toru kolejowego PLK Nr 509,
- ul. Toruńska na odcinku od ul. Łabiszyńskiej do ul. Głębockiej,
- al. gen M. Wittek na odcinku od ul. Marymonckiej do ul. J. Kasprowicza,

2) nośników reklamowych formatu średniego i małego:

a) po jednej stronie ulicy:

- ul. Andrzeja Boboli na odcinku od ul. Rakowieckiej do ul. A.J. Madalińskiego (strona wschodnia),
- ul. Bitwy Warszawskiej 1920 r. na odcinku od ul. Szczęśliwickiej do ul. Grójeckiej (strona południowa),
- ul. W. Broniewskiego na odcinku od ul. Włościańskiej do ul. Braci Załuskich (strona północna),
- ul. J. Ciszewskiego na odcinku od ul. Nowoursynowskiej do ul. ppłk. Z.S. Kiedacza (strona południowa),
- ul. Czerniakowska na odcinku od ul. Łazienkowskiej do ul. J. Gagarina (strona zachodnia),
- ul. Dolina Służewiecka na odcinku od al. KEN do al. J. Rodowicza „Anody” (strona południowa),
- ul. Ł. Drewny na odcinku od ul. Przyczółkowej do ul. Zapłocie (strona zachodnia),
- ul. J. Gagarina na odcinku od ul. Parkowej do ul. Podchorążych (strona południowa) oraz od ul. Czerskiej do ul. Czerniakowskiej (strona południowa),
- ul. Głębocka na odcinku od ul. Toruńskiej do ul. Malborskiej (strona północno-zachodnia),
- ul. Górczewska na odcinku od ul. Powstańców Śląskich do toru kolejowego PLK Nr 509 (strona północna), a następnie od ul. Białowiejskiej do ul. Muszlowej (strona południowa) i od ul. Sokołowskiej do ul. Młynarskiej (strona północna),

- ul. Jagiellońska na odcinku od ul. A. Kotsisa do ul. J. Budzińskiej-Tylickiej (strona zachodnia),
- ul. Jana III Sobieskiego na odcinku od ul. Nałęczowskiej do ul. Bonifacego (strona południowo-zachodnia),
- Al. Jerozolimskie na odcinku od granicy m.st. Warszawy do al. 4 czerwca 1989 r. (strona północna),
- ul. Kleszczowa na odcinku od ul. Płomyka do ul. Krańcowej (strona południowa),
- ul. Kopińska na odcinku od ul. Białobrzeskiej do ul. Grójeckiej (strona południowa),
- ul. M. Kasprzaka na odcinku od ul. J. Bema do ul. E. Zegadłowicza (strona północna),
- ul. gen. S. Maczka (strona północna),
- ul. Marymoncka na odcinku od ul. Muzealnej do ul. Dewajtis (strona południowo-zachodnia) i od ul. Podleśnej do ul. S. Żeromskiego (strona północno-wschodnia),
- ul. Marywilska na odcinku od ul. Inowłodzkiej do ul. Smugowej (strona wschodnia),
- ul. Modlińska na odcinku od ul. Braci Zawadzkich do ul. Sąsiedzkiej (strona zachodnia),
- ul. Ostrobramska na odcinku od ul. Jubilerskiej do ronda I. Mościckiego (strona północna),
- ul. F. Płaskowickiej na odcinku od ul. Rolnej do ul. rtm. W. Pileckiego (strona północna),
- ul. Połczyńska na odcinku od granicy m. st. Warszawy do ul. Szeligowskiej (strona północna),
- ul. Powstańców Śląskich na odcinku od ul. Górczewskiej do ul. Muszlowej (strona zachodnia),
- ul. Puławska na odcinku od al. Wyścigowej do ul. E. Romera (strona wschodnia) i od ul. Karczunkowskiej do granicy m.st. Warszawy (strona zachodnia),
- ul. Puławska na odcinku od ul. L. Idzikowskiego do ul. Bukowińskiej (strona wschodnia),
- ul. Płowiecka na odcinku od ronda I. Mościckiego do ul. T. Edisona (strona północna),
- ul. Radzymińska na odcinkach: od ul. ks. P. Skargi do ul. Gorzykowskiej (strona południowo-wschodnia) i od ul. Krynoliny do granicy m.st. Warszawy (strona północno-zachodnia),
- al. J. Rodowicza „Anody" na odcinku od ul. Dolina Służewiecka do ul. W.B. Jastrzębowskiego (strona zachodnia),
- ul. J. Rosoła na odcinku od ul. K. Jeżewskiego do ul. Wąwozowej (strona zachodnia),
- ul. Solec na odcinku od ul. Górnośląskiej do ul. Łazienkowskiej (strona zachodnia),
- ul. Z. Słomińskiego na odcinku od ul. A. Mickiewicza do ul. Zakroczymskiej (strona północna),
- ul. Towarowa na odcinku od ul. Grzybowskiej do ul. Łuckiej (strona wschodnia),
- ul. Wawelska na odcinku od ul. Żwirki i Wigury do ul. L. Waryńskiego (strona południowa),
- al. Wilanowska na odcinku od Bukowińskiej do al. gen. W. Sikorskiego (strona południowa),
- ul. Wołoska na odcinku od ul. A.J. Madalińskiego do ul. J. Bytnara „Rudego" (strona zachodnia),
- ul. J.P. Woronicza na odcinku od al. Niepodległości do ul. Puławskiej (strona południowa),

b) po dwóch stronach ulicy:

- al. 4 Czerwca 1989 r.,
- ul. Annopol na odcinku od ul. Bazyliańskiej do ul. Proletariatczyków,
- ul. Bazyliańska,
- ul. Belwederska na odcinku od ul. J. Gagarina do Chełmskiej,
- ul. W. Broniewskiego na odcinku od ul. W. Reymonta do ul. Włościańskiej,
- ul. Bukowińska na odcinku od ul. Domaniewskiej do al. Wilanowskiej,
- ul. J. Ciszewskiego na odcinku od ul. rtm. W. Pileckiego do ul. Nowoursynowskiej,

- ul. J. Conrada,
- ul. Cybernetyki na odcinku od ul. Taśmowej do ul. W. Rzymowskiego,
- ul. B. Czecha na odcinku od toru kolejowego PLK Nr 7 do ul. Kościuszkowców,
- ul. Czerniakowska na odcinku od ul. J. Gagarina do ul. Woziwody,
- ul. Domaniewska,
- ul. gen. A.E. Fieldorfa „Nila” na odcinku od ul. Jugosłowiańskiej do ul. Ostrobramskiej,
- ul. J. Gagarina na odcinku od ul. Podchorążych do ul. Stępińskiej,
- ul. K. Gierdziejewskiego,
- ul. W. Rzymowskiego na odcinku od ul. Marynarskiej do ul. A. Pallutha,
- ul. Grochowska od ul. Podolskiej do ul. Jordanowskiej,
- ul. Górczewska na odcinkach od ul. Młynarskiej do toru kolejowego PLK Nr 20, od al. Prymasa Tysiąclecia do ul. Mrocznej, od ul. Białowiejskiej do toru kolejowego PLK Nr 509 i od ul. Powstańców Śląskich do granicy m.st. Warszawy,
- al. Harcerzy Rzeczpospolitej na odcinku od ul. Wałbrzyskiej do ul. J.S. Bacha,
- ul. Jagiellońska na odcinkach: od ul. S. Starzyńskiego do ul. A. Kotsisa i od ul. J. Budzińskiej-Tylickiej do ul. Toruńskiej,
- ul. Jana III Sobieskiego na odcinku od al. Wilanowskiej do ul. Nałęczowskiej oraz od ul. Bonifacego do Chełmskiej,
- ul. Kasprzaka na odcinku od ul. Karolkowej do ulicy E. Zegadłowicza i od al. Prymasa Tysiąclecia do ul. Wolskiej,
- ul. Komitetu Obrony Robotników na odcinku od al. Krakowskiej do ul. Szybowcowej,
- ul. L. Kondratowicza na odcinku od ul. Rembielińskiej do ul. Blokowej,
- al. płk. R. Kuklińskiego na odcinku od ul. Świderskiej do ul. Modlińskiej,
- ul. Lazurowa,
- al. Lotników na odcinku od al. Wilanowskiej do ul. Orzyckiej,
- ul. Łodygowa,
- ul. Łopuszańska na odcinku od ul. Krańcowej do Al. Jerozolimskich,
- ul. Marsa na odcinku od ul. Chełmżyńskiej do ul. Żołnierskiej,
- ul. Marynarska,
- ul. Marywilska na odcinku od ul. Inowłodzkiej do ul. Toruńskiej,
- ul. J. Meissnera,
- ul. A. Mickiewicza na odcinku od ul. Klaudyny do ul. Potockiej,
- ul. Modlińska na odcinku od ul. Głównej do ul. Braci Zawadzkich oraz od ul. Sąsiedzkiej do ul. Toruńskiej,
- al. Niepodległości na odcinku od ul. J.P. Woronicza do ul. Puławskiej,
- ul. Okopowa na odcinku od ul. Chłodnej do ul. M. Anielewicza,
- ul. Ostrobramska na odcinku od al. Stanów Zjednoczonych do ul. gen. B. Wieniawy-Długoszowskiego,
- ul. rtm. W. Pileckiego na odcinku od ul. Puławskiej do ul. F. Płaskowickiej,
- ul. F. Płaskowickiej na odcinku od ul. Puławskiej do ul. Rolnej i od ul. rtm. W. Pileckiego do ul. Stryjeńskich,

- ul. Płowiecka na odcinku od ul. Jordanowskiej do ronda I. Mościckiego oraz od ul. T. Edisona do toru kolejowego PLK Nr 7,
- ul. Płochocińska na odcinkach: od ul. Modlińskiej do ul. Krzyżówki i od ul. Marywilskiej do ul. Cieślewskich,
- ul. Poleczki na odcinku od ul. Zatorze do ul. Puławskiej,
- ul. Połczyńska na odcinku od ul. Hubalczyków do ul. Drzeworytników,
- ul. Powstańców Śląskich na odcinku od ul. Piastów Śląskich do ul. Górczewskiej i od ul. Muszlowej do ul. Połczyńskiej,
- ul. Prosta na odcinku od ul. Towarowej do ul. Karolkowej,
- ul. Puławska na odcinku od ul. Domaniewskiej do al. Lotników oraz od ul. E. Romera do ul. Karczunkowskiej,
- ul. Radiowa na odcinku od ul. Powstańców Śląskich do ul. Wrocławskiej,
- ul. Radzymińska na odcinku od ul. Naczelnikowskiej do ul. ks. P. Skargi oraz od ul. Gorzykowskiej do ul. Krynoliny,
- ul. Rembielińska,
- ul. W. Reymonta na odcinku od ul. gen. S. Maczka do ul. S. Żeromskiego i od ul. E. Schroegera do ul. J. Kasprowicza,
- ul. J. Rodowicza „Anody” na odcinku od ul. W. Jastrzębowskiego do ul. Przy Bażantarni,
- ul. W. Roentgena,
- ul. Rolna na odcinku od al. Wilanowskiej do ul. Wałbrzyskiej,
- al. gen. W. Sikorskiego na odcinku od ul. Jana III Sobieskiego do ul. Pory,
- ul. Z. Słomińskiego na odcinku od al. Jana Pawła II do ul. gen. W. Andersa,
- ul. Sokratesa,
- al. „Solidarności” na odcinku od ul. Okopowej do ul. Karolkowej oraz od ul. Targowej do ul. Naczelnikowskiej,
- al. Stanów Zjednoczonych na odcinku od ul. Francuskiej do ronda Wiatraczna,
- ul. S. Starzyńskiego,
- ul. Stryjeńskich,
- ul. Światowida,
- ul. Towarowa na odcinkach od ul. Chłodnej do ul. Grzybowskiej i od ul. Łuckiej do Al. Jerozolimskich,
- ul. Trakt Brzeski na odcinku od ul. Jana Pawła II do granicy m.st. Warszawy,
- ul. Traktorzystów,
- ul. W. Umińskiego,
- ul. Wąwozowa,
- ul. Wiertnicza na odcinku od ul. Nałęczowskiej do ul. Obornickiej,
- al. Wilanowska na odcinku od ul. W. Rzymowskiego do ul. Rolnej,
- ul. W. Witosa,
- ul. Wolska na odcinku od ul. Skierniewickiej do ul. Elekcyjnej i od ul. Hubalczyków do ul. Studziennej,
- ul. Wołoska na odcinku od ul. J. Bytnara „Rudego” do al. Wilanowskiej,

- ul. J.P. Woronicza na odcinku od ul. Etiudy Rewolucyjnej do al. Niepodległości,
- ul. Wrocławska na odcinku od ul. Radiowej do ul. Powstańców Śląskich,
- ul. P. Wysockiego,

3) nośników reklamowych formatu małego:

a) ul. Bartnicza,

b) ul. Belgradzka na odcinku od ul. Stryjeńskich do ul. J. Rosoła,

c) ul. L. van Beethovena,

d) ul. św. Bonifacego na odcinku od al. gen. W. Sikorskiego do ul. Powsińskiej,

e) ul. Borzymowska,

f) ul. T. Boya-Żeleńskiego,

g) ul. T. Chałubińskiego,

h) ul. Chełmska,

i) ul. J. Chłopickiego na odcinku od ul. Szaserów do ul. Makowskiej,

j) ul. Chodecka,

k) ul. Cierlicka,

l) ul. Człuchowska na odcinku od ul. Lazurowej do ul. Powstańców Śląskich,

m) ul. K. Dickensa,

n) ul. Dolna na odcinku od ul. Belwederskiej do ul. Konduktorskiej,

o) ul. J. Dwernickiego,

p) ul. Dzieci Warszawy na odcinku od ul. Plutonu AK „Torpedy” do ul. Ryżowej,

q) ul. Dźwigowa na odcinku od ul. Redaktorskiej do ul. Połczyńskiej,

r) ul. Egipska,

s) ul. Galla Anonima,

t) ul. I. Gandhi na odcinku od ul. rtm. W. Pileckiego do ul. J. Rosoła,

u) ul. Gorzykowska,

v) ul. Grochowska na odcinku od ul. Mińskiej do ul. Terespolskiej oraz od ul. Podskarbińskiej do ul. Bitwy Grochowskiej,

w) ul. Grójecka na odcinku od ul. S. Banacha do ul. Wawelskiej oraz od ul. J.U. Niemcewicza do pl. Zawiszy,

x) ul. Grzybowska na odcinku od ul. Towarowej do pl. Grzybowskiego,

y) ul. Handlowa,

z) ul. Jana Olbrachta na odcinku od ul. Górczewskiej do ul. J. Sowińskiego,

aa) al. Jana Pawła II na odcinku od ul. Dzikiej do ul. M. Anielewicza oraz od ul. Elektoralnej do Al. Jerozolimskich,

ab) ul. Jana Pawła II,

ac) ul. A. Jarzębskiego,

ad) Al. Jerozolimskie na odcinku od pl. A. Zawiszy do ul. Brackiej,

ae) al. KEN na odcinku od ul. Dolina Służewiecka do ul. J. Iwanowa-Szajnowicza,

af) ul. Kleszczowa na odcinku od ul. Krańcowej do ul. Ryżowej,

ag) ul. Kijowska,

ah) ul. Kołowa na odcinku od ul. św. Wincentego do ul. M. Ossowskiego,

ai) ul. Kompanii AK „Kordian”,

aj) ul. L. Kondratowicza na odcinku od ul. Blokowej do ul. Codziennej,

ak) ul. Konstruktorska na odcinku od ul. Racjonalizacji do ul. Postępu,

al) ul. Korkowa na odcinku od ul. Rekruckiej do cmentarza położonego przy ul. Korkowej,

am) ul. W. Korotyńskiego na odcinku od ul. Grójeckiej do ul. Mołdawskiej,

an) ul. T. Kościuszki na odcinku od ul. M. Spisaka do ul. F.A. Achera,

ao) ul. Krasnobrodzka na odcinku od ul. Artyleryjskiej do ul. Chodeckiej,

ap) ul. Królewska na odcinku od pl. Grzybowskiego do ul. Marszałkowskiej,

aq) ul. Krucza,

ar) ul. Księcia Janusza na odcinku od ul. Obozowej do ul. Górczewskiej,

as) ul. Lalki,

at) al. Lotników,

au) ul. Lubelska,

av) ul. Łabiszyńska,

aw) ul. Łojewska,

ax) ul. Łukowska na odcinku od ul. Zamienieckiej do ul. M. Rodziewiczówny,

ay) ul. Marszałkowska na odcinku od ul. Królewskiej do pl. Konstytucji,

az) ul. J. Mehoffera na odcinku od ul. Świderskiej do ul. Myśliborskiej,

ba) ul. J. Meissnera na odcinku od ul. gen. A.E. Fieldorfa „Nila” do ul. gen. T. Bora-Komorowskiego,

bb) ul. Młodzieńcza,

bc) ul. Młynarska na odcinku od ul. Żytniej do ul. Wolskiej,

bd) ul. Mołdawska na odcinku od ul. Korotyńskiego do ul. Racławickiej,

be) ul. Myszkowska,

bf) ul. Myśliborska na odcinku od ul. Światowida do al. płk. R. Kuklińskiego,

bg) ul. T. Nocznickiego na odcinku od ul. Wólczyńskiej do ul. J. Kasprowicza,

bh) ul. Nowoursynowska na odcinku od ul. Dominikańskiej do ul. J. Elsnera,

bi) ul. Obozowa na odcinku od ul. Księcia Janusza do ul. J. Ostroroga,

bj) ul. Odlewnicza,

bk) ul. A.E. Odyńca,

bl) ul. M. Ossowskiego,

bm) ul. Patriotów (jezdnia wschodnia) na odcinkach od ul. Żegańskiej do ul. Pilawskiej, od ul. Wolęcińskiej do ul. Drozdowej i od ul. Arniki do granicy m.st. Warszawy,

bn) ul. Patriotów (jezdnia zachodnia) na odcinkach od ul. Lucerny do ul. Odeskiej, od ul. Zagajnikowej do ul. Szafirowej i od ul. Prasowej do granicy m.st. Warszawy,

bo) ul. A. Pawińskiego,

bp) ul. W. Perzyńskiego,

bq) ul. E. Plater na odcinku od ul. Twardej do Al. Jerozolimskich,

br) ul. Plutonu AK „Torpedy” na odcinku od ul. F.A. Achera do ul. Dzieci Warszawy,

bs) ul. F. Płaskowickiej na odcinku od ronda I. Kwiatkowskiej do ul. J. Rosoła,

bt) ul. Płocka,

bu) ul. Podskarbińska na odcinku od ul. Grochowskiej do ul. Stanisławowskiej,

bv) ul. Postępu na odcinku od ul. Konstruktorskiej do ronda A. Żabczyńskiego,

bw) ul. Powązkowska na odcinku od ul. Z. Krasińskiego do ul. Duchnickiej,

bx) ul. Pratulińska na odcinku od ul. Handlowej do ul. Trockiej,

by) ul. Prosta na odcinku od ul. Towarowej do Ronda ONZ,

bz) ul. Przy Agorze,

ca) ul. Puławska na odcinku od ul. A.J. Madalińskiego do ul. L. Idzikowskiego,

cb) ul. K. Pużaka,

cc) ul. Racjonalizacji,

cd) ul. Racławicka na odcinku od ul. Mołdawskiej do ul. Żwirki i Wigury,

ce) ul. 1 Praskiego Pułku WP na odcinku od ul. Mazowieckiej do ul. Trakt Brzeski,

cf) ul. Raszyńska na odcinku od Al. Jerozolimskich do ul. Nowogrodzkiej,

cg) ul. Redutowa,

ch) ul. Regulska,

ci) ul. M. Rodziewiczówny na odcinku od ul. Grochowskiej do ul. Ostrobramskiej,

cj) ul. gen. K.S. Rudnickiego,

ck) ul. Ryżowa na odcinku od Al. Jerozolimskich do ronda S. Rembeka,

cl) ul. Saska na odcinku od ul. Zwycięzców do ul. Ateńskiej,

cm) ul. Skierniewicka,

cn) ul. W. Sławka,

co) al. „Solidarności” na odcinku od ul. Okopowej do ul. Żelaznej,

cp) ul. gen. K. Sosnkowskiego,

cq) ul. M. Spisaka,

cr) ul. Stanisławowska,

cs) ul. Stawki na odcinku od al. Jana Pawła II do ul. gen. W. Andersa,

ct) ul. Stefana Batorego na odcinku od al. Niepodległości do ul. Waryńskiego,

cu) ul. Szaserów na odcinku od ul. Wspólnej Drogi do ul. J. Chłopickiego,

cv) ul. Szczęśliwicka,

cw) ul. K. Szpotańskiego,

cx) ul. Światowida do al. płk. R. Kuklińskiego,

cy) ul. Świderska,

cz) ul. Świętokrzyska na odcinku od Ronda ONZ ul. Marszałkowskiej,

da) ul. Targowa na odcinku od ul. Kijowskiej do al. Zielenieckiej,

db) ul. Taśmowa,

dc) ul. Terespolska na odcinku od ul. Grochowskiej do ul. Stanisławowskiej,

dd) ul. Trocka,

de) ul. Tykocińska,

df) ul. Wałbrzyska,

dg) ul. Warszawska na odcinku od granicy miasta do ul. Władysława Jagiełły,

dh) ul. L. Waryńskiego,

di) ul. Wiatraczna na odcinku od ul. Grochowskiej do ul. J. Dwernickiego,

dj) ul. Widoczna,

dk) ul. św. Wincentego na odcinku od ul. P. Skargi do ul. Borzymowskiej oraz od ul. Matki Teresy z Kalkuty do ul. Malborskiej,

dl) ul. Władysława Jagiełły,

dm) ul. Wydawnicza,

dn) ul. Wyszogrodzka,

do) ul. Zamieniecka,

dp) ul. Żegańska na odcinku od ul. Rogatkowej do ul. Bielszowickiej,

dq) ul. Żelazna na odcinku od al. „Solidarności” do Al. Jerozolimskich.

§ 4. Ustala się ulice lub ich odcinki, dla których, zgodnie z § 13 ust. 4 uchwały, obowiązuje wysoki standard ogrodzenia:

1) ul. 11 Listopada na odcinku od ul. Konopackiej do ronda Żaba;

2) ul. św. Andrzeja Boboli;

3) ul. S. Banacha;

4) ul. Bazyliańska;

5) ul. Belwederska na odcinku od ul. Klonowej do ul. Dolnej;

6) ul. Bitwy Warszawskiej 1920 r.;

7) ul. W. Broniewskiego;

8) ul. Budowlana;

9) ul. ks. J. Chrościckiego;

10) ul. Czerniakowska;

11) ul. Dolina Służewiecka;

12) ul. Dźwigowa;

13) ul. gen. A.E. Fieldorfa „Nila”;

14) ul. Francuska;

15) ul. W. Rzymowskiego;

16) ul. Globusowa na odcinku od ul. Dźwigowej do ul. Popularnej;

17) ul. Górczewska na odcinku od ul. Młynarskiej do ul. Z. Klemensiewicza;

18) ul. Grochowska na odcinku od ul. Międzynarodowej do ul. Jordanowskiej;

19) ul. Grójecka na odcinku od ul. J.U. Niemcewicza do toru kolejowego PLK Nr 8;

20) ul. Prymasa A. Hlonda na odcinku od ul. św. U. Ledóchowskiej do al. Rzeczypospolitej;

21) ul. F. Hynka;

22) ul. Jagiellońska na odcinku od ul. S. Starzyńskiego do ul. Toruńskiej;

23) ul. Jana III Sobieskiego;

24) al. Jana Pawła II na odcinku od ul. Kłopot do al. Wojska Polskiego;

25) Al. Jerozolimskie na odcinku od ul. Spiskiej do ul. Łopuszańskiej;

26) al. Armii Ludowej na odcinku od pl. Na Rozdrożu do ul. Solec;

27) ul. J. Kasprowicza na odcinku od ul. A. Sacharowa do ul. T. Nocznickiego;

28) ul. M. Kasprzaka;

29) ul. F. Klimczaka;

30) al. Komisji Edukacji Narodowej;

31) ul. L. Kondratowicza na odcinku od ul. Rembielińskiej do ul. św. Wincentego;

32) ul. Kopińska;

33) al. Krakowska na odcinku od toru kolejowego PLK Nr 8 do ul. F. Hynka;

34) ul. Z. Krasińskiego;

35) ul. A. Krzyckiego;

36) al. płk. R. Kuklińskiego;

37) ul. Leszno na odcinku od ul. Okopowej do ul. Młynarskiej;

38) ul. Łopuszańska;

39) ul. Marymoncka;

40) ul. Marynarska;

41) ul. Matki Teresy z Kalkuty;

42) ul. A. Mickiewicza;

43) ul. Młynarska na odcinku od do ul. Górczewskiej do ul. Obozowej;

44) ul. Modlińska na odcinku od ul. Toruńskiej do ul. Prząśniczek;

45) Most Łazienkowski;

46) Most M. Skłodowskiej-Curie;

47) al. Niepodległości;

48) ul. T. Nocznickiego na odcinku od ul. Wólczyńskiej do al. gen. M. Wittek;

49) ul. Obozowa na odcinku od Młynarskiej do al. Prymasa Tysiąclecia;

50) ul. św. J. Odrowąża;

51) ul. A.E. Odyńca;

52) ul. Ostrobramska;

53) ul. Oś Królewska;

54) ul. Paryska;

55) ul. Płowiecka na odcinku od ul. Jordanowskiej do ul. Orlika;

56) ul. Połczyńska na odcinku od ul. Studziennej do ul. Lazurowej;

57) ul. ks. J. Popiełuszki;

58) ul. Popularna;

59) ul. Powązkowska;

60) ul. Powsińska;

61) ul. Powstańców Śląskich;

62) ul. Prosta na odcinku od ul. Towarowej do ul. Karolkowej;

63) al. Prymasa Tysiąclecia;

64) ul. Przyczółkowa na odcinku od ul. Wiertniczej do ul. Z. Vogla;

65) ul. Puławska na odcinku od pl. Unii Lubelskiej do ul. Dolina Służewiecka;

66) ul. Racławicka na odcinku od ul. Grójeckiej do ul. Wołoskiej;

67) ul. Radzymińska na odcinku od al. „Solidarności” do ul. Bystrej;

68) ul. Raszyńska;

69) ul. Rembielińska;

70) al. W. Reymonta na odcinku od ul. gen. S. Maczka do ul. W. Broniewskiego;

71) ul. gen. T. Rozwadowskiego;

72) ul. Rzeczna;

73) ul. Sasanki;

74) ul. A. Sacharowa;

75) al. gen. W. Sikorskiego;

76) ul. J. Słowackiego;

77) ul. ppłk. M. Sokołowskiego „Grzymały”;

78) ul. Solec na odcinku od ul. Górnośląskiej do ul. Łazienkowskiej;

79) al. „Solidarności” na odcinku od ul. Okopowej do ul. Młynarskiej;

80) al. Stanów Zjednoczonych;

81) ul. S. Starzyńskiego;

82) ul. Stefana Batorego;

83) ul. Szwedzka na odcinku od ul. Strzeleckiej do ul. 11 Listopada;

84) ul. Światowida;

85) ul. Ursynowskiej;

86) ul. Wał Miedzeszyński na odcinku od ul. Wybrzeże Szczecińskie do al. gen. B. Wieniawy-Długoszowskiego;

87) al. J. Waszyngtona;

88) ul. Wawelska;

89) ul. Wiatraczna;

90) ul. Wiertnicza;

91) al. Wilanowska;

92) ul. św. Wincentego;

93) al. W. Witosa;

94) al. gen. M. Wittek;

95) al. Wojska Polskiego;

96) ul. Wolska;

97) ul. Wołoska;

98) ul. J.P. Woronicza między al. Niepodległości a ul. Wołoską;

99) ul. Wólczyńska na odcinku od ul. W. Reymonta do ul. T. Nocznickiego;

100) ul. Wybrzeże Gdyńskie na odcinku od ul. Z. Słomińskiego do al. Armii Krajowej;

101) ul. Wybrzeże Puckie;

102) ul. P. Wysockiego na odcinku od ul. Matki Teresy z Kalkuty do ul. Bazyliańskiej;

103) ul. S. Żeromskiego;

104) ul. Żwirki i Wigury.

§ 5. Obszary istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli, dla których obowiązują zakazy, zawarte w § 9 pkt 1 i § 13 ust. 7:

1) W granicach Dzielnicy Bemowo m.st. Warszawy:

a) Osiedle Bemowo-Lotnisko, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60804: działki ewidencyjne o numerach 3/11, 3/12, 3/13, 3/14, 3/15, 3/16, 3/2, 3/3, 3/4, 3/5, 3/6, 3/8, 4,
- w obrębie 60805: działki ewidencyjne o numerach 2/3, 2/4, 3/12, 3/13, 3/14, 3/15, 3/16, 3/17, 3/18, 3/20, 3/21, 3/22, 3/23, 3/24, 3/25, 3/26, 3/30, 3/31, 3/8, 4, 5,
- w obrębie 60806: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 10/3, 10/4, 3/10, 3/11, 3/12, 3/13, 3/14, 3/15, 3/16, 3/17, 3/19, 3/2, 3/20, 3/22, 3/23, 3/24, 3/26, 3/27, 3/28, 3/29, 3/3, 3/30, 3/31, 3/32, 3/33, 3/34, 3/35, 3/36, 3/38, 3/4, 3/40, 3/42, 3/43, 3/44, 3/45, 3/46, 3/47, 3/48, 3/49, 3/5, 3/50, 3/51, 3/52, 3/53, 3/54, 3/55, 3/56, 3/6, 3/7, 3/8, 4, 5, 6, 7, 8/1, 8/2,
- w obrębie 60807: działki ewidencyjne o numerach: 11/10, 11/11, 11/12, 11/13, 11/14, 11/2, 11/3, 11/4, 11/6, 11/8, 11/9, 2/10, 2/15, 2/16, 2/17, 2/18, 2/19, 2/2, 2/21, 2/22, 2/23, 2/24, 2/25, 2/26, 2/3, 2/6, 2/7, 2/8, 2/9,
- w obrębie 60808: działki ewidencyjne o numerach 29, 65/1, 65/10, 65/11, 65/12, 65/13, 65/14, 65/15, 65/16, 65/17, 65/18, 65/2, 65/20, 65/21, 65/22, 65/23, 65/24, 65/25, 65/26, 65/27, 65/3, 65/30, 65/31, 65/32, 65/4, 65/5, 65/6, 65/7, 65/8, 65/9, 66, 68, 69, 70, 71,
- w obrębie 60809: działki ewidencyjne o numerach 172/10, 172/11, 172/12, 172/16, 172/17, 172/18, 172/19, 172/20, 172/21, 172/22, 172/23, 172/24, 172/25, 172/26, 172/27, 172/28, 172/29, 172/30, 172/31, 172/32, 172/33, 172/34, 172/37, 172/38, 172/39, 172/40, 172/42, 172/43, 172/44, 172/45, 172/46, 172/47, 172/48, 172/49, 172/50, 172/51, 172/52, 172/53, 172/54, 172/55, 172/56, 172/58, 172/59, 172/60, 172/61, 172/62, 172/65, 172/7, 172/8, 172/9, 174, 179/1, 179/2,
- w obrębie 60810: działki ewidencyjne o numerach 249, 250/1, 444/10, 444/11, 444/12, 444/13, 444/14, 444/15, 444/16, 444/17, 444/18, 444/19, 444/2, 444/20, 444/21, 444/22, 444/23, 444/27, 444/29, 444/3, 444/30, 444/31, 444/32, 444/33, 444/34, 444/35, 444/36, 444/37, 444/38, 444/39, 444/4, 444/40, 444/41, 444/42, 444/5, 444/6, 444/7, 444/8, 444/9,

b) Osiedle Gorce, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 61104: działki ewidencyjne o numerach 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 117/1, 117/2, 123, 124, 126, 127, 128/1, 128/2, 128/3, 129, 130, 131, 132/1, 132/3, 132/4, 132/5, 133, 134, 135, 136, 137/1, 137/2, 138, 139, 140, 141, 143, 144/1, 144/2, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 155, 158, 159, 160, 22/3, 22/4, 57/1, 57/2, 57/4, 57/5, 58/1, 58/10, 58/11, 58/13, 58/14, 58/15, 58/16, 58/17, 58/18, 58/19, 58/20, 58/3, 58/4, 58/5, 58/6, 58/7, 58/8, 58/9, 59/10, 59/2, 59/4, 59/5, 59/6, 59/7, 59/8, 59/9, 60, 61, 62, 66, 67, 69, 70, 71/1, 71/2, 72/10, 72/11, 72/12, 72/13, 72/14, 72/15, 72/16, 72/17, 72/2, 72/3, 72/6, 72/7, 72/8, 72/9, 73/1, 73/2, 73/3, 74, 75, 76, 77, 78/1, 78/10, 78/11, 78/12, 78/13, 78/14, 78/15, 78/16, 78/8, 78/9, 79, 80, 81, 83, 84, 85, 86/10, 86/11, 86/12, 86/13, 86/14, 86/15, 86/16, 86/17, 86/19, 86/20, 86/21, 86/22, 86/23, 86/24, 86/26, 86/27, 86/28, 86/29, 86/3, 86/4, 86/5, 86/6, 86/7, 86/8, 87, 88, 89, 90/1, 90/2, 91/1, 91/2, 92/1, 92/2, 92/3, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99/1, 99/2,
- w obrębie 61106: działki ewidencyjne o numerach 16/10, 16/11, 16/13, 16/14, 16/15, 16/16, 16/17, 16/18, 16/19, 16/20, 16/25, 16/27, 16/28, 16/29, 16/30, 16/31, 16/32, 16/33, 16/34, 16/35, 16/36, 16/9, 18/1, 18/6, 19/10, 19/11, 19/12, 19/13, 19/14, 19/15, 19/2, 19/8, 19/9, 20/1, 20/3, 20/4, 20/5, 20/6, 21/1, 21/2, 21/3, 39/2, 55/1, 70,

c) Osiedle Górczewska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 61109: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 4/1, 4/11, 4/2, 4/21, 4/22, 4/23, 4/24, 4/25, 4/26, 4/27, 4/28, 4/29, 4/3, 4/30, 4/31, 4/32, 4/33, 4/34, 4/35, 4/36, 4/37, 4/38, 4/39, 4/4, 4/40, 4/41, 4/42, 4/43, 4/44, 4/45, 4/46, 4/47, 4/48, 4/49, 4/5, 4/50, 4/51, 4/52, 4/53, 4/54, 4/55, 4/56, 4/57, 4/58, 4/59, 4/6, 4/60, 4/61, 4/62, 4/63, 4/64, 4/65, 4/66, 4/67, 4/68, 4/69, 4/7, 4/70, 4/71, 4/72, 4/73, 4/74, 4/75, 4/76, 4/77, 4/78, 4/79, 4/8, 4/80, 4/81, 4/82, 4/83, 4/84, 4/9, 5/1, 5/2, 5/3, 5/4, 5/5, 6/1, 6/2, 6/3, 7/10, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 7/7, 7/8, 7/9, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 8/6, 8/7, 8/8,

- w obrębie 61110: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/4, 11, 15/1, 2, 25, 27, 3/1, 3/62, 3/64, 3/66, 3/67, 3/69, 3/70, 3/72, 3/73, 3/75, 3/76, 3/78, 3/79, 3/81, 3/83, 3/84, 3/85, 4/1, 4/2, 4/3, 5/11, 5/12, 5/2, 5/3, 5/31, 5/32, 5/33, 5/34, 5/35, 5/36, 5/37, 5/38, 5/39, 5/40, 5/41, 5/42, 5/43, 5/44, 5/45, 5/46, 5/47, 5/48, 5/49, 5/50, 5/51, 5/52, 5/54, 5/55, 5/56, 5/57, 5/58, 5/59, 5/60, 5/61, 5/62, 5/63, 5/64, 5/65, 5/66, 5/67, 5/68, 5/69, 5/70, 5/71, 5/72, 5/73, 5/77, 5/78, 5/79, 5/80, 5/82, 5/83, 5/84, 5/85, 5/86, 6/1, 6/2, 6/4, 6/5, 6/8, 6/9, 7/12, 7/13, 7/15, 7/17, 7/2, 7/20, 7/22, 7/23, 7/27, 7/32, 7/36, 7/37, 7/38, 7/39, 7/40, 7/41, 7/42, 7/43, 7/44, 7/45, 7/46, 7/47, 7/48, 7/49, 7/50, 7/51, 7/52, 7/53, 7/54, 7/55, 7/56, 7/57, 7/58, 7/6, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 8/6, 8/7, 9/1, 9/2, 9/3,

- w obrębie 61112: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 10/4, 10/5, 10/6, 11/3, 12, 15/1, 15/2, 16/11, 16/12, 16/13, 16/14, 16/20, 16/24, 16/25, 16/27, 16/29, 16/30, 16/31, 16/32, 16/33, 16/34, 16/35, 16/36, 16/4, 16/5, 16/6, 16/7, 16/8, 16/9, 18, 19/10, 19/14, 19/15, 19/16, 19/18, 19/20, 19/22, 19/23, 19/24, 19/25, 19/26, 19/27, 19/28, 19/29, 19/30, 19/4, 19/5, 19/8, 2/10, 2/11, 2/12, 2/13, 2/14, 2/15, 2/17, 2/20, 2/21, 2/22, 2/23, 2/24, 2/25, 2/26, 2/27, 2/28, 2/29, 2/30, 2/31, 2/32, 2/4, 2/5, 2/9, 20, 21, 29/16, 29/17, 3/10, 3/11, 3/12, 3/14, 3/15, 3/16, 3/17, 3/18, 3/19, 3/2, 3/20, 3/21, 3/22, 3/23, 3/24, 3/25, 3/26, 3/27, 3/28, 3/29, 3/32, 3/33, 3/34, 3/35, 3/36, 3/37, 3/38, 3/41, 3/42, 3/43, 3/44, 3/45, 3/46, 3/47, 3/48, 3/6, 3/7, 3/8, 3/9, 4, 5/1, 5/10, 5/2, 5/3, 5/4, 5/5, 5/6, 5/7, 5/8, 5/9, 56/11, 56/12, 56/15, 56/16, 56/17, 56/21, 56/24, 56/25, 56/26, 56/28, 56/29, 56/30, 56/31, 56/32, 56/33, 56/34, 56/35, 56/36, 56/5, 57/28, 6, 60, 7, 75, 76, 77, 79/1, 79/2, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 80/1, 80/2, 80/3, 81, 82, 83, 86, 87, 88, 9,

- w obrębie 61113: działki ewidencyjne o numerach 1/31, 1/34, 1/37, 1/39, 1/41, 1/55, 1/56, 1/57, 1/58, 1/59, 1/60, 1/61, 1/62, 1/63, 1/64, 1/65, 1/66, 1/67, 1/68, 1/69, 1/70, 1/71, 1/72, 1/73, 1/74, 1/75, 1/78, 1/79, 1/80, 1/81, 12/1, 12/2, 12/3, 12/4, 12/5, 12/6, 12/7, 12/8, 22/1, 22/12, 22/13, 22/14, 22/15, 22/16, 22/17, 22/18, 22/19, 22/2, 22/22, 22/23, 22/24, 22/25, 22/26, 22/27, 22/28, 22/29, 22/3, 22/33, 22/4, 22/6, 22/8, 22/9, 24, 25, 26/1, 26/2, 26/3, 26/4, 26/5, 26/8, 3, 33/1, 33/2, 33/3, 34/1, 34/2, 34/3, 34/4, 34/5, 35, 36, 37/1, 37/2, 38/1, 38/2, 38/3, 38/4, 38/5, 38/6, 38/7, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 54/10, 54/11, 54/13, 54/14, 54/15, 54/16, 54/2, 54/3, 54/4, 54/5, 54/6, 54/7, 54/8, 54/9, 55/1, 55/3, 58, 59, 6/1, 6/2, 60/1, 60/2, 60/4, 60/5, 61/1, 61/3, 61/4, 61/5, 68/1, 68/2, 68/4, 68/5, 69/1, 69/3, 82, 9, 92, 93, 97, 98,

d) Osiedle Jelonki, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 61207: działki ewidencyjne o numerach 105/1, 105/10, 105/11, 105/12, 105/2, 105/3, 105/4, 105/5, 105/6, 105/7, 105/8, 105/9, 106/23, 106/25, 106/31, 106/32, 106/33, 106/34, 106/35, 106/36, 106/37, 107/1, 107/2, 108/10, 108/11, 108/12, 108/13, 108/14, 108/15, 108/16, 108/17, 108/18, 108/19, 108/20, 108/3, 108/5, 108/6, 108/7, 108/8, 108/9, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 122, 66, 67, 68, 69, 71, 74, 80/16, 80/17, 80/30, 80/31, 80/32, 80/41, 80/42, 80/43, 80/44, 80/45, 80/46, 80/47, 80/48, 80/49, 80/50, 80/51, 80/52, 80/54, 80/8, 81/2, 81/3, 81/4, 94/10, 94/15, 94/16, 94/2, 94/9,

- w obrębie 61208: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/10, 10/11, 10/12, 10/2, 10/3, 10/4, 10/5, 10/6, 10/7, 10/8, 10/9, 11, 14, 18/1, 18/10, 18/11, 18/12, 18/13, 18/14, 18/3, 18/5, 18/6, 18/8, 18/9, 2/3, 2/5, 2/6, 2/7, 20, 22/10, 22/11, 22/12, 22/13, 22/2, 22/3, 22/4, 22/5, 22/7, 22/8, 22/9, 24, 25, 26, 27, 28/1, 28/2, 29, 7/13, 7/14, 7/15, 7/16, 7/18, 7/26, 7/27, 7/28, 7/29, 7/30, 8/10, 8/11, 8/12, 8/13, 8/14, 8/15, 8/16, 8/5, 8/8, 8/9, 9/13, 9/14, 9/15, 9/16, 9/17, 9/18, 9/19, 9/20, 9/21, 9/22, 9/6,

- w obrębie 1209: działki ewidencyjne o numerach 111, 112/1, 112/2, 112/3, 113, 114, 122/1, 122/2, 125/1, 125/2, 125/3, 128/10, 128/11, 128/12, 128/13, 128/14, 128/15, 128/16, 128/17, 128/3, 128/4, 128/5, 128/6, 128/7, 128/8, 128/9, 129/1, 129/10, 129/11, 129/12, 129/3, 129/4, 129/5, 129/6, 129/8, 129/9, 130/1, 130/12, 130/13, 130/14, 130/15, 130/16, 130/3, 130/4, 130/5, 130/6, 130/8, 130/9, 131/1, 131/2, 131/3, 131/4, 132/1, 132/2, 132/3, 133, 134/1, 134/2, 135/1, 135/2, 135/3, 135/4, 135/5, 135/6, 135/7, 135/8, 136/1, 136/2, 136/3, 136/4, 136/5, 137, 138, 139/1, 139/2, 139/3, 139/4, 139/5, 139/6, 140/1, 140/2, 141/1, 141/2, 142/1, 142/2, 142/3, 142/4, 15/6, 15/8, 15/9, 16/5, 16/7, 20, 27/1, 27/2, 27/3, 70, 71, 72, 73/1, 73/2, 73/3, 73/4, 74, 76/1, 76/2, 76/3, 76/4, 77, 78/10, 78/11, 78/7, 78/8, 78/9, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86/1, 86/2, 86/3, 87/1, 87/2, 88/1, 88/2, 89, 90, 91, 95, 96, 97/1, 97/2, 97/3,

e) Osiedle Lazurowa, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 61205: działki ewidencyjne o numerach 29/135, 29/165, 29/166, 29/214, 29/3, 29/4, 29/5, 31/2, 31/3, 31/4, 31/5, 31/6, 31/7, 31/8, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 68/10, 68/11, 68/12, 68/13, 68/14, 68/15, 68/16, 68/17, 68/18, 68/19, 68/2, 68/20, 68/3, 68/4, 68/5, 68/6, 68/7, 68/8, 68/9,

- w obrębie 61206: działki ewidencyjne o numerach 12/3, 12/4, 12/5, 15, 16, 17, 18, 19, 22/1, 22/10, 22/11, 22/12, 22/13, 22/14, 22/15, 22/16, 22/17, 22/18, 22/19, 22/2, 22/20, 22/21, 22/22, 22/23, 22/24, 22/25, 22/26, 22/27, 22/28, 22/29, 22/3, 22/30, 22/31, 22/4, 22/5, 22/6, 22/7, 22/8, 22/9, 3/2, 3/4, 3/5, 3/8, 3/9, 7/5,

- w obrębie 61210: działki ewidencyjne o numerach 1, 2/3, 2/6, 2/7, 22/1, 22/23, 23/1, 23/2, 23/3, 23/4, 23/5, 23/6, 24/1, 24/2, 25/2, 25/3, 25/4, 25/5, 25/6, 26/1, 26/10, 26/11, 26/4, 26/5, 26/6, 26/7, 26/8, 26/9, 29/10, 29/11, 29/12, 29/13, 29/14, 29/15, 29/16, 29/17, 29/18, 29/2, 29/3, 29/6, 29/7, 29/8, 29/9, 30/2, 30/40, 31, 32/2, 32/3, 32/4, 32/5, 33, 34/1, 34/2, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64,

f) Osiedle Przyjaźń, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 61111: działki ewidencyjne o numerach 3/19, 3/20, 3/21, 3/22, 3/23, 3/24, 3/25, 3/26, 3/27, 3/28, 4, 5, 6/1, 6/10, 6/11, 6/12, 6/3, 6/5, 6/7, 6/9, 7, 8,

2) W granicach Dzielnicy Białołęka m.st. Warszawy:

a) Osiedle Białołęka Dworska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 40304: działki ewidencyjne o numerach 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 15/1, 15/2, 15/3, 15/4, 15/5, 15/6, 15/7, 16/1, 16/10, 16/11, 16/12, 16/13, 16/15, 16/18, 16/19, 16/2, 16/20, 16/21, 16/24, 16/25, 16/26, 16/29, 16/3, 16/30, 16/31, 16/32, 16/33, 16/34, 16/4, 16/5, 16/8, 18/11, 18/12, 18/13, 18/14, 18/15, 18/16, 18/17, 18/18, 18/19, 18/2, 18/20, 18/21, 18/22, 18/23, 18/24, 18/25, 18/4, 18/5, 18/6, 18/7, 18/9, 19/1, 6, 7, 75/1, 75/10, 75/11, 75/12, 75/13, 75/16, 75/17, 75/2, 75/3, 75/4, 75/6, 75/7, 75/8, 77, 8, 9/10, 9/11, 9/12, 9/13, 9/14, 9/15, 9/17, 9/18, 9/19, 9/20, 9/21, 9/22, 9/23, 9/24, 9/25, 9/3, 9/4, 9/5, 9/7, 9/8, 9/9,

b) Osiedle Nowodwory, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 40122: działki ewidencyjne o numerach 1/10, 1/8, 1/9, 223, 229/5, 229/6, 229/7, 232, 233, 235, 236, 3/10, 3/11, 3/12, 3/13, 3/14, 59/7, 9/9,

c) Osiedle Tarchomin, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 40305: działki ewidencyjne o numerach 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107/1, 107/2, 107/3, 108/1, 108/2, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122/1, 122/2, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131/1, 131/2, 132/1, 132/2, 133/6, 133/7, 134, 135, 136, 137, 138, 139/1, 139/2, 60/1, 60/3, 60/4, 60/5, 60/6, 61/1, 61/3, 61/4, 61/5, 62, 63, 64, 65, 66/1, 66/2, 67, 68/1, 68/2, 68/3, 68/4, 68/5, 69, 70, 71, 72, 73, 74/1, 74/2, 74/3, 74/4, 74/5, 74/6, 75/1, 75/2, 75/3, 76, 77, 78, 79/1, 79/2, 80, 81, 82, 83, 84, 85/1, 85/2, 85/3, 85/4, 86, 87, 88/1, 88/2, 88/3, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98/1, 98/2, 99,

- w obrębie 40307: działki ewidencyjne o numerach 33/2, 33/3, 33/4,

- w obrębie 40308: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 2, 20/1, 20/2, 21, 22/2, 22/3, 22/4, 22/5, 22/8, 22/9, 23, 24, 25/1, 25/2, 26, 27, 28/1, 28/2, 29, 3/16, 3/17, 3/18, 3/19, 3/3, 3/4, 5, 52, 53, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63/1, 63/2, 7, 8, 9,

- w obrębie 40322: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103/1, 103/2, 104/1, 104/2, 105/1, 105/2, 105/3, 106, 107, 108/1, 108/2, 109/1, 109/10, 109/2, 109/9, 110/1, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40/1, 40/2, 40/3, 41, 42/3, 42/4, 45/3, 45/4, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52/1, 52/2, 53, 54/1, 54/2, 54/3, 55, 56/10, 56/11, 56/12, 56/13, 56/8, 56/9, 6, 64/3, 64/4, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70/3, 70/4, 71/5, 71/6, 78/3, 78/4, 79, 8, 80/2, 80/3, 80/4, 80/5, 81/2, 81/3, 81/4, 81/5, 82/15, 82/16, 82/17, 82/18, 82/19, 82/2, 82/20, 82/21, 82/22, 9, 91/1, 91/2, 92, 93, 94, 95/1, 95/2, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 40323: działki ewidencyjne o numerach 1, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21/1, 21/2, 22, 23/1, 23/2, 23/3, 23/4, 24/2, 24/3, 24/4, 24/5, 25, 26, 27/1, 27/2, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29, 3, 33, 34, 35/1, 35/2, 35/3, 35/4, 36, 37, 38/3, 38/4, 38/5, 38/6, 38/8, 38/9, 39/1, 39/10, 39/11, 39/12, 39/13, 39/14, 39/2, 39/6, 39/7, 39/8, 39/9, 4, 40/3, 40/4, 40/5, 43/1, 5, 6, 72/1, 72/2,

3) W granicach Dzielnicy Bielany m.st. Warszawy:

a) Osiedle Bielany I, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70502: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 11, 12/10, 12/2, 12/3, 12/4, 12/5, 12/6, 12/7, 12/8, 12/9, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 23/1, 23/2, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 4, 40, 41/10, 41/11, 41/12, 41/13, 41/14, 41/15, 41/18, 41/19, 41/20, 41/21, 41/22, 41/23, 41/24, 41/25, 41/6, 41/7, 41/8, 41/9, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 5, 6, 7, 8, 82, 83, 84/1, 84/2, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 92/1, 92/2, 92/3, 93/1, 93/2, 94, 95, 96, 97, 99,

- w obrębie 70506: działki ewidencyjne o numerach 10, 102, 103, 104/1, 104/2, 106/1, 106/2, 107, 108, 109, 11, 110, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 3, 4, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 7, 8, 9, 90, 91, 93, 94,

b) Osiedle Bielany II, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70509: działki ewidencyjne o numerach 120/2, 120/4, 120/5, 120/6, 120/7, 120/8, 120/9, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151/1, 151/2, 152, 153, 154/3, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168,

- w obrębie 70510: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22/1, 22/2, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3/1, 3/2, 3/3, 30, 31/3, 31/4, 32, 33, 34, 35, 36, 37/4, 37/5, 37/6, 4, 5, 6, 7, 8, 9,

- w obrębie 70512: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15/1, 15/2, 16/1, 16/2, 16/3, 16/4, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30/2, 30/3, 30/4, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 5, 6,

- w obrębie 70513: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14/10, 14/11, 14/12, 14/13, 14/2, 14/3, 14/4, 14/5, 14/6, 14/7, 14/8, 14/9, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3/1, 3/10, 3/11, 3/2, 3/3, 3/4, 3/5, 3/6, 3/7, 3/8, 3/9, 30, 31, 32, 33/1, 33/2, 34/1, 34/3, 34/4, 4, 5, 6, 7, 8, 9/1, 9/10, 9/11, 9/12, 9/13, 9/14, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 9/6, 9/7, 9/8, 9/9,

c) Osiedle Chomiczówka, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70807: działka ewidencyjna o numerze 51,

- w obrębie 70809: działki ewidencyjne o numerach 100, 101, 102/2, 104/1, 104/2, 105/1, 105/2, 107, 108, 11, 111, 112, 115, 116, 118, 119/1, 121/5, 122, 123/1, 123/2, 124/1, 157/1, 157/2, 191, 192/1, 193, 194, 195/4, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213/2, 213/3, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 23, 24, 37/1, 37/4, 39/2, 39/3, 39/5, 4, 41/1, 41/2, 45/1, 45/2, 45/3, 46, 47, 48, 49/1, 49/10, 49/6, 49/9, 5, 50/7, 53, 54, 56/1, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71/4, 72/4, 73/3, 73/5, 73/6, 73/8, 74/11, 74/3, 74/4, 74/7, 74/9, 75/1, 75/2, 75/3, 77/1, 77/2, 77/3, 77/4, 81, 83, 85, 86, 87/1, 87/4, 87/5, 87/6, 88/2, 89, 9, 90, 92, 93/13, 93/14, 93/15, 93/26, 93/44, 93/58, 93/7, 93/8, 96, 97, 98,

- w obrębie 70811: działki ewidencyjne o numerach 100, 104, 105, 106, 107, 113, 114, 115/2, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 18/3, 18/4, 20, 21, 23/1, 23/2, 24, 25, 26, 29, 30, 31, 32, 34, 37, 39/4, 40, 42, 43, 44/1, 44/2, 45, 47/1, 47/3, 48/2, 48/4, 49, 50, 53, 56/5, 56/8, 56/9, 58, 59/1, 60/2, 61/11, 61/12, 61/13, 61/14, 61/15, 61/16, 61/17, 61/18, 61/20, 61/22, 61/23, 61/24, 61/25, 61/26, 61/27, 61/28, 61/29, 61/30, 61/31, 61/32, 61/33, 61/34, 61/7, 62/4, 63/2, 65/1, 65/2, 66, 67, 70/1, 70/2, 70/3, 71, 78/1, 78/2, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97/6, 98, 99,

- w obrębie 70812: działki ewidencyjne o numerach 100, 101, 102, 104, 105, 137/1, 137/3, 137/4, 137/5, 137/6, 216, 217/1, 217/2, 218, 225/2, 230, 231, 232/1, 232/2, 232/3, 233, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 75/1, 75/2, 75/3, 76, 77/3, 77/4, 77/5, 77/8, 78/13, 78/4, 78/50, 79/1, 79/2, 79/3, 80/3, 80/4, 80/7, 81/1, 81/2, 81/3, 82/29, 83/1, 83/2, 84/1, 84/3, 84/4, 84/6, 85/1, 89/2, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 70813: działki ewidencyjne o numerach 112/1, 113/3, 114/1, 115, 87/1,

- w obrębie 70814: działki ewidencyjne o numerach 142, 145, 153, 157, 16, 17/1, 17/2, 187, 188, 189, 190, 191, 194, 195, 196, 197, 199, 200, 201, 204/1, 209, 21, 210, 212, 213, 216, 220, 221, 240/1, 240/2, 278, 280, 296/3, 330/1, 330/2, 330/3, 330/4, 330/5, 330/6, 330/7, 343, 346, 349, 352, 353, 354, 355/4, 355/5, 356, 357, 358, 359/3, 359/4, 359/5, 360, 361, 362, 379/2, 380, 381, 382/6, 383, 384/2, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401/1, 401/2, 401/3, 401/4, 402, 405, 50/1, 50/3, 50/4, 50/5, 51, 52, 53, 54, 58, 59, 60, 65, 66, 67, 69, 71/3, 71/6, 71/7, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 80, 81, 87/1, 87/2,

- w obrębie 70815: działki ewidencyjne o numerach 103, 11, 12, 13/1, 13/2, 14/1, 14/2, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21/1, 22/1, 23, 24, 26/1, 26/2, 26/6, 26/7, 29, 30, 33, 34, 35/1, 35/2, 36/2, 36/8, 36/9, 37, 47/2, 47/5, 47/6, 48, 66, 68/2, 68/3, 95, 96/2, 96/3, 97/1, 98, 99/1, 99/2,

- w obrębie 70816: działki ewidencyjne o numerach 15, 16/1, 16/2, 17, 18, 19/4, 19/5, 20/1, 20/3, 21/1, 21/3, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 28/5, 28/6, 28/7, 28/8, 28/9, 3/1, 3/2, 36/3, 37/1, 4, 43/2, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 55/10, 55/13, 56, 57, 58, 59, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87,

d) Osiedle Marymont-Ruda, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70403: działki ewidencyjne o numerach 28/1, 28/12, 28/13, 28/16, 28/4, 28/5, 28/8, 28/9, 30, 31, 39/4, 40/5, 41/8,

- w obrębie 70404: działki ewidencyjne o numerach 2, 4/3, 5, 6, 7,

e) Osiedle Piaski, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70601: działki ewidencyjne o numerach 10/6, 10/9, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28/1, 28/2, 31, 32, 33/1, 33/2, 34, 4/1, 4/2, 4/3, 4/4, 4/5, 4/6, 4/7, 4/8, 45, 46, 5/1, 5/2, 5/3, 5/4, 6, 7, 8, 9,

- w obrębie 70602: działki ewidencyjne o numerach 17, 19, 2/10, 2/11, 2/12, 2/3, 2/4, 2/5, 2/6, 2/7, 2/8, 2/9, 3, 4,

- w obrębie 70603: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 2, 20, 3, 4, 5, 6/1, 6/2, 8/11, 8/17, 8/18, 8/19, 8/2, 8/20, 8/22, 8/23, 8/24, 8/25, 8/26, 8/27, 8/28, 8/29, 8/3, 8/30, 8/5, 8/7, 8/8, 9,

- w obrębie 70604: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 11, 12, 13, 4/4, 5/1, 5/2, 6/2, 6/3, 6/4, 8, 9,

f) Osiedle Słodowiec, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70201: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 10/3,

- w obrębie 70203: działka ewidencyjna o numerze 28,

- w obrębie 70511: działki ewidencyjne o numerach 176, 177, 178, 179/1, 179/2, 179/3, 179/5, 179/6, 179/7, 180, 181, 182/2, 182/3, 182/4, 183, 184, 185, 186,

- w obrębie 70512: działki ewidencyjne o numerach 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113/1, 113/2, 113/3, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121/2, 121/3, 121/4, 121/5, 121/6, 121/7, 121/8, 121/9, 123, 124/1, 124/2, 124/3, 124/4, 125, 126, 127, 128, 129, 131/1, 131/10, 131/11, 131/12, 131/13, 131/14, 131/15, 131/16, 131/17, 131/18, 131/19, 131/2, 131/20, 131/21, 131/22, 131/23, 131/24, 131/25, 131/26, 131/27, 131/28, 131/29, 131/3, 131/30, 131/31, 131/32, 131/33, 131/4, 131/5, 131/6, 131/7, 131/8, 131/9, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79/1, 79/2, 80/1, 80/2, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,
- w obrębie 70513: działki ewidencyjne o numerach 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 146/1, 146/2, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 167, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57/13, 57/14, 57/15, 57/17, 57/18, 57/19, 57/2, 57/20, 57/3, 57/4, 57/5, 57/6, 57/7, 57/8, 57/9, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,
- w obrębie 70514: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14/1, 14/2, 15, 16, 17, 18/1, 18/2, 19/10, 19/14, 19/16, 19/17, 19/18, 19/19, 19/20, 19/21, 19/4, 19/5, 20, 27/1, 27/2, 29/2, 29/3, 29/4, 3/1, 3/2, 3/5, 3/6, 3/7, 3/8, 3/9, 34, 36/1, 38/1, 38/2, 39/1, 39/2, 4/1, 4/2, 40/1, 40/2, 41, 42, 43, 44, 45, 5, 6/1, 6/3, 6/4, 6/5,
- w obrębie 70515: działki ewidencyjne o numerach 13, 15/1, 15/2, 15/3, 16, 17, 18, 2/1, 2/2, 23, 24, 25, 4, 5/10, 5/12, 5/13, 5/14, 5/15, 5/16, 5/17, 5/18, 5/19, 5/20, 5/21, 5/4, 5/43, 5/48, 5/49, 5/5, 5/6, 6, 7, 9,

g) Osiedle Wawrzyszew, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70802: działki ewidencyjne o numerach 2/2, 2/3, 20, 21, 23, 25, 26, 27, 28, 30, 32, 34, 35, 36, 4/1, 4/3, 4/4, 40, 44/1, 44/2, 44/3, 46, 48, 50, 51, 54, 55/1, 56, 58, 60, 62, 63, 66/1, 66/2, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 8/1, 8/2, 94/1, 94/10, 94/11, 94/12, 94/13, 94/2, 94/3, 94/4, 94/5, 94/6, 94/7, 94/8, 94/9, 95/1, 95/2, 96/1, 96/2, 97,
- w obrębie 70803: działki ewidencyjne o numerach 11/1, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5, 11/6, 11/7, 12/1, 12/2, 14, 17, 29, 3/4, 3/5, 3/6, 3/7, 3/8, 35/1, 35/2, 36/1, 36/2, 36/3, 37, 4, 40/1, 40/2, 40/3, 44, 53, 54, 56, 60, 62/1, 62/15, 62/16, 64, 65, 66/1, 66/2, 67, 69, 70/1, 70/2, 71/1, 71/2, 72/1, 72/2, 76/1, 76/2, 76/3, 76/4, 76/5, 77/1, 77/2, 78/1, 78/2, 79, 8/1, 8/2, 80, 81/10, 81/11, 81/2, 81/3, 81/32, 81/33, 81/4, 81/5, 81/6, 81/9, 82, 83/1, 83/2, 83/3, 84/2, 84/3, 84/4, 84/5, 84/6, 84/7, 85/1, 85/2, 85/3, 86, 87, 9/1, 9/2, 9/3, 90, 91/1, 91/2, 92/1, 92/2, 93/1, 93/2, 94/1, 94/18, 94/19, 94/2, 94/20, 94/21, 94/22, 94/23, 94/24, 94/25, 94/26, 94/27, 94/28, 94/29, 94/3, 94/30, 94/31, 94/32, 94/33, 94/34, 94/35, 94/36, 94/37, 94/38, 94/39, 94/4, 94/40, 94/41, 94/42, 94/43, 94/44, 94/45, 94/46, 94/47, 94/48, 94/49, 94/50, 94/51, 95/1, 95/2, 95/3, 96, 97/1, 97/10, 97/11, 97/3, 97/7, 97/8, 97/9,
- w obrębie 70805: działki ewidencyjne o numerach 10, 106, 11, 110, 111, 112, 113/1, 115/1, 115/2, 115/3, 117/4, 119/1, 119/2, 119/3, 12/1, 12/2, 120, 121/1, 13/1, 13/2, 13/3, 13/4, 13/5, 13/6, 143/1, 143/2, 148, 149/5, 15, 157, 158, 159/1, 159/2, 159/3, 159/4, 16, 160, 170/1, 170/2, 170/3, 170/4, 170/5, 170/6, 170/7, 171/1, 171/2, 19, 2, 3, 35, 38, 39/1, 39/2, 39/3, 39/4, 4/1, 4/2, 41/1, 41/10, 41/12, 41/2, 41/3, 41/4, 41/6, 41/8, 41/9, 42, 43, 44, 45, 46/1, 46/2, 46/3, 47/1, 47/2, 48/1, 48/2, 49/1, 49/2, 49/3, 5, 50, 51, 52, 53/1, 53/2, 54, 55, 56/1, 56/2, 7, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 86/1, 88/2, 89/2, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 9/6, 90/2, 90/3, 91/1, 91/2, 92/1, 93, 97/1, 99/1,
- w obrębie 70806: działki ewidencyjne o numerach 10/2, 10/3, 114, 124/2, 124/3, 124/4, 125/2, 126/2, 126/3, 128/1, 128/18, 128/6, 131/1, 131/10, 131/2, 131/3, 131/4, 131/5, 131/6, 131/7, 131/8, 131/9, 132, 134, 135, 136, 137, 138/1, 138/2, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 15, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 157, 158, 159, 160, 161, 2/3, 2/4, 2/5, 35/6, 35/8, 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 7/3,

h) Osiedle Wrzeciono, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70701: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14/2, 14/3, 14/4, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71/2, 71/3, 71/4, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 8, 9,

- w obrębie 70702: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 112, 113, 114/10, 114/11, 114/12, 114/13, 114/16, 114/17, 114/19, 114/20, 114/3, 114/4, 114/6, 114/7, 114/8, 114/9, 115/12, 115/2, 115/3, 115/4, 115/5, 115/6, 115/7, 115/9, 116, 117, 118, 119, 12, 120, 121/1, 121/2, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 13, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 14, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 15, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 16, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 17, 170, 171, 172, 173/1, 173/2, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 18, 182, 183/1, 183/3, 183/4, 183/5, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 19, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 2, 20, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 21, 210, 211, 212, 215, 219, 22, 220/10, 220/14, 220/2, 220/3, 221, 222, 23, 24, 25, 26, 267, 268, 269, 27, 270, 271, 272, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 70703: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 108/4, 109, 11, 110, 111/1, 111/2, 112/10, 112/11, 112/2, 112/3, 112/4, 112/5, 113, 114/2, 114/3, 114/4, 114/5, 115, 116, 118, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38/1, 38/2, 38/3, 39/1, 39/2, 39/3, 4/3, 4/4, 40, 42, 43/2, 43/3, 43/4, 43/5, 44, 45, 46/1, 46/2, 47, 49, 5/1, 5/10, 5/4, 5/6, 5/7, 5/8, 5/9, 50/2, 50/4, 50/5, 50/6, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84/1, 84/2, 84/3, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90/1, 90/2, 91/2, 92/1, 92/2, 93, 94/1, 94/2, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 70704: działki ewidencyjne o numerach 10, 23, 24, 8/1, 8/2, 8/3, 9,

- w obrębie 70705: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 116/1, 116/2, 117/1, 117/2, 118/1, 118/2, 119/1, 119/2, 12, 120/1, 120/2, 121/1, 121/2, 13, 14, 15, 16/1, 16/2, 17, 18/1, 19/1, 20, 21/1, 21/2, 22, 23, 24, 25/10, 25/2, 25/3, 25/5, 25/6, 25/7, 25/9, 26, 27, 28, 29, 3/1, 3/2, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38/2, 38/3, 38/5, 38/7, 38/8, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 49, 5, 52, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78/1, 79, 8, 80/1, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

4) W granicach Dzielnicy Mokotów m.st. Warszawy:

a) Osiedle Arbuzowa, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 11006: działki ewidencyjne o numerach 83/1, 83/10, 83/11, 83/9, 89, 99/2,

b) Osiedle Batorego, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10102: działki ewidencyjne o numerach 1/1, 1/2, 1/3, 1/4, 15/2, 16/1, 16/2, 17, 24, 25, 3/10, 3/11, 3/4, 3/5, 3/6, 3/7, 3/8, 3/9, 4,

- w obrębie 10103: działki ewidencyjne o numerach 2/2, 3/1, 3/2, 3/3, 4/11, 4/12, 4/13, 4/14, 4/15, 4/16, 4/17, 4/18, 4/19, 4/2, 4/20, 4/5, 4/6, 4/7, 4/8, 4/9, 5/1, 5/2,

c) Osiedle Bernardyńska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10501: działki ewidencyjne o numerach 113/6, 114, 115, 120,

- w obrębie 10502: działki ewidencyjne o numerach 55, 56, 57/1, 57/12, 57/14, 57/15, 57/16, 57/2, 57/8, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65,

- w obrębie 10511: działki ewidencyjne o numerach 10, 12/1, 12/2, 16, 17, 18, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 5, 6, 8,

d) Osiedle Bielawska – Żywnego, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10208: działki ewidencyjne o numerach 25/1, 25/8, 25/9, 27/1,

- w obrębie 10218: działki ewidencyjne o numerach 1/2, 4,

e) Osiedle Chełmska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10304: działki ewidencyjne o numerach 10, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11/10, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5, 11/6, 11/7, 11/8, 11/9, 110, 111/10, 111/11, 111/12, 111/13, 111/14, 111/2, 111/3, 111/4, 111/5, 111/6, 111/7, 111/8, 111/9, 112, 113, 114, 115, 116/1, 116/10, 116/11, 116/12, 116/13, 116/14, 116/15, 116/16, 116/2, 116/3, 116/4, 116/5, 116/6, 116/7, 116/8, 116/9, 117, 118, 119, 12, 120, 13, 14, 15, 28, 29/1, 29/2, 30, 31/1, 31/2, 32, 33, 34/1, 34/2, 34/3, 36, 42, 58, 59, 60/1, 60/2, 60/3, 60/4, 60/5, 60/6, 60/7, 61, 63/2, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77/2, 78, 79/1, 79/2, 8, 80, 81/2, 81/4, 82, 83/1, 83/11, 83/2, 83/3, 83/4, 83/5, 83/6, 88, 89/11, 89/12, 89/13, 89/2, 89/3, 89/5, 9, 90, 91, 92, 93/1, 93/2, 94/1, 94/2, 94/3, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 10305: działki ewidencyjne o numerach 1, 16/1, 16/2, 2, 21, 22, 23, 24, 25/1, 25/2, 25/3, 26, 28, 29, 3, 30, 31/2, 31/3, 32, 33/1, 33/2, 33/4, 33/5, 34, 35, 36, 37/1, 37/2, 37/3, 37/4, 38, 39/1, 39/2, 40, 41, 42/7, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49/1, 49/3, 49/5, 49/6, 49/7, 5, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 6, 7,

f) Osiedle Czerniakowska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10303: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12/1, 12/2, 12/5, 13, 14, 22/10, 22/11, 22/13, 22/14, 22/15, 22/16, 22/17, 22/19, 22/20, 22/22, 22/3, 22/5, 22/7, 22/8, 22/9, 6, 9,

- w obrębie 10307: działki ewidencyjne o numerach 17/12, 17/13, 17/14, 17/15, 17/16, 17/17, 17/18, 17/19, 17/20, 17/21, 17/22, 17/23, 17/24, 17/25, 17/26, 17/27, 17/28, 17/31, 17/32, 17/33, 17/34, 17/37, 17/38, 17/39, 17/40, 17/41, 17/42, 17/43, 17/44, 17/7, 17/8, 17/9, 20, 22/1, 23, 24, 25,

g) Osiedle Dolna – Piaseczyńska – Sobieskiego, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10124: działki ewidencyjne o numerach 114, 115, 116, 117/1, 117/2, 117/3, 117/4, 117/5, 117/6, 117/7, 117/8, 117/9, 118,

- w obrębie 10308: działki ewidencyjne o numerach 2/1, 2/2, 3, 33/1, 33/2, 33/3, 34, 35, 37, 38, 39, 4, 40/1, 40/10, 40/11, 40/12, 40/2, 40/3, 40/4, 40/5, 40/6, 40/7, 40/8, 40/9, 41, 42, 43, 44, 47, 5, 6, 7, 8/1, 8/10, 8/11, 8/12, 8/13, 8/14, 8/15, 8/16, 8/17, 8/18, 8/19, 8/2, 8/20, 8/21, 8/22, 8/23, 8/24, 8/3, 8/4, 8/5, 8/6, 8/7, 8/8, 8/9, 9,

- w obrębie 10309: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 13/3, 13/6, 13/7, 13/8, 14/1, 14/2, 15, 16/1, 16/2, 17, 18/2, 18/3, 18/30, 18/31, 18/32, 18/33, 18/34, 18/35, 18/36, 18/37, 18/38, 18/39, 18/4, 18/40, 18/41, 18/42, 18/43, 18/44, 18/45, 18/46, 18/47, 18/48, 18/49, 18/50, 18/51, 18/52, 18/53, 18/54, 18/55, 18/56, 18/57, 18/58, 18/59, 19, 20, 21/1, 21/10, 21/11, 21/2, 21/3, 21/4, 21/5, 21/6, 21/7, 21/8, 21/9, 22, 23/1, 23/2, 23/3, 23/4, 23/5, 23/6, 23/7, 23/8, 24, 25/1, 25/10, 25/11, 25/2, 25/3, 25/4, 25/5, 25/6, 25/7, 25/8, 25/9, 26, 27/1, 27/2, 27/3, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37/10, 37/11, 37/12, 37/13, 37/2, 37/3, 37/4, 37/5, 37/6, 37/8, 37/9, 38, 39, 4/1, 4/2, 4/3, 4/5, 4/6, 40, 41, 42, 43, 44, 45/1, 45/2, 48, 5, 52, 53, 54, 6/1, 6/2, 6/3, 7/1, 7/2, 7/3, 8/1, 8/2, 8/3, 9/1, 9/2, 9/3,

h) Osiedle Domaniewska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10224: działki ewidencyjne o numerach 11, 12, 36/1, 36/2, 36/3, 37/1, 37/10, 37/11, 37/2, 37/4, 37/8, 38/1, 38/2, 38/3, 39, 40, 41, 42/1, 42/2, 42/3, 43/1, 43/2, 44, 45, 46, 8/10, 8/12, 8/13, 8/14, 8/15, 8/16, 8/17, 8/18, 8/19, 8/2, 8/20, 8/21, 8/22, 8/23, 8/24, 8/4, 8/42, 8/43, 8/44, 8/45, 8/46, 8/47, 8/7, 8/8, 8/9,

- w obrębie 10402: działki ewidencyjne o numerach 4/11, 4/12, 4/13, 4/14, 4/15, 4/17, 4/18, 4/19, 4/2, 4/20, 4/21, 4/22, 4/23, 4/24, 4/25, 4/26, 4/27, 4/28, 4/3, 4/31, 4/32, 4/33, 4/4, 4/5, 4/7, 4/8, 4/9, 5, 8/1, 8/2,

i) Osiedle Przy Bernardyńskiej Wodzie, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10557: działki ewidencyjne o numerach 11/2,11/3,11/4,4,5/1,5/2,5/3,6/1,8/1,8/2,

j) Osiedle Limanowskiego – Gołkowska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10510: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14/2, 14/3, 14/4, 14/5, 15, 16, 17, 18/1, 19/1, 19/2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 4, 5, 59, 6, 60, 61, 62,7 /1, 8, 9,

k) Osiedle Wierzbno, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10205: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13/1, 13/2, 14, 15/2, 15/3, 15/4, 15/5, 15/6, 15/7, 15/8, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22/1, 22/2, 22/3, 22/4, 22/5, 22/6, 22/7, 23, 24, 25, 26/1, 26/2, 27, 28, 29/1, 29/2, 3, 30, 31, 32/1, 32/2, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41/1, 41/10, 41/11, 41/12, 41/13, 41/14, 41/15, 41/16, 41/17, 41/18, 41/19, 41/20, 41/21, 41/22, 41/23, 41/24, 41/25, 41/26, 41/27, 41/28, 41/29, 41/3, 41/30, 41/31, 41/4, 41/5, 41/6, 41/7, 41/8, 41/9, 42, 43, 44, 45/1, 45/3, 45/4, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6/2, 60, 61, 62/1, 62/10, 62/11, 62/12, 62/13, 62/14, 62/15, 62/16, 62/17, 62/18, 62/19, 62/2, 62/20, 62/21, 62/3, 62/4, 62/5, 62/6, 62/7, 62/8, 62/9, 65, 66, 67, 7, 8, 9,
- w obrębie 10206: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11/1, 11/2, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 12, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 13, 130, 131, 132, 133, 14/1, 14/10, 14/11, 14/12, 14/13, 14/14, 14/15, 14/16, 14/17, 14/18, 14/19, 14/2, 14/20, 14/21, 14/22, 14/23, 14/24, 14/25, 14/26, 14/27, 14/28, 14/29, 14/3, 14/30, 14/32, 14/33, 14/34, 14/35, 14/36, 14/37, 14/38, 14/39, 14/4, 14/5, 14/6, 14/7, 14/8, 14/9, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35/10, 35/2, 35/3, 35/4, 35/5, 35/6, 35/7, 35/8, 35/9, 4, 40, 41, 42, 43, 46, 47, 48, 5, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66/1, 66/2, 66/3, 66/4, 66/5, 66/6, 67, 68, 69, 7/1, 7/2, 8, 83, 84, 85, 86, 87/11, 87/14, 87/16, 87/17, 87/2, 87/3, 87/4, 87/5, 87/6, 87/7, 87/8, 87/9, 88, 9, 96/3, 96/4, 96/5, 96/6, 97, 98, 99,
- w obrębie 10213: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23/1, 23/2, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 39, 40/1, 40/2, 41, 42, 43, 44, 45, 46/1, 46/10, 46/11, 46/12, 46/13, 46/14, 46/15, 46/16, 46/17, 46/18, 46/19, 46/2, 46/20, 46/21, 46/22, 46/23, 46/24, 46/3, 46/5, 46/6, 46/7, 46/8, 46/9, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64/10, 64/11, 64/12, 64/13, 64/14, 64/15, 64/16, 64/17, 64/18, 64/19, 64/2, 64/4, 64/5, 64/7, 64/8, 64/9, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91,

l) Osiedle Racławicka Wschodnia, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10119: działki ewidencyjne o numerach 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172/1, 172/10, 172/11, 172/12, 172/13, 172/14, 172/15, 172/16, 172/17, 172/2, 172/3, 172/4, 172/5, 172/6, 172/7, 172/8, 172/9, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197/1, 197/2, 198, 199, 200, 201, 202, 203/1, 203/2, 208,
- w obrębie 10126: działki ewidencyjne o numerach 123, 131, 132, 134, 2/1, 2/2, 2/3, 2/4, 2/5, 2/6, 25, 26, 27, 28/1, 28/10, 28/11, 28/12, 28/13, 28/14, 28/15, 28/16, 28/17, 28/18, 28/19, 28/2, 28/20, 28/21, 28/3, 28/4, 28/5, 28/6, 28/7, 28/8, 28/9, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 4/1, 4/2, 40, 41, 42, 45, 46, 47, 48/1, 48/2, 49, 50, 60, 61, 66, 67, 68/1, 68/2, 68/3, 68/4, 68/5, 68/6, 68/7, 68/8, 68/9, 69, 70/1, 70/2, 70/3, 71, 72, 73, 74, 75/1, 75/2, 75/3, 75/4, 75/5, 75/6, 75/7, 75/8, 76, 77, 89/2,

m) Osiedle Racławicka Zachodnia, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10118: działki ewidencyjne o numerach 43/4, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50/10, 50/11, 50/12, 50/13, 50/14, 50/15, 50/16, 50/17, 50/18, 50/19, 50/2, 50/20, 50/21, 50/22, 50/23, 50/24, 50/25, 50/26, 50/27, 50/28, 50/29, 50/3, 50/30, 50/31, 50/32, 50/33, 50/34, 50/35, 50/36, 50/37, 50/4, 50/5, 50/6, 50/7, 50/8, 50/9, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58/1, 58/2, 59/2, 59/3, 60, 61, 62/1, 62/2, 63/2, 63/3, 63/4, 64, 65, 69, 72,

n) Osiedle Sadyba, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10509: działki ewidencyjne o numerach 12, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 6, 8/10, 8/12, 8/13, 8/14, 8/15, 8/16, 8/17, 8/18, 8/19, 8/20, 8/21, 8/22, 8/25, 8/26, 8/27, 8/28, 8/29, 8/30, 8/31, 8/38, 8/39, 8/40, 8/41, 8/42, 8/43, 8/44, 8/45, 8/5, 8/6, 8/7, 8/8, 8/9, 9/13, 9/14, 9/15, 9/16, 9/17, 9/18,
- w obrębie 10516: działki ewidencyjne o numerach 14/11, 14/12, 14/13, 14/14, 14/15, 14/16, 14/17, 14/18, 14/19, 14/2, 14/20, 14/21, 14/22, 14/23, 14/24, 14/25, 14/26, 14/27, 14/28, 14/29, 14/3, 14/30, 14/31, 14/32, 14/33, 14/34, 14/35, 14/36, 14/37, 14/38, 14/39, 14/4, 14/40, 14/41, 14/42, 14/43, 14/44, 14/45, 14/46, 14/48, 14/49, 14/5, 14/50, 14/6, 14/7, 14/8, 14/9, 15/1, 15/2, 15/3, 16, 17/1, 17/2, 17/3, 18, 19, 3, 4, 5/2, 5/3, 5/4, 6/1, 6/10, 6/11, 6/12, 6/13, 6/14, 6/15, 6/16, 6/17, 6/18, 6/19, 6/2, 6/20, 6/21, 6/22, 6/25, 6/26, 6/3, 6/5, 6/6, 6/7, 6/8, 6/9, 8/1, 8/6, 8/7, 8/8, 8/9,

o) Osiedle Sielce Północne, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10301: działki ewidencyjne o numerach 50, 51, 52, 53/1, 53/10, 53/2, 53/3, 53/4, 53/5, 53/6, 53/7, 53/8, 53/9, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64/2, 65, 66, 67, 68, 69, 70/1, 71, 74, 76/1, 76/2, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84,

- w obrębie 10302: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12/11, 12/12, 12/13, 12/15, 12/18, 12/19, 12/20, 12/4, 12/7, 12/8, 13, 14, 16, 17/1, 17/3, 17/4, 18, 19, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 56, 6, 7,

- w obrębie 10305: działki ewidencyjne o numerach 10, 11/1, 11/10, 11/11, 11/12, 11/13, 11/14, 11/15, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5, 11/6, 11/7, 11/8, 11/9, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 8, 9,

- w obrębie 10306: działki ewidencyjne o numerach 10, 3, 4/10, 4/11, 4/12, 4/13, 4/14, 4/2, 4/3, 4/4, 4/5, 4/52, 4/54, 4/55, 4/6, 4/7, 4/8, 4/9, 5, 6, 7, 8, 9,

p) Osiedle Sielecka – Stępińska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10301: działki ewidencyjne o numerach 41/3, 41/4, 42, 43, 44, 45/1, 45/2,

q) Osiedle Służew-Fort, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10404: działki ewidencyjne o numerach 11, 12, 14, 3/1, 3/2, 4, 5, 6, 7, 8/4, 8/5, 8/6, 9/3, 9/4, 9/6,

- w obrębie 10405: działki ewidencyjne o numerach 13, 14, 15/1, 15/3, 15/4, 15/9, 2/3, 2/4, 3, 4, 5, 6, 7, 76/1, 8, 81/6, 81/7,

- w obrębie 10406: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 169, 170, 2/10, 2/11, 2/3, 2/4, 2/7, 2/8, 2/9, 3, 4/1, 4/3, 5/1, 5/11, 5/12, 5/14, 5/15, 5/16, 5/2, 5/5, 5/6, 5/8, 6, 7, 8, 9,

r) Osiedle Służewiec, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10411: działki ewidencyjne o numerach 35/1, 35/10, 35/11, 35/2, 35/4, 35/5, 35/6, 35/7, 35/8, 35/9, 46/3, 46/4, 46/5, 46/6,

- w obrębie 10420: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15/1, 15/2, 17, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3/1, 31, 32, 33, 34, 36, 4, 43, 5/1, 5/2, 5/3, 5/5, 5/6, 6, 7, 78, 79, 8, 9,

- w obrębie 10816: działki ewidencyjne o numerach 1, 2/2, 2/3,

s) Osiedle Służewiec-Prototypy, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10411: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/10, 10/11, 10/12, 10/2, 10/3, 10/4, 10/5, 10/6, 10/7, 10/8, 10/9, 11, 12, 13, 14, 15/1, 15/10, 15/3, 15/4, 15/5, 15/6, 15/7, 15/9, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22/1, 22/2, 22/3, 23, 24/1, 24/2, 24/3, 24/4, 25, 26, 27, 28/1, 28/2, 29, 30, 31/1, 31/2, 31/3, 31/4, 31/5, 31/6, 31/7, 31/8, 32, 33, 34, 35/3, 37/2, 37/3, 37/4, 39, 40, 41, 42/1, 42/2, 43, 44, 45, 46/1, 47, 48, 7, 8, 9,

- w obrębie 10419: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24/1, 24/10, 24/11, 24/12, 24/13, 24/14, 24/2, 24/3, 24/4, 24/5, 24/6, 24/7, 24/8, 24/9, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39/1, 39/2, 4, 40, 41, 42/10, 42/11, 42/12, 42/13, 42/14, 42/15, 42/16, 42/17, 42/18, 42/19, 42/2, 42/20, 42/21, 42/22, 42/23, 42/24, 42/25, 42/26, 42/27, 42/28, 42/29, 42/3, 42/30, 42/31, 42/32, 42/33, 42/34, 42/35, 42/36, 42/37, 42/38, 42/39, 42/4, 42/40, 42/41, 42/42, 42/43, 42/44, 42/45, 42/46, 42/47, 42/48, 42/5, 42/6, 42/7, 42/8, 42/9, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54/1, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 70, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80/10, 80/11, 80/12, 80/13, 80/14, 80/15, 80/16, 80/17, 80/18, 80/19, 80/2, 80/20, 80/21, 80/22, 80/3, 80/4, 80/5, 80/6, 80/7, 80/8, 80/9, 81, 82, 83, 84, 86, 87, 89/2, 89/3, 89/4, 9, 91,

t) Osiedle Służew nad Dolinką, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10407: działki ewidencyjne o numerach 423, 424/3, 424/4, 425, 433/1, 433/2, 434/1, 434/2, 434/3,

- w obrębie 10410: działki ewidencyjne o numerach 10, 7/1, 7/2, 8/10, 8/11, 8/12, 8/13, 8/3, 8/4, 8/5, 8/6, 8/7, 8/8, 9,

- w obrębie 10414: działki ewidencyjne o numerach 11/2, 11/3, 12/2, 13, 14, 15, 16/1, 16/3, 16/4, 16/5, 26/2, 26/3, 26/4, 3/11, 3/12, 3/13, 3/15, 3/16, 3/18, 3/19, 3/2, 3/21, 3/22, 3/23, 3/24, 3/25, 3/26, 3/27, 3/28, 3/29, 3/3, 3/30, 3/31, 3/32, 3/33, 3/34, 3/35, 3/4, 3/7, 3/8, 31/1, 31/2, 31/3, 33, 4, 5, 6, 7, 8, 9,

- w obrębie 10415: działki ewidencyjne o numerach 12, 13/1, 14, 15, 16, 19/13, 19/15, 19/17, 19/18, 19/19, 19/20, 19/21, 19/22, 2, 20/1, 20/2, 21, 22, 23, 24/1, 24/11, 24/13, 24/14, 24/15, 24/16, 24/17, 24/18, 24/19, 24/2, 24/20, 24/21, 24/22, 24/23, 24/24, 24/25, 24/26, 24/27, 24/28, 24/29, 24/3, 24/30, 24/5, 24/6, 24/8, 24/9, 25, 3, 4/1, 4/2, 4/4, 4/5, 5/3, 5/4, 5/5, 5/6, 5/7,

- w obrębie 10416: działki ewidencyjne o numerach 1/12, 1/13, 1/14, 1/15, 1/16, 1/18, 1/19, 1/2, 1/22, 1/25, 1/3, 1/5, 1/6, 1/7, 1/8, 11, 15, 16, 17, 5/1, 5/10, 5/8, 5/9,

u) Osiedle Stegny Południowe, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10515: działki ewidencyjne o numerach 10, 12, 13/10, 13/11, 13/12, 13/13, 13/14, 13/15, 13/16, 13/17, 13/18, 13/2, 13/3, 13/4, 13/5, 13/6, 13/7, 13/8, 13/9, 6, 7, 8, 9,

- w obrębie 10522: działki ewidencyjne o numerach 1, 11, 12, 13, 14, 15, 16/1, 16/2, 17, 19, 2, 4, 5, 6/12, 6/14, 6/16, 6/17, 6/18, 6/19, 6/5, 7,

- w obrębie 10528: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 2, 23, 24/1, 24/2, 24/3, 25, 26, 3, 4, 6, 7, 8,

- w obrębie 10530: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 15/10, 15/11, 15/12, 15/13, 15/14, 15/15, 15/16, 15/17, 15/18, 15/19, 15/2, 15/20, 15/21, 15/22, 15/23, 15/24, 15/25, 15/26, 15/27, 15/28, 15/29, 15/3, 15/30, 15/31, 15/32, 15/33, 15/34, 15/35, 15/36, 15/37, 15/38, 15/39, 15/4, 15/40, 15/41, 15/42, 15/43, 15/44, 15/45, 15/46, 15/47, 15/48, 15/49, 15/5, 15/50, 15/51, 15/52, 15/53, 15/54, 15/55, 15/56, 15/57, 15/58, 15/59, 15/6, 15/60, 15/61, 15/62, 15/63, 15/64, 15/65, 15/66, 15/67, 15/68, 15/69, 15/7, 15/73, 15/74, 15/8, 15/9, 16/1, 16/2, 17/1, 17/2, 17/3, 17/4, 17/5, 17/6, 17/7, 17/8, 17/9, 18/1, 18/2, 18/3, 18/4, 19/1, 19/2, 19/3, 19/4, 19/5, 21, 22, 23, 24, 3/1, 3/2, 4, 5, 6/2, 6/5, 6/6, 6/7, 7, 8, 9,

v) Osiedle Stępińska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10301: działki ewidencyjne o numerach 16, 17, 18/3, 18/4, 18/5, 18/6, 19/1, 19/2, 20, 21/1, 21/2, 22, 23, 24, 25/1, 25/2, 26, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39/1, 39/2,

w) Osiedle Woronicza, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10127: działka ewidencyjna o numerze 18,

- w obrębie 10203: działki ewidencyjne o numerach 263/1, 263/2, 263/3, 263/4,

- w obrębie 10211: działki ewidencyjne o numerach 115/2, 115/3, 116/1, 118/1, 118/10, 118/2, 118/3, 118/4, 118/5, 118/6, 118/8, 118/9, 119, 120, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 37/3, 38/1, 38/10, 38/11, 38/12, 38/13, 38/14, 38/15, 38/16, 38/17, 38/18, 38/19, 38/2, 38/20, 38/3, 38/4, 38/5, 38/6, 38/7, 38/8, 38/9, 39, 42, 77/1,

x) Osiedle WSM Mokotów, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10117: działki ewidencyjne o numerach 1/2, 10, 100/2, 101/1, 101/2, 101/3, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108/10, 108/11, 108/17, 108/19, 108/2, 108/20, 108/21, 108/22, 108/23, 108/24, 108/25, 108/26, 108/27, 108/28, 108/29, 108/30, 108/31, 108/32, 108/6, 108/7, 108/9, 11/1, 11/10, 11/11, 11/12, 11/13, 11/14, 11/15, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5, 11/6, 11/7, 11/8, 11/9, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18/1, 18/2, 18/3, 18/4, 18/5, 19/1, 2/6, 20, 21, 22/1, 22/2, 23/1, 23/2, 24/2, 24/3, 24/4, 26, 27, 28, 29, 3/1, 3/2, 3/3, 3/4, 3/5, 30/1, 30/2, 31, 32, 33, 34/1, 34/2, 35, 36, 37, 38, 39, 4/1, 4/2, 40, 41, 42, 43, 44, 45/2, 45/3, 45/4, 46/10, 46/11, 46/12, 46/13, 46/14, 46/15, 46/16, 46/17, 46/18, 46/19, 46/20, 46/21, 46/22, 46/23, 46/5, 46/6, 46/8, 46/9, 47, 48, 49/1, 49/3, 49/4, 49/5, 49/6, 49/7, 5/1, 5/2, 5/3, 50/1, 50/2, 50/3, 50/5, 52/1, 52/2, 53/2, 53/3, 53/4, 53/5, 54, 55, 57, 58, 59/1, 59/2, 6/1, 6/2, 60, 61, 62, 63, 64/1, 64/10, 64/2, 64/3, 64/4, 64/5, 64/6, 64/7, 64/9, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70/1, 70/2, 70/3, 71, 72, 73/1, 73/2, 74/2, 74/3, 74/4, 74/5, 75, 76, 77/1, 77/2, 78, 79, 8, 80, 81/1, 81/2, 81/3, 82, 84, 85/13, 85/14, 85/15, 85/16, 85/17, 85/8, 86, 87, 88/1, 88/2, 89/1, 89/2, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 98/1, 98/3, 99,

- w obrębie 10118: działki ewidencyjne o numerach 13, 14/10, 14/11, 14/12, 14/13, 14/14, 14/15, 14/16, 14/17, 14/18, 14/19, 14/2, 14/21, 14/22, 14/3, 14/4, 14/5, 14/6, 14/7, 14/8, 14/9, 15, 16, 17, 18, 19, 2/1, 2/3, 2/4, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34/1, 35, 36, 37, 38, 39/1, 39/2, 4, 40, 41, 5, 6, 68/1, 68/2, 68/3, 68/4, 68/5, 68/6, 7, 70/2, 70/4, 70/5, 70/6, 71/1, 71/10, 71/2, 71/3, 71/4, 71/5, 71/6, 71/7, 71/8, 71/9, 8, 9,

5) W granicach Dzielnicy Ochota m.st. Warszawy:

a) Osiedle Aleje Jerozolimskie-Zachód, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20201: działki ewidencyjne o numerach 10, 11/1, 12, 13, 14, 15/18, 15/3, 15/4, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35/1, 35/2, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 7, 8, 9,

- w obrębie 20203: działki ewidencyjne o numerach 20/3, 29/1, 29/3, 29/4, 30, 31, 32, 33,

- w obrębie 20204: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16/1, 16/2, 16/3, 16/4, 162, 163, 164, 166, 167, 17, 18, 19/1, 19/2, 19/3, 19/4, 20/1, 20/2, 20/3, 20/4, 20/5, 20/6, 20/7, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33/1, 33/3, 33/4, 33/5, 33/6, 33/8, 33/9, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4/1, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47/1, 47/2, 49, 5/1, 5/2, 5/4, 5/5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60/1, 63, 64, 65, 66, 67, 7, 72/5, 73, 74, 75, 8, 9,

b) Osiedle Ochota I, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20206: działki ewidencyjne o numerach 100/1, 100/10, 100/3, 100/4, 100/5, 100/6, 100/7, 100/8, 100/9, 101/1, 101/2, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109/1, 109/2, 11/2, 11/3, 11/4, 110, 112, 113, 114, 115, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29/1, 30, 31, 32, 33, 34, 35/1, 35/3, 35/4, 35/6, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57/1, 57/2, 58, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71/10, 71/11, 71/12, 71/13, 71/14, 71/15, 71/16, 71/17, 71/18, 71/19, 71/20, 71/21, 71/22, 71/23, 71/24, 71/25, 71/26, 71/27, 71/28, 71/29, 71/3, 71/4, 71/5, 71/6, 71/7, 71/8, 71/9, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86/1, 86/10, 86/11, 86/12, 86/13, 86/14, 86/15, 86/16, 86/17, 86/18, 86/19, 86/2, 86/20, 86/3, 86/4, 86/5, 86/6, 86/7, 86/8, 86/9, 87/1, 87/10, 87/11, 87/12, 87/13, 87/14, 87/15, 87/16, 87/17, 87/18, 87/19, 87/20, 87/21, 87/22, 87/23, 87/24, 87/4, 87/5, 87/6, 87/7, 87/8, 87/9, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94/1, 94/11, 94/12, 94/13, 94/14, 94/15, 94/3, 94/7, 94/9, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 20207: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11/1, 11/2, 110, 112, 113, 114, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29/1, 29/11, 29/12, 29/2, 29/5, 29/6, 29/7, 29/8, 29/9, 3, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50/1, 50/2, 51, 52, 53, 54, 55/1, 55/2, 55/3, 56, 57, 58, 59, 6/1, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67/1, 67/3, 67/4, 68, 69, 7/1, 7/10, 7/11, 7/12, 7/2, 7/5, 7/6, 7/7, 7/8, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77/1, 77/10, 77/12, 77/13, 77/3, 77/5, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

c) Osiedle Oświata, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20313: działki ewidencyjne o numerach 3/3,3/5,3/6,4/1,4/2,45,5/1,5/2,6,7,8,

d) Osiedle Rakowiec I, II, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20314: działki ewidencyjne o numerach 43, 44/1, 44/2, 44/3, 44/4, 44/5, 44/6, 45, 46, 47, 48, 58, 59/1, 59/3, 59/4, 59/5, 59/6, 59/7, 59/8, 60, 61, 62/2, 63, 64, 65, 66, 67/1, 68/1, 69,

- w obrębie 20315: działki ewidencyjne o numerach 10, 12/1, 12/2, 12/3, 13/1, 13/14, 13/2, 13/22, 13/23, 13/3, 13/6, 14, 15, 16/2, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25/1, 25/2, 26/1, 26/2, 31, 34/1, 34/2, 34/3, 34/4, 36, 39/1, 39/10, 39/11, 39/12, 39/14, 39/2, 39/4, 39/6, 39/7, 39/8, 39/9, 40, 5, 6/1, 6/2, 6/3, 7, 8, 9/1, 9/2,

- w obrębie 20321: działki ewidencyjne o numerach 10, 11/2, 11/3, 15, 16/1, 17/2, 17/3, 17/4, 17/5, 17/6, 18, 22, 24/2, 26, 27, 28, 3, 6, 7/1, 7/2, 8,

e) Osiedle Rakowiec III, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20320: działki ewidencyjne o numerach 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29,

- w obrębie 20322: działki ewidencyjne o numerach 10/2, 10/3, 10/4, 11, 12/1, 14, 16/4, 17, 18, 20, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 39, 4/2, 40/1, 40/2, 7/1, 7/2, 9/2, 9/3,

- w obrębie 20323: działki ewidencyjne o numerach 10, 11/2, 12/1, 12/3, 12/4, 12/5, 12/6, 12/7, 13, 14/1, 15/1, 15/2, 16/1, 16/3, 16/4, 16/5, 17/1, 17/4, 17/5, 17/6, 43, 44, 45/1, 45/2, 46, 47, 5/1, 5/10, 5/4, 53, 65, 9,

f) Osiedle Szosa Krakowska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20307: działki ewidencyjne o numerach 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64/1, 64/2, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85,

- w obrębie 20308: działki ewidencyjne o numerach 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42/1, 42/2, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49/1, 49/2, 49/3, 49/5, 49/6, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 68, 69/1, 69/2, 69/3, 69/4, 69/5, 69/6, 70/1, 70/3, 70/4, 70/5, 70/6, 70/7, 70/8, 70/9, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79/1, 79/10, 79/4, 79/5, 79/6, 79/8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87/1, 87/10, 87/2, 87/3, 87/4, 87/5, 87/6, 87/7, 87/8, 87/9, 88, 89, 90, 91/1, 91/2, 92, 93,

- w obrębie 20309: działki ewidencyjne o numerach 12, 13, 14, 15/2, 15/3, 15/4, 16, 17, 18, 19, 20/1, 20/2, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30/1, 30/10, 30/11, 30/12, 30/13, 30/14, 30/15, 30/16, 30/17, 30/18, 30/19, 30/2, 30/20, 30/21, 30/3, 30/4, 30/5, 30/6, 30/7, 30/8, 30/9, 31, 32/1, 32/10, 32/11, 32/12, 32/13, 32/14, 32/15, 32/16, 32/17, 32/18, 32/19, 32/2, 32/20, 32/3, 32/4, 32/5, 32/6, 32/7, 32/8, 32/9, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41/1, 41/2, 42, 43, 44, 45, 46/1, 46/2, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53/1, 53/2, 53/3, 54, 57,

- w obrębie 20313: działki ewidencyjne o numerach 11, 12, 13/1, 13/2, 13/3, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21/1, 21/10, 21/11, 21/12, 21/13, 21/14, 21/15, 21/16, 21/17, 21/18, 21/19, 21/20, 21/21, 21/22, 21/28, 21/29, 21/3, 21/30, 21/31, 21/32, 21/33, 21/34, 21/35, 21/36, 21/37, 21/38, 21/39, 21/4, 21/40, 21/41, 21/42, 21/43, 21/5, 21/6, 21/7, 21/8, 21/9, 22, 23, 24, 25, 26/1, 26/2, 26/3, 26/4, 26/5, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 39/1, 39/2, 40, 41, 42, 43, 59, 60, 61, 64/1, 64/2,

- w obrębie 20314: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22/10, 22/11, 22/12, 22/13, 22/14, 22/15, 22/16, 22/2, 22/3, 22/4, 22/6, 22/7, 22/8, 22/9, 23, 24, 25, 26, 27, 28/1, 28/3, 28/4, 28/5, 28/6, 29/1, 29/10, 29/11, 29/12, 29/13, 29/14, 29/15, 29/2, 29/3, 29/4, 29/5, 29/6, 29/7, 29/8, 29/9, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36/1, 36/2, 36/3, 36/4, 37, 38, 39, 4, 40/1, 40/10, 40/11, 40/12, 40/2, 40/3, 40/4, 40/5, 40/6, 40/7, 40/8, 40/9, 41, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 6, 7, 8, 9/1, 9/2,

g) Osiedle Banacha – Grójecka – Winnicka, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20208: działki ewidencyjne o numerach 17/10, 17/9, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26/1, 26/2, 26/3, 26/4, 26/5, 26/6, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36,

6) W granicach Dzielnicy Praga Południe m.st. Warszawy:

a) Osiedle Gocław, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30601: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13/1, 14, 15, 17, 18/1, 18/2, 18/3, 18/4, 19, 20/1, 20/2, 20/3, 22, 23, 24/1, 24/2, 25, 26/1, 26/2, 26/3, 27/1, 27/2, 30/1, 30/2, 31/1, 31/2, 32/10, 32/11, 32/12, 32/13, 32/14, 32/15, 32/16, 32/17, 32/18, 32/19, 32/21, 32/22, 32/23, 32/24, 32/25, 32/26, 32/27, 32/28, 32/29, 32/30, 32/9, 33/1, 33/2, 39/2, 40, 41/1, 41/2, 41/3, 42/1, 42/2, 44, 45, 49/1, 5/4, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 8, 9,

- w obrębie 30603: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5, 12/1, 24, 25, 26, 27/1, 27/2, 28/10, 28/11, 28/12, 28/14, 28/15, 28/17, 28/18, 28/20, 28/22, 28/23, 28/24, 28/25, 28/26, 28/27, 28/28, 28/29, 28/3, 28/30, 28/31, 28/32, 28/33, 28/5, 28/8, 28/9, 29, 3/10, 3/11, 3/12, 3/13, 3/3, 3/4, 3/5, 3/6, 3/7, 3/8, 3/9, 30, 32, 33, 35, 36/1, 37, 4/2, 4/3, 4/4, 4/5, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 5/1, 6/1, 6/2, 6/3, 6/4, 7, 8/1, 8/2, 8/3, 9/1,

- w obrębie 30604: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 11, 12, 13, 14, 15/1, 15/2, 15/3, 15/4, 16/1, 17/1, 17/27, 17/28, 17/30, 18/1, 19/1, 19/11, 19/13, 19/14, 19/3, 19/4, 19/5, 19/6, 19/7, 19/8, 19/9, 20, 22, 23, 3/3, 3/4, 3/5, 5, 6/10, 6/2, 6/3, 6/4, 6/5, 6/6, 6/7, 6/8, 6/9, 8, 9,

- w obrębie 30605: działki ewidencyjne o numerach 21/3, 22/2, 22/3, 23/1, 25/10, 25/11, 25/12, 25/13, 25/14, 25/2, 25/5, 25/6, 25/7, 25/8, 26/2, 26/3, 27, 29/1, 30/2, 30/4, 30/5, 31/2, 34/2, 38/1, 41/1, 41/2, 41/3, 43, 49, 50,

- w obrębie 30606: działki ewidencyjne o numerach 1/1, 10/1, 10/10, 10/11, 10/12, 10/2, 10/3, 10/4, 10/5, 10/6, 10/7, 10/8, 10/9, 11, 12/1, 12/2, 12/3, 12/4, 12/5, 13, 14/1, 15, 16/1, 17/10, 17/13, 17/14, 17/15, 17/16, 17/17, 17/18, 17/19, 17/2, 17/20, 17/3, 17/5, 17/6, 17/8, 17/9, 19, 26/2, 29/1, 29/2, 3/10, 3/11, 3/12, 3/13, 3/14, 3/15, 3/16, 3/17, 3/18, 3/19, 3/2, 3/20, 3/21, 3/22, 3/23, 3/24, 3/25, 3/26, 3/8, 3/9, 30/1, 30/2, 31/3, 31/4, 31/5, 31/6, 31/7, 32/2, 32/3, 32/5, 32/6, 33/1, 34/1, 35/1, 35/2, 36, 37/2, 37/3, 37/4, 37/5, 37/6, 37/7, 4, 40/1, 41/1, 42/1, 43/1, 46, 47/10, 47/11, 47/12, 47/13, 47/14, 47/15, 47/16, 47/17, 47/18, 47/19, 47/2, 47/20, 47/4, 47/5, 47/6, 47/7, 47/9, 5/1, 51/3, 51/4, 51/5, 54, 55/2, 55/3, 58, 59, 6, 60, 61,

- w obrębie 30607: działki ewidencyjne o numerach 23, 3/16, 3/17, 3/18, 3/19, 3/21, 3/22, 3/23, 3/24, 3/25, 3/26, 3/27, 3/28, 3/29, 3/30, 3/32, 3/34, 3/35, 3/37, 3/39, 3/4, 3/41, 3/42, 3/46, 3/47, 3/5, 3/51, 3/52, 3/53, 3/54, 3/55, 3/56, 3/57, 3/58, 3/59, 3/6, 3/60, 3/61, 3/62, 3/63, 3/64, 3/7, 4, 6/1, 7/1, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5,

b) Osiedle Grenadierów, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30505: działki ewidencyjne o numerach 24/1, 24/4, 25/10, 25/11, 25/13, 25/14, 25/16, 25/17, 25/18, 25/19, 25/2, 25/20, 25/21, 25/3, 25/6, 25/9, 26,

- w obrębie 30506: działki ewidencyjne o numerach 3/7, 3/9, 5/2, 5/3, 5/4,

- w obrębie 30507: działki ewidencyjne o numerach 67, 68, 69, 70/2, 75, 79, 81, 82/1, 82/2, 83,

- w obrębie 30512: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 11/1, 11/2, 12/3, 13, 14, 15/1, 15/2, 16/1, 16/2, 17/3, 17/4, 17/5, 17/6, 17/7, 18, 19, 23, 26/4, 26/5, 26/6, 27, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 28/5, 36/1, 36/10, 36/11, 36/12, 36/14, 36/16, 36/2, 36/3, 36/4, 36/6, 36/7, 36/8, 36/9, 38, 39/1, 39/2, 40/1, 40/2, 40/3, 42, 44, 45, 46, 49, 6, 7, 8, 9/2,

- w obrębie 30513: działki ewidencyjne o numerach 10, 11/1, 11/2, 114, 115, 12, 121, 122, 123, 127, 128/1, 128/2, 128/3, 128/4, 128/5, 129, 13, 132, 134, 135, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 170/2, 170/3, 171/1, 172, 5/1, 5/3, 5/4,

- w obrębie 30514: działki ewidencyjne o numerach 22, 23, 24, 25/1, 25/2, 26/1, 26/2, 27, 28, 29, 30, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71,

c) Osiedle Kępa Gocławska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30116: działki ewidencyjne o numerach 11, 13, 14/3, 14/4, 147, 15, 16/10, 16/9, 17, 18/1, 18/2, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4/2, 40, 41/1, 41/2, 41/3, 42, 43/1, 43/2, 43/3, 43/4, 43/5, 5, 6, 9,

- w obrębie 30117: działki ewidencyjne o numerach 10/13, 10/2, 10/3, 10/5, 10/8, 12/1, 12/2, 13/1, 13/2, 14/1, 14/2, 15/2, 16/1, 16/2, 17/1, 17/2, 18/1, 18/2, 21/2, 21/3, 22, 23, 24, 7, 8, 9,

- w obrębie 30120: działki ewidencyjne o numerach 2, 4/1, 4/2, 4/3, 5/2, 5/3, 7, 8, 9/1, 9/2,

- w obrębie **3** 0123: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12/3, 12/7, 12/8, 13/1, 13/2, 14/1, 14/2, 4, 5, 6/3, 6/5, 6/7, 8, 9/1, 9/2, 9/3,

d) Osiedle Kinowa, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30502: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12/1, 12/2, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29/3, 29/5, 29/6, 3, 30, 31, 32, 4, 48/2, 49/3, 5, 6, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 79, 8/1, 8/2, 80, 81, 84/1, 84/2, 85/1, 85/2,86/1, 86/2, 87/1, 87/2, 88/1, 88/2, 9,

- w obrębie 30503: działki ewidencyjne o numerach 24/5, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 75, 76/1, 77/1, 78/1, 79/1, 80/1, 81/1, 87,

- w obrębie 30511: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37/1, 37/2, 37/4, 37/5,38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53/1, 53/2, 53/3, 53/4, 53/5, 53/6, 54, 55, 56, 57, 58/1, 58/2, 59, 6, 60/1, 61, 62, 63, 64, 65, 66/1, 66/2, 67, 68, 69, 7,70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79/1, 79/10, 79/11, 79/12, 79/13, 79/14, 79/15, 79/16, 79/17, 79/18, 79/2, 79/3, 79/4, 79/5, 79/6, 79/7, 79/8, 79/9, 8, 80, 82/2, 87, 9, 91, 92/2, 93,
- w obrębie 30531: działki ewidencyjne o numerach 48/1, 48/2,
- w obrębie 30532: działki ewidencyjne o numerach 55, 56, 57/1, 57/2, 57/4,57/5, 57/6, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 65, 66,

e) Osiedle Międzynarodowa, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30105: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 11, 12, 13, 14, 140, 141/10, 141/11, 141/12, 141/13, 141/14, 142/1, 143/1, 144/1, 145/1, 146/1, 147, 149, 15, 153, 154, 155, 157, 16, 165, 166/1, 166/2, 167/1, 167/2, 167/3, 167/4, 167/5, 167/6, 167/7, 167/8, 167/9, 169, 17, 174,175, 176, 177/1, 177/2, 178/1, 178/2, 178/3, 178/4, 178/5, 178/6, 179, 18, 180, 19, 20, 21, 22/1, 24/1, 24/2, 25, 26, 28, 29/25, 29/26, 29/42, 29/44, 29/46, 29/47, 3/1, 3/2, 30, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48/1, 49, 50, 51, 52, 53, 54,55, 56, 57, 58, 6, 7, 74, 75, 76, 77, 78, 79/2, 79/3, 8, 81/2, 82, 83, 9, 97, 98, 99,
- w obrębie 30110: działki ewidencyjne o numerach 101, 102, 103, 104/3, 105/2, 107/10, 107/11, 107/12, 107/3, 107/4, 107/5, 107/6, 107/7, 107/8, 107/9, 108/1, 109/1, 110/1, 111/1, 112/1, 114,115/1, 115/2, 115/3, 115/4, 115/5, 115/6, 115/7, 116, 32/1, 32/2, 32/3, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41/1, 41/10, 41/11, 41/2, 41/3, 41/4, 41/5, 41/6, 41/7, 41/8, 41/9, 42/1, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 75, 82/1, 82/10, 82/11, 82/2, 82/3, 82/4,82/5, 82/6, 82/7, 82/8, 82/9, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92/3, 93, 94, 95, 96/1, 96/2, 97, 98,
- w obrębie 30111: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13/4, 13/5, 13/6, 13/7, 13/8, 14, 15, 16, 17, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 4/3, 4/44, 4/45,4/5, 4/6, 4/61, 4/8, 40, 41, 42, 43, 7, 8,

f) Osiedle Ostrobramska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30517: działki ewidencyjne o numerach 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5, 11/6, 11/7, 11/8, 11/9, 11/10, 11/11, 11/12, 11/13, 12, 13, 14, 15, 20, 21/1, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29,
- w obrębie 30518: działki ewidencyjne o numerach 2, 4, 5, 6/1, 6/10,6/11, 6/2, 6/26, 6/27, 6/6, 6/7, 6/8, 6/9, 7,
- w obrębie 30530: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 14/12, 14/22, 14/23, 14/3, 14/4, 14/5, 14/8, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3/2, 3/3, 3/4, 3/5, 3/6, 3/7, 30, 31, 32, 33, 34, 4, 7/2,

g) Osiedle Podskarbińska – Wiatraczna – Grochowska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30401: działki ewidencyjne o numerach 11, 12, 14, 15/1, 15/2, 16, 17, 18/2, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50,51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 8, 9,
- w obrębie 30402: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2/2, 20, 22/10, 22/2, 22/3, 22/4, 22/5,22/6, 22/7, 22/8, 22/9, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 3, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41/1, 41/2, 42, 43/1, 43/2, 44, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53/1, 53/10, 53/11, 53/12, 53/13, 53/14, 53/15,53/16, 53/17, 53/18, 53/19, 53/2, 53/20, 53/21, 53/22, 53/23, 53/24, 53/25, 53/26, 53/27, 53/28, 53/29, 53/3, 53/4, 53/5, 53/6, 53/7, 53/8, 53/9, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73,74, 75/2, 75/3, 75/4, 76, 8, 9,

- w obrębie 30406: działki ewidencyjne o numerach 1, 10/1, 10/2, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108/1, 108/2, 109, 11, 110, 111, 112/1, 112/2, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 12/1, 12/9, 120, 121, 122, 123, 124, 125/1, 125/2,125/3, 125/4, 125/5, 126, 127/10, 127/13, 127/14, 127/15, 127/16, 127/17, 127/18, 127/19, 127/20, 127/22, 127/26, 127/27, 127/28, 127/29, 127/3, 127/30, 127/4, 127/6, 127/7, 127/8, 128, 129, 13/2, 130/3, 130/4, 130/5, 130/6, 130/7, 131, 132, 134, 135, 136, 137, 138, 139/3, 139/4, 14, 140, 141, 142, 145, 146, 15, 16/3, 16/4, 16/5, 16/6, 16/7, 16/8, 17, 18, 19, 2, 20/1, 20/2, 21, 22, 23, 24/1, 25/1, 26/1, 27, 28, 29, 3, 30/3, 31, 32/1, 32/2, 33, 34/10, 34/11, 34/12, 34/13, 34/14, 34/15, 34/16, 34/17, 34/2, 34/3, 34/7, 34/9,35, 36/2, 36/3, 37, 38/1, 38/2, 39, 4, 40, 41/1, 41/2, 42, 43, 44, 45/1, 45/2, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 52/2, 54, 55/2, 55/3, 55/4, 56/1, 56/2, 57/1, 58, 59, 6/2, 6/3, 6/4, 6/5, 6/6, 6/7, 6/8, 6/9, 60, 61, 62, 63,64, 65, 66, 67, 68/1, 68/2, 69, 7, 70/2, 70/3, 70/4, 70/5, 71, 72, 73, 74/1, 75, 76, 77, 78/1, 79/1, 79/2, 8, 80, 81, 82, 83, 84/2, 84/3, 84/4, 84/6, 84/7, 84/8, 85, 86/1, 86/2, 86/3, 87/1, 87/2, 88, 9, 90/1, 90/3,90/5, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98/1, 98/2, 98/3, 99,

h) Osiedle Przyczółek Grochowski, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30525: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 11, 15/1, 16, 17, 19/1, 20, 24/1, 25/1, 33, 34, 4, 5/1, 5/2, 8/1, 9/1,

i) Osiedle Saska Kępa, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30111: działki ewidencyjne o numerach 24/13, 24/2, 24/4, 25, 26/2, 38, 39,

- w obrębie 30113: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 10/3, 10/4, 10/5, 10/6, 11, 12, 13, 14, 15, 16/1, 17, 18/5, 19, 2, 20/1, 20/2, 20/3, 20/4, 21/1, 22/3, 22/4, 22/5, 24, 25, 26/1, 27, 28, 29, 3, 30/1,30/2, 31, 32, 33, 34/1, 34/2, 35, 36/1, 36/2, 37/1, 37/2, 38/1, 38/2, 39/1, 39/2, 4/1, 4/2, 4/3, 4/4, 4/5, 4/6, 40/1, 40/2, 41/1, 42/1, 43/1, 44/1, 45/1, 46/1, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6,60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 72, 73, 74, 78, 9,

- w obrębie 30114: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 12, 129, 13, 130, 131, 132, 133,134, 135, 136, 137, 138, 139, 14, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42,43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6/1, 6/2, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 7/1, 7/2, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82,83, 84, 85, 86, 87/1, 88/1, 89, 9, 90, 91, 92, 95/1, 95/10, 95/11, 95/2, 95/3, 95/4, 95/5, 95/6, 95/7, 95/8, 95/9, 96, 97, 98, 99,

j) Osiedle Szaserów, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30404: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/10, 10/13, 10/15, 10/16, 10/17, 10/18, 10/19, 10/2, 10/20, 10/21, 10/22, 10/23, 10/24, 10/25, 10/26, 10/27, 10/28, 10/29, 10/30, 10/31, 10/32, 10/33, 10/4, 10/6, 10/7, 10/8, 10/9, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18/1, 18/3, 18/4, 18/5, 18/6, 18/7,19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 6, 7/1, 7/2, 9,

- w obrębie 30407: działki ewidencyjne o numerach 100, 101/1, 101/2, 102, 103, 104, 105, 106/2, 106/8, 107, 108, 109, 110, 111/2, 111/3, 111/4, 114/2, 115, 116, 117, 147, 148, 156, 83/2, 84/2, 84/3, 86/4, 97, 98/10, 99,

- w obrębie 30408: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104/2, 105/2, 106/2, 107/2, 108/2, 109/2, 11, 110/2, 111/2, 112/2, 113/2, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 12, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127/1, 127/2, 127/3, 128, 13, 130, 131, 132, 133, 134, 135,136, 137, 138, 139, 14, 140, 141, 142, 143, 15/1, 15/10, 15/11, 15/12, 15/2, 15/3, 15/4, 15/5, 15/6, 15/7, 15/8, 15/9, 16, 18/1, 19, 20, 21, 22, 23/1, 23/2, 24, 25, 26/1, 26/2, 27, 28/1, 28/10, 28/11, 28/12, 28/13, 28/14, 28/15, 28/16, 28/17, 28/18,28/19, 28/2, 28/20, 28/21, 28/3, 28/4, 28/5, 28/6, 28/7, 28/8, 28/9, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 37/1, 38/1, 38/3, 38/4, 38/5, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47/1, 47/2, 47/3, 47/4, 47/5, 47/6, 48/1, 48/2, 48/3, 48/4, 48/5,49, 5, 50, 51, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7/1, 7/10, 7/11, 7/13, 7/14, 7/15, 7/16, 7/17, 7/18, 7/19, 7/20, 7/21, 7/22, 7/23, 7/24, 7/26, 7/27, 7/28, 7/29, 7/3, 7/30, 7/5, 7/6, 7/8, 7/9, 70, 71,72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 9, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98,

k) Osiedle Grochowska – Stanisława Augusta, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30531: działki ewidencyjne o numerach 15, 16, 20/1, 20/2, 20/3, 4/3, 4/5, 4/6,

7) W granicach Dzielnicy Praga Północ m.st. Warszawy:

a) Osiedle Kijowska – Szmulowizna, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 41403: działki ewidencyjne o numerach 21, 22, 23/1, 23/2, 24, 26/3, 3/4, 3/5, 3/6, 3/7, 4, 6,

- w obrębie 41405: działki ewidencyjne o numerach 56/4, 61, 67, 91, 92/2, 92/3, 92/5, 92/6, 92/7, 93,

- w obrębie 41407: działki ewidencyjne o numerach 21, 22/10, 22/3, 22/6, 22/9, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29/1, 29/2, 31, 32, 33,34, 36/2, 37, 38, 39, 47/1, 48, 49,

b) Osiedle Panieńska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 41504: działki ewidencyjne o numerach 10, 106, 107, 11, 12/2, 12/5, 19, 2, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27/1, 27/2, 28, 3, 4, 5, 6/1, 6/2, 6/5, 6/6, 6/7,

c) Osiedle Praga I, II, III, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 41201: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103/1, 103/2, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 12, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 13, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136,138, 139, 14, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 15, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 16, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 167/1, 167/2, 167/3, 169, 17, 170, 171, 172, 173, 18, 19, 2,20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39/3, 39/4, 4, 40/10, 40/2, 40/3, 40/4, 40/5, 40/6, 40/7, 40/8, 40/9, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51,52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91,92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 41203: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 12, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129,13, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 14, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 15, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 157/1, 158, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27,28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44/1, 44/2, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54/1, 54/2, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64,65, 66, 67, 68/1, 68/2, 69/2, 69/3, 69/4, 69/5, 7, 70, 71/1, 71/2, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 41204: działki ewidencyjne o numerach 1/1, 1/2, 10, 11, 12, 13, 14, 15/1, 15/2, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46,47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86,87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 98,

- w obrębie 41306: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3/1, 3/2, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38,39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 7, 8, 9, 96, 97,

d) Osiedle Szmulki Wschodnie, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 41401: działki ewidencyjne o numerach 113/2, 113/3, 113/4, 113/5, 113/6, 113/7, 114, 56/1, 56/2, 56/3, 57, 58, 59,

- w obrębie 41404: działki ewidencyjne o numerach 23, 24, 25, 26, 27, 42/3, 42/5, 42/6, 87, 98/1, 98/2,

8) W granicach Dzielnicy Rembertów m.st. Warszawy:

a) Osiedle Admiralska – Czerwonych Beretów – Topograficzna, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 32128: działki ewidencyjne o numerach 2/33, 266, 267, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 276, 277, 278, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 640, 641/1, 641/2, 641/3, 641/4, 641/5, 642, 643,645, 646, 647, 648, 649, 650, 652, 653, 654, 655, 656, 657,

b) Osiedle Topograficzna, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 32128: działki ewidencyjne o numerach 233, 234, 235, 236, 237, 239, 240, 241, 242, 244, 245, 246, 247, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260,

9) W granicach Dzielnicy Śródmieście m.st. Warszawy:

a) Osiedle Bielańska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50302: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/3, 10/4, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20/1, 20/2, 21/1, 21/2, 22, 23, 24, 25, 26, 27/1, 27/2, 28, 29, 3/3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 4/1, 5/3, 59, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4,

b) Osiedle Ludna – Orłowicza, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50602: działki ewidencyjne o numerach 12/1, 12/3, 12/4, 13/2, 22, 23/1, 23/2, 25, 5, 6,
- w obrębie 50604: działki ewidencyjne o numerach 10, 12, 13/1, 13/11, 13/12, 13/13, 13/14, 13/15, 13/16, 13/17, 13/18, 13/19, 13/2, 13/20, 13/21, 13/22, 13/23, 13/24, 13/25, 13/26, 13/27, 13/28, 13/29, 13/3, 13/30, 13/31, 13/32, 13/33, 13/34,13/35, 13/36, 13/37, 13/38, 13/39, 13/40, 13/41, 13/42, 13/43, 13/6, 13/7, 13/8, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 16, 17, 18/1, 18/3, 18/4, 18/5, 18/6, 18/7, 18/8, 18/9, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29/1, 29/2, 29/3, 3, 30, 31, 32, 33, 34,35/1, 35/2, 35/3, 36, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 45, 5, 6, 7, 8, 9,

c) Osiedle Mariensztat, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50401: działki ewidencyjne o numerach 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 36, 38/2, 39/2, 40, 41/1, 41/2, 42/1, 42/2, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 88, 89, 90, 91, 92,

d) Osiedle Mirów, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50301: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 11, 12, 13, 14/1, 14/2, 14/3, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29/1, 29/2, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36/1, 36/2, 36/3, 37, 38/1, 38/2, 39/1, 39/3,39/5, 39/6, 4, 5, 6, 64, 7, 8, 9,

e) Osiedle Muranów Południowy, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50107: działki ewidencyjne o numerach 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24/1, 24/3, 24/4, 47/2, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72/1, 72/2,73, 74, 76, 77, 78/1, 78/2,
- w obrębie 50108: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20/1, 20/10, 20/2, 20/4, 20/5, 20/7, 20/8, 20/9, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27/1, 27/2, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36,37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 46/1, 46/2, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63/10, 63/11, 63/12, 63/13, 63/14, 63/15, 63/16, 63/17, 63/18, 63/19, 63/20, 63/21, 63/4, 63/5,63/6, 63/7, 63/8, 63/9, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 95/1, 95/2, 95/3, 95/4, 95/5, 95/6, 95/7,95/8,

f) Osiedle Muranów Północny, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50104: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12/1, 12/2, 13, 14, 15, 16/1, 16/3, 16/4, 18, 19/1, 19/3, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32/1, 32/2, 33/1, 33/2, 33/3, 34/1, 34/2, 35, 36, 37/1, 37/2,38, 39, 4, 40, 5/2, 5/3, 5/4, 6, 7, 8, 9,
- w obrębie 50105: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 10/3, 11/1, 11/2, 11/3, 11/4, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27/1, 29/1, 3, 31/1, 31/2, 31/3, 4, 5/1, 5/2,5/3, 6, 7, 8, 9,
- w obrębie 50106: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2/1, 2/2, 20, 21, 22, 23/10, 23/2, 23/4, 23/5, 23/6, 23/7, 23/8, 23/9, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36,37/1, 37/2, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 46/1, 47/1, 47/2, 47/3, 48, 49, 5, 50, 51, 54, 55, 6, 7, 8, 9,
- w obrębie 50107: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33/1, 33/2, 34, 35, 36, 37,38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44/1, 44/2, 45, 46, 47/1, 5/2, 5/3, 5/6, 5/7, 5/8, 6, 7, 8/1, 8/2, 8/3, 8/5, 8/6, 9,
- w obrębie 50204: działki ewidencyjne o numerach 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 2, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28/1, 28/2,29, 3, 30, 31, 32, 36, 4, 5, 6, 7, 9,

g) Osiedle Plac Teatralny, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50302: działki ewidencyjne o numerach 48/1, 48/2, 48/3, 49, 50, 60/1, 60/2,

h) Osiedle Szwoleżerów, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50613: działki ewidencyjne o numerach 14, 15/10, 15/12, 15/13, 15/15, 15/16, 15/17, 15/18, 15/3, 15/5, 15/6, 15/8, 19/1,

i) Osiedle Torwar, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50606: działki ewidencyjne o numerach 52, 53/11, 53/12, 53/13, 53/14, 53/15, 53/16, 53/17, 53/18, 53/19, 53/20, 53/21, 53/22, 53/23, 53/24, 53/25, 53/26, 53/27, 53/3, 53/4, 61, 63,

- w obrębie 50609: działki ewidencyjne o numerach 45, 49/1, 86/1, 86/10, 86/11, 86/12, 86/13, 86/14, 86/15, 86/17, 86/21, 86/24, 86/27, 86/28, 86/29, 86/3, 86/30,86/4, 86/9,

j) Osiedle WZ – Długa, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50210: działki ewidencyjne o numerach 12, 14, 15, 16/2, 16/4, 16/5, 16/6, 16/7, 17/1, 17/2, 18/1, 18/2, 19, 2/1, 2/2, 21, 22, 23, 24, 25/2, 25/3, 25/4, 25/6, 25/7, 26, 27, 3, 4, 5, 6/1, 6/2, 7, 8, 9,

k) Osiedle Za Żelazną Bramą, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 50303: działki ewidencyjne o numerach 28/3, 36/10, 36/11, 36/5, 36/7, 36/8, 36/9, 37, 39/2, 39/3, 39/4, 40, 41, 43/1, 44, 45/4, 45/5, 45/7, 45/8, 46/1, 46/2, 47, 48, 54, 55, 56, 57/1, 57/3, 57/4, 58,

- w obrębie 50306: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/3, 10/4, 10/5, 10/6, 11/1, 11/2, 13/1, 5/15,5/16, 5/17, 5/7, 5/8, 6/1, 65, 8/1, 9,

10) W granicach Dzielnicy Targówek m.st. Warszawy:

a) Osiedle Bródno I, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 40819: działki ewidencyjne o numerach 109, 111, 113, 115, 117, 119, 120/1, 120/3, 120/4, 121, 122, 123/1, 123/2, 123/3, 123/4, 123/5, 123/6, 123/7, 123/8, 123/9, 124, 125, 126/1, 126/3, 126/4, 127, 128/1, 128/2, 129, 132, 14, 140, 146, 18/4, 19/1, 19/2, 20, 21, 22/1, 22/2,23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35/1, 35/2, 36, 37/1, 37/2, 38/2, 38/3, 38/4, 38/5, 38/6, 38/7, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5/4, 5/6, 5/7, 5/8, 50, 51, 52, 53, 54, 55,57/2, 58/1, 58/3, 58/5, 58/6, 59/1, 59/2, 60/1, 60/2,

- w obrębie 40822: działki ewidencyjne o numerach 142, 143, 144, 145, 146, 147/1, 147/2, 148, 149, 150, 151, 153, 154/1, 162/2, 172, 18, 19/12, 19/13, 19/14, 19/15, 19/16, 19/17, 19/18, 19/19, 19/2, 19/4, 19/5, 19/6, 19/7, 19/8, 19/9, 20, 21/1,21/2, 22/1, 22/3, 22/4, 23, 24, 25, 26/2, 26/3, 26/6, 26/7, 3/5,

b) Osiedle Bródno II, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 40812: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/6, 10/7, 105/1, 105/10, 105/11, 105/3, 105/4, 105/5, 105/6, 105/7, 105/9, 106/1, 106/2, 107, 108/1, 108/10, 108/11, 108/12, 108/13, 108/14, 108/3, 108/5, 108/6, 108/7, 108/8, 108/9, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 12, 13, 138, 14,15, 16, 17/1, 17/2, 17/3, 18, 19/2, 21, 22, 23, 24, 26, 28, 44, 45, 46, 47, 5/1, 5/2, 50/2, 50/3, 51/10, 51/2, 51/3, 51/4, 51/5, 51/6, 51/7, 51/8, 51/9, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 7/2,7/3, 7/4, 74, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85/1, 85/2, 86/1, 86/2, 86/3, 87, 88, 89/1, 89/2, 89/3, 89/4, 9,

- w obrębie 40818: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 100, 101, 102, 103/1, 103/2, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112,113, 114/3, 114/4, 114/5, 114/6, 114/7, 115/1, 115/11, 115/12, 115/14, 115/15, 115/17, 115/19, 115/2, 115/20, 115/21, 115/22, 115/24, 115/25, 115/26, 115/27, 115/28, 115/29, 115/30, 115/31, 115/32, 115/33, 115/34, 115/35, 115/36, 115/37, 115/38, 115/39, 115/4, 115/40, 115/41, 115/42, 115/43, 115/44, 115/45, 115/46, 115/47, 115/48, 115/5,115/6, 115/7, 115/8, 115/9, 116, 117/1, 117/2, 117/3, 117/4, 117/5, 117/6, 117/7, 12, 13, 14/1, 14/2, 15, 16, 17/1, 17/3, 17/4, 17/5, 18, 2/1, 2/2, 23, 26, 3, 4, 46, 47, 48, 49, 5, 52, 6, 62, 63, 64, 65, 66, 67/1, 67/2,67/3, 68, 69/1, 69/2, 7, 70, 71/1, 71/2, 71/3, 71/4, 71/5, 71/6, 71/7, 72, 73, 74/1, 74/2, 74/3, 74/5, 74/6, 75, 76, 77/1, 77/2, 77/3, 77/4, 77/5, 77/6, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83/1, 83/2, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9/1, 9/2,90/1, 90/2, 90/3, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97/1, 97/2, 98, 99/1, 99/2,

- w obrębie 40819: działki ewidencyjne o numerach 145/1, 145/2, 145/3, 145/4, 145/5, 145/6, 145/8, 2/1, 2/2, 2/3,

c) Osiedle Bródno III, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 40806: działki ewidencyjne o numerach 104, 105, 106, 107, 110, 111, 112, 113, 114, 13/3, 14/1, 14/2, 15/11, 15/4, 15/5, 16, 20, 24/1, 24/2, 25, 26, 28, 29/1, 29/2, 30, 32, 33, 34/1, 34/2, 34/3, 35, 36/10, 36/11, 36/12, 36/13, 36/14, 36/15, 36/16, 36/2, 36/3, 36/4, 36/9, 39/1, 39/3, 39/4, 39/5, 39/6, 4/1, 4/2, 40, 41, 42, 43/1, 43/2, 44, 45, 46, 47/1, 47/2, 48/1, 48/2,49, 50, 51, 52/1, 52/2, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59/1, 59/2, 59/3, 59/4, 59/5, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 68/1, 68/10, 68/2, 68/3, 68/4, 68/5, 68/6, 68/7, 68/8, 68/9, 69, 7, 71/1, 71/2, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 82/2, 82/3, 83/1, 83/2, 83/4, 83/5, 83/6, 83/7, 84, 87/1, 87/3, 87/4, 87/5, 88/1, 88/2, 89/1, 89/2, 89/3, 90, 91/3, 91/4, 92, 93, 94, 95, 96, 97/2, 97/3, 97/4, 97/5, 97/6, 98, 99,

d) Osiedle Bródno IV, V, VI, VII, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 40803: działki ewidencyjne o numerach 33, 41/10, 41/11, 41/12, 41/13, 41/14, 41/15, 41/16, 41/2, 41/3, 41/4, 41/5, 41/6, 41/7, 41/8, 41/9,

- w obrębie 40804: działki ewidencyjne o numerach 10, 11/2, 11/5, 11/6, 12/1, 12/2, 12/3, 13, 14/11, 14/12, 14/13, 14/14, 14/2, 14/5, 14/6, 14/7, 15, 16, 17/1, 17/10, 17/11, 17/3, 17/4, 17/5, 17/6, 17/7, 17/8, 17/9, 18/1, 18/3, 18/4, 18/5, 18/6, 19, 21/10, 21/11, 21/2, 21/4, 21/5, 21/6, 21/7, 21/8, 21/9, 22/1, 22/10, 22/11, 22/12, 22/13, 22/14, 22/15, 22/16, 22/17, 22/18, 22/19, 22/2, 22/20, 22/21, 22/22, 22/23, 22/24, 22/25, 22/26, 22/27, 22/28, 22/29, 22/3, 22/30, 22/31, 22/32, 22/33, 22/34, 22/35, 22/36, 22/37, 22/38, 22/4, 22/5, 22/6, 22/7, 22/8, 22/9, 23, 24/10, 24/11, 24/12, 24/3, 24/4, 24/5, 24/6, 24/7, 24/8, 24/9, 26, 27/1, 27/10, 27/11, 27/12, 27/13, 27/14, 27/15, 27/16, 27/17, 27/18, 27/19, 27/2, 27/20, 27/21, 27/22, 27/23, 27/24, 27/25, 27/26, 27/27, 27/28, 27/29, 27/3, 27/30, 27/31, 27/32, 27/33, 27/34, 27/35, 27/36, 27/37, 27/38, 27/39, 27/4, 27/5, 27/6, 27/7, 27/8, 27/9, 28, 31, 32/1, 32/2, 34, 35, 36, 37, 42/1, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6/4, 6/5, 6/6, 6/7, 6/8, 6/9, 60, 61, 62, 63/1, 63/2, 64, 65, 66, 67, 68, 7/11, 7/12, 7/3, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/6, 8/7, 8/8, 8/9, 9,

- w obrębie 40805: działki ewidencyjne o numerach 10/10, 10/11, 10/12, 10/13, 10/14, 10/2, 10/4, 10/5, 10/6, 10/7, 10/8, 10/9, 11/10, 11/11, 11/12, 11/13, 11/14, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5, 11/6, 11/7, 11/8, 11/9, 12/2, 12/3, 12/4, 12/5, 12/6, 12/7, 15, 16/1, 16/11, 16/12, 16/2, 16/4, 16/6, 16/7, 16/8, 17/1, 17/10, 17/2, 17/3, 17/4, 17/5, 17/6, 17/7, 17/8, 17/9, 18, 19/10, 19/11, 19/12, 19/13, 19/14, 19/15, 19/16, 19/2, 19/3, 19/4, 19/5, 19/6, 19/7, 19/8, 19/9, 2/1, 2/2, 2/3, 20/1, 20/10, 20/11, 20/12, 20/13, 20/14, 20/15, 20/16, 20/17, 20/18, 20/19, 20/20, 20/21, 20/22, 20/23, 20/24, 20/25, 20/26, 20/27, 20/3, 20/4, 20/5, 20/6, 20/9, 21/1, 21/3, 21/4, 21/5, 21/6, 21/7, 22/2, 22/3, 22/4, 22/5, 23/1, 23/2, 24, 25/2, 25/3, 26/2, 28/10, 28/11, 28/12, 28/13, 28/14, 28/15, 28/16, 28/17, 28/18, 28/2, 28/4, 28/5, 28/6, 28/7, 28/8, 28/9, 29/3, 29/6, 33, 35/1, 37, 38/2, 38/3, 38/4, 39, 4/1, 4/2, 4/3, 5/10, 5/11, 5/12, 5/13, 5/14, 5/15, 5/16, 5/17, 5/18, 5/19, 5/2, 5/20, 5/21, 5/22, 5/23, 5/24, 5/25, 5/26, 5/27, 5/28, 5/29, 5/30, 5/31, 5/32, 5/33, 5/34, 5/35, 5/36, 5/4, 5/5, 5/6, 5/7, 5/8, 5/9, 6/1, 6/2, 6/3, 7, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 8/6, 8/7, 8/8, 8/9, 9/1, 9/2, 9/3,

- w obrębie 40807: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 106, 12, 13, 17, 19/1, 19/2, 19/3, 19/4, 19/5, 19/6, 19/7, 19/8, 2/2, 20/11, 20/12, 20/13, 20/14, 20/15, 20/16, 20/17, 20/18, 20/19, 20/4, 20/5, 20/6, 20/9, 21, 22, 23/4, 23/5, 23/6, 23/7, 24, 25/1, 25/2, 26/10, 26/11, 26/12, 26/13, 26/14, 26/15, 26/16, 26/17, 26/18, 26/2, 26/20, 26/21, 26/22, 26/23, 26/24, 26/25, 26/4, 26/5, 26/7, 26/8, 26/9, 27/1, 29/1, 29/2, 29/3, 3, 31, 32/1, 32/2, 33/1, 33/2, 34/1, 34/2, 35/1, 35/2, 35/3, 35/4, 35/5, 35/6, 35/7, 35/8, 36/1, 36/2, 37/1, 37/2, 37/3, 37/4, 38, 40, 41, 42, 43/11, 43/13, 43/14, 43/15, 43/16, 43/17, 43/18, 43/19, 43/2, 43/20, 43/21, 43/22, 43/23, 43/24, 43/25, 43/26, 43/27, 43/28, 43/29, 43/3, 43/30, 43/31, 43/32, 43/33, 43/34, 43/35, 43/36, 43/37, 43/38, 43/39, 43/4, 43/40, 43/41, 43/42, 43/43, 43/44, 43/5, 43/7, 43/9, 44, 45, 46/1, 46/2, 46/58, 46/59, 46/60, 46/61, 46/62, 47/1, 47/2, 47/3, 47/4, 48, 49/1, 49/2, 49/4, 49/5, 5/3, 50, 51/10, 51/2, 51/3, 51/4, 51/5, 51/6, 51/7, 52/1, 52/2, 53, 54/4, 54/5, 56/1, 56/2, 56/3, 57, 58/10, 58/11, 58/12, 58/13, 58/14, 58/15, 58/16, 58/17, 58/2, 58/3, 58/5, 58/7, 58/8, 58/9, 59, 60, 61/1, 61/2, 61/3, 61/4, 61/5, 62/1, 62/2, 62/3, 62/4, 63/1, 63/2, 64/1, 64/2, 64/3, 64/4, 65, 66, 67, 68/1, 68/2, 68/3, 69/1, 69/2, 7, 71, 72, 73, 74/1, 74/2, 75/1, 75/2, 76, 77, 78, 79/2, 79/4, 79/5, 79/6, 79/7, 8, 80/1, 80/2, 81, 82/1, 82/2, 82/3, 83/1, 83/2, 83/3, 83/4, 83/5, 83/6, 83/7, 83/8, 84, 85, 86/1, 86/2, 86/3, 87, 88/1, 88/2, 89/1, 89/3, 89/4, 90, 91/1, 91/2, 91/3, 92, 95, 96, 97, 99,

- w obrębie 40808: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 10/3, 10/4, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2/1, 2/10, 2/11, 2/12, 2/13, 2/14, 2/15, 2/16, 2/17, 2/18, 2/19, 2/2, 2/20, 2/21, 2/22, 2/23, 2/24, 2/25, 2/26, 2/27, 2/28, 2/29, 2/3, 2/30, 2/31, 2/32, 2/33, 2/34, 2/35, 2/36, 2/37, 2/38, 2/39, 2/4, 2/40, 2/41, 2/5, 2/6, 2/7, 2/8, 2/9, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28/1, 28/10, 28/11, 28/12, 28/13, 28/14, 28/15, 28/2, 28/3, 28/4, 28/5, 28/6, 28/7, 28/8, 29/1, 29/2, 3, 30/10, 30/11, 30/12, 30/13, 30/2, 30/4, 30/5, 30/6, 30/7, 30/8, 30/9, 31, 32/1, 32/10, 32/11, 32/12, 32/13, 32/14, 32/15, 32/16, 32/17, 32/18, 32/19, 32/2, 32/20, 32/21, 32/22, 32/23, 32/24, 32/25, 32/26, 32/27, 32/28, 32/29, 32/3, 32/30, 32/31, 32/32, 32/33, 32/34, 32/35, 32/36, 32/37, 32/38, 32/39, 32/4, 32/40, 32/41, 32/42, 32/43, 32/44, 32/45, 32/5, 32/6, 32/7, 32/8, 32/9, 33, 34/1, 34/2, 34/3, 34/4, 34/5, 34/6, 34/7, 34/8, 37, 38, 4/1, 4/10, 4/100, 4/101, 4/102, 4/103, 4/104, 4/105, 4/106, 4/107, 4/108, 4/109, 4/11, 4/110, 4/111, 4/112, 4/113, 4/114, 4/115, 4/116, 4/117, 4/118, 4/119, 4/12, 4/120, 4/13, 4/14, 4/15, 4/16, 4/17, 4/18, 4/19, 4/2, 4/20, 4/21, 4/22, 4/23, 4/24, 4/25, 4/26, 4/27, 4/28, 4/29, 4/3, 4/30, 4/31, 4/32, 4/33, 4/34, 4/35, 4/36, 4/37, 4/38, 4/39, 4/4, 4/40, 4/41, 4/42, 4/43, 4/44, 4/45, 4/46, 4/47, 4/48, 4/49, 4/5, 4/50, 4/51, 4/52, 4/53, 4/54, 4/55, 4/56, 4/57, 4/58, 4/59, 4/6, 4/60, 4/61, 4/62, 4/63, 4/64, 4/65, 4/66, 4/67, 4/68, 4/69, 4/7, 4/70, 4/71, 4/72, 4/73, 4/74, 4/75, 4/76, 4/77, 4/78, 4/79, 4/8, 4/80, 4/81, 4/82, 4/83, 4/84, 4/85, 4/86, 4/87, 4/88, 4/89, 4/9, 4/90, 4/91, 4/92, 4/93, 4/94, 4/95, 4/96, 4/97, 4/98, 4/99, 43, 44/1, 45/1, 45/2, 47/2, 47/3, 48/38, 48/7, 49/1, 49/2, 49/3, 49/4, 49/5, 49/6, 49/7, 49/8, 49/9, 5, 50/1, 50/2, 51/1, 51/2, 52, 53/1, 53/10, 53/11, 53/12, 53/13, 53/2, 53/3, 53/4, 53/5, 53/6, 53/7, 53/8, 53/9, 54, 55, 56, 57/1, 57/2, 57/4, 57/5, 57/6, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 72, 73/2, 74, 78/3, 78/4, 79, 8, 80, 81/1, 81/10, 81/11, 81/2, 81/3, 81/4, 81/5, 81/6, 81/7, 81/8, 81/9, 82, 9, 91, 92/1, 92/10, 92/11, 92/12, 92/13, 92/14, 92/15, 92/16, 92/17, 92/18, 92/2, 92/20, 92/21, 92/22, 92/23, 92/24, 92/25, 92/26, 92/27, 92/28, 92/29, 92/3, 92/30, 92/31, 92/32, 92/33, 92/34, 92/4, 92/5, 92/6, 92/7, 92/8, 92/9,

e) Osiedle Bródno VIII, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 40815: działki ewidencyjne o numerach 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37/2, 37/3, 37/4, 37/5, 37/6, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44/1, 44/2, 44/3, 45, 46, 47/1, 47/10, 47/11, 47/12, 47/13, 47/14, 47/15, 47/16, 47/2, 47/3, 47/4, 47/5, 47/6, 47/7, 47/8, 47/9, 50, 51, 52, 53, 54, 55/29, 56, 57/1, 57/2, 57/4, 57/5, 57/6, 58/2, 58/3, 58/4, 58/5, 58/6, 58/7, 58/8, 59, 60/1, 60/2, 60/3, 61, 62, 63, 64/2, 64/4, 64/5, 64/6, 64/7, 64/8, 66/1, 66/2, 66/3, 66/4, 66/5, 70,

f) Osiedle Bródno IX, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 40820: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101/1, 101/2, 101/3, 101/4, 11, 12, 13/2, 13/3, 13/4, 14, 15/2, 15/3, 15/4, 15/5, 15/6, 15/7, 15/8, 15/9, 16, 17/1, 17/2, 18, 19/1, 19/4, 19/5, 19/6, 19/7, 19/8, 20, 21/1, 21/2, 21/3, 22/1, 22/2, 22/3, 23/1, 23/10, 23/11, 23/12, 23/13, 23/14, 23/15, 23/2, 23/3, 23/4, 23/5, 23/6, 23/7, 23/8, 23/9, 24, 25, 26, 27, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 28/5, 29/1, 29/2, 3, 30/1, 30/2, 31/1, 31/2, 32, 33, 34/1, 34/2, 34/3, 35, 36/1, 36/10, 36/11, 36/12, 36/13, 36/15, 36/16, 36/17, 36/19, 36/2, 36/21, 36/22, 36/26, 36/27, 36/28, 36/3, 36/30, 36/33, 36/34, 36/35, 36/36, 36/37, 36/38, 36/39, 36/4, 36/40, 36/41, 36/42, 36/43, 36/44, 36/45, 36/46, 36/47, 36/48, 36/49, 36/5, 36/50, 36/51, 36/52, 36/53, 36/54, 36/55, 36/56, 36/57, 36/58, 36/59, 36/6, 36/62, 36/63, 36/64, 36/65, 36/66, 36/67, 36/68, 36/69, 36/7, 36/70, 36/71, 36/72, 36/73, 36/74, 36/75, 36/76, 36/77, 36/78, 36/8, 36/9, 37/1, 37/2, 37/4, 37/5, 37/6, 37/7, 38/2, 38/3, 38/4, 38/5, 38/6, 39/2, 39/3, 39/4, 39/5, 39/6, 4, 40/1, 40/2, 41/10, 41/11, 41/12, 41/13, 41/14, 41/3, 41/5, 41/6, 41/7, 41/8, 41/9, 42/2, 44, 45/2, 45/3, 46, 48, 5, 58, 59, 6/1, 6/2, 60, 64, 65, 66, 67, 7, 70, 72, 75/2, 75/3, 76, 77/1, 78, 79/1, 8/1, 8/2, 81/2, 81/3, 82, 83, 84/1, 84/2, 84/3, 84/4, 85/1, 85/2, 85/3, 89, 9/1, 9/2, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98/1, 98/10, 98/12, 98/3, 98/4, 98/9, 99,

g) Osiedle Targówek Mieszkaniowy, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 41003: działki ewidencyjne o numerach 12, 13, 14/13, 14/18, 14/7, 14/8, 14/9, 15/4, 17/1, 17/2, 17/3, 18/1, 18/2, 18/3, 19/1, 19/2, 19/3, 19/4, 19/5, 20/11, 20/13, 20/14, 20/15, 20/16, 20/9, 21, 22/5, 3, 5, 54, 6, 62/1, 62/2, 63, 7/1, 7/2, 8/26, 8/28, 8/6, 8/7, 8/8, 8/9,

- w obrębie 41004: działki ewidencyjne o numerach 122/3, 123/1, 124, 125/1, 125/2, 125/3, 126, 127, 128, 130/1, 130/2, 131, 132, 142, 38, 39, 40, 46/1, 46/2,

- w obrębie 41005: działki ewidencyjne o numerach 50/1, 52/1, 52/2, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61,

- w obrębie 41006: działki ewidencyjne o numerach 1/4, 10, 107, 108, 109/1, 109/2, 11, 110, 111/10, 111/11, 111/12, 111/13, 111/15, 111/16, 111/17, 111/19, 111/20, 111/21, 111/22, 111/23, 111/24, 111/25, 111/26, 111/27, 111/28, 111/29, 111/30, 111/5, 111/6, 111/7, 111/8, 111/9, 116, 119, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 2/2, 20, 21, 22, 23, 24/1, 24/2, 25/1, 25/2, 26, 27, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2, 3/1, 3/2, 30/1, 30/2, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4/2, 4/3, 4/4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5/1, 5/2, 5/3, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6/1, 6/2, 6/3, 60, 61, 62, 63, 64/2, 64/3, 64/4, 65/2, 65/3, 65/4, 65/5, 66, 67/1, 67/2, 67/3, 67/4, 7/1, 7/2, 78/1, 78/2, 79/1, 8, 80, 81/1, 81/2, 9,
- w obrębie 41008: działki ewidencyjne o numerach 168/4, 168/5, 168/9, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 183, 184, 19/1, 213/1, 213/7, 214, 215/3, 215/4, 215/5, 215/6, 215/7, 215/8, 216, 227, 228, 236, 237/1, 237/2, 24/1, 240, 241,
- w obrębie 41009: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12/11, 12/12, 12/8, 12/9, 13, 14/1, 14/2, 15/4, 15/5, 15/6, 16, 17/2, 17/3, 17/4, 18, 19/1, 19/2, 2, 20/1, 20/2, 21, 22, 23, 24/1, 24/2, 25/1, 25/2, 26/1, 26/5, 26/6, 27/4, 27/5, 28, 29, 30/1, 30/11, 30/12, 30/2, 30/3, 30/4, 30/5, 31/4, 32/2, 40/1, 40/2, 40/3, 40/4, 42, 43, 44, 45/1, 46/1, 47, 48, 49, 50, 6, 7, 9,
- w obrębie 41010: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 15/10, 15/11, 15/3, 15/4, 15/5, 15/6, 15/7, 15/8, 15/9, 16, 17, 18, 19, 2/2, 2/3, 20, 21, 22/2, 22/3, 24/1, 24/19, 24/2, 24/20, 24/3, 24/4, 24/5, 24/6, 24/8, 25, 26, 3/1, 3/2, 3/5, 32, 38, 39, 40, 43/1, 43/2, 43/3, 43/4, 44/2, 44/3, 45, 46/1, 46/2, 8/2, 8/4,
- w obrębie 41012: działki ewidencyjne o numerach 10, 12/2, 13, 134, 19/1, 19/2, 19/3, 2, 20, 21/2, 23, 28, 29/1, 29/2, 29/3, 29/4, 3, 35/1, 35/2, 36, 37, 39/1, 39/2, 39/3, 4, 40, 41, 42/1, 42/2, 43/1, 43/2, 43/3, 44, 45, 46, 49, 5, 6, 65/2, 65/5, 66, 67/1, 67/2, 7, 8, 9/1, 9/2, 9/3,
- w obrębie 41013: działki ewidencyjne o numerach 10, 11/1, 11/5, 11/6, 11/7, 11/8, 11/9, 12/10, 12/11, 12/4, 12/5, 12/6, 12/7, 12/8, 12/9, 13, 14, 15, 16, 17, 18/1, 18/2, 3, 30, 37, 38, 39, 4/3, 4/4, 47, 5, 54, 55, 56, 57, 59/2, 6/2, 6/3, 6/4, 6/5, 6/6, 7, 8, 9,
- w obrębie 41014: działki ewidencyjne o numerach 105, 108/1, 110/3, 110/4, 110/5, 110/6, 115/1, 115/3, 117, 118/2, 118/3, 118/5, 118/6, 118/7, 118/8, 119/1, 119/2, 120, 121, 122, 123/1, 123/2, 124/1, 124/2, 125, 126/1, 126/2, 127, 133/13, 133/6, 153/1, 153/10, 153/11, 153/12, 153/3, 153/4, 153/5, 153/6, 153/7, 153/9, 154, 155, 156, 157, 158/1, 158/2, 158/3, 159, 160, 161, 61/7, 61/8, 62/1, 62/2, 63/10, 63/8, 63/9, 71, 72/2, 72/3, 73, 74, 79/2, 79/3, 81/1, 89,

11) W granicach Dzielnicy Ursus m.st. Warszawy:

a) Osiedle 1 Maja – Dzieci Warszawy, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 21105: działki ewidencyjne o numerach 158/10, 158/11, 158/12, 158/13, 158/3, 158/9, 188, 192, 193, 194, 195/11, 195/33, 195/46, 195/47, 196, 197, 201, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224,
- w obrębie 21112: działki ewidencyjne o numerach 26/37, 53, 54, 55, 57, 58,
- w obrębie 21113: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 16, 17, 18, 19, 20/1, 20/2, 20/4, 20/5, 21, 22, 23/1, 23/2, 23/3, 23/4, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30/4, 31, 32, 34/15, 34/16, 34/2, 35/10, 35/11, 35/2, 35/23, 35/24, 36, 37/1,37/10, 37/11, 37/12, 37/13, 37/14, 37/15, 37/16, 37/17, 37/18, 37/19, 37/2, 37/20, 37/21, 37/22, 37/23, 37/24, 37/25, 37/26, 37/27, 37/28, 37/29, 37/3, 37/30, 37/31, 37/32, 37/33, 37/4, 37/5, 37/6, 37/8, 37/9, 38, 39, 40/3, 40/4, 40/5, 40/7, 40/9, 41, 42, 43/1, 43/2, 44,45/1, 46, 47, 48, 5, 51, 52, 53, 54, 55/2, 55/4, 55/5, 55/7, 55/8, 56, 57/2, 58/5, 61/22, 61/23, 61/35, 61/5, 61/6, 62/2, 63/1, 64, 65, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75/4, 75/5, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84,85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94/1, 94/2, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 21114: działki ewidencyjne o numerach 101/1, 101/2, 101/3, 102, 103, 104, 105, 106, 115, 13/1, 13/2, 14, 15, 16/1, 16/2, 16/4, 17/2, 17/3, 17/4, 18, 19, 20/1, 20/3, 20/4, 22, 24,32/36, 32/4, 32/40, 32/41, 32/42, 32/5, 32/53, 32/54, 32/55, 32/56, 32/58, 32/60, 33, 35/1, 35/10, 35/11, 35/12, 35/13, 35/14, 35/2, 35/3, 35/4, 35/5, 35/6, 35/7, 35/8, 35/9, 38/1, 38/10, 38/2, 38/3, 38/4, 38/5, 38/6, 38/7, 38/8, 38/9, 39, 40/1, 40/2, 41, 42/1, 42/31, 42/32,42/35, 42/39, 42/4, 42/41, 42/43, 42/45, 42/47, 47/1, 47/2, 48/1, 48/2, 48/3, 50, 51, 52/1, 52/11, 52/12, 52/13, 52/2, 52/3, 52/4, 52/5, 52/6, 52/7, 52/8, 52/9, 55, 56, 57/1, 57/10, 57/11, 57/12, 57/13, 57/2, 57/3, 57/4, 57/5, 57/6, 57/7, 57/8, 57/9, 58, 59,60, 61, 62/6, 62/7, 62/8, 62/9, 63, 67, 68/1, 68/2, 70, 71/11, 71/12, 71/13, 71/14, 71/2, 71/3, 71/4, 71/5, 71/6, 71/7, 71/8, 71/9, 72, 73, 83, 88, 89/1, 89/10, 89/11, 89/12, 89/13, 89/14, 89/15, 89/16, 89/17, 89/18, 89/19, 89/2, 89/20, 89/21, 89/22, 89/23, 89/24,89/25, 89/26, 89/3, 89/4, 89/5, 89/6, 89/7, 89/8, 89/9, 90, 91,
- w obrębie 21115: działki ewidencyjne o numerach 18/1, 18/5, 18/6,

b) Osiedle Ursus-Niedźwiadek, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20906: działki ewidencyjne o numerach 100/10, 100/13, 100/15, 104/1, 104/2, 11, 12, 13, 14, 15, 17/1, 18/1, 18/2, 18/3, 5/13, 5/14, 5/15, 5/16, 5/17, 5/18, 5/19, 5/20, 5/21, 5/25, 5/26, 5/27, 5/28, 5/5, 8/10, 8/14, 8/17, 8/18, 8/19, 8/2, 8/20, 8/21, 8/22, 8/3, 8/4, 8/9, 98, 99,
- w obrębie 20907: działki ewidencyjne o numerach 1/7, 12/10, 12/11, 12/12, 12/13, 12/14, 12/15, 12/16, 12/19, 12/2, 12/22, 12/23, 12/24, 12/26, 12/27, 12/29, 12/30, 12/33, 12/4, 12/5, 12/58, 12/59, 12/6, 12/60, 12/61, 12/62, 12/63, 12/64, 12/65, 12/66, 12/67, 12/68, 12/69, 12/7, 12/70, 12/71, 12/72, 12/73, 12/74, 12/8, 12/9, 183, 186/1, 186/2, 186/3, 186/4, 187, 188, 2, 3, 4/1, 4/2, 4/3, 5/10, 6/3, 6/4, 6/5, 6/6, 6/8, 6/9, 8/11, 8/6, 8/8, 8/9, 83/1, 83/2, 92,

12) W granicach Dzielnicy Ursynów m.st. Warszawy:

a) Osiedle Ursynów Północny – Koński Jar – Nutki, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 11001: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 11/4, 11/5, 11/6, 11/7, 11/8, 11/9, 12/1, 12/2, 12/3, 12/4, 12/5, 34/1, 34/2, 34/3, 4, 45, 46, 47, 5/1, 5/3, 5/4, 6/1, 6/2, 7/1, 7/2,

b) Osiedle Natolin-Wolica, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 11105: działki ewidencyjne o numerach 11, 12, 4/25, 4/32, 4/33, 4/34, 4/36, 4/9, 7/10, 7/11, 7/12, 7/3, 7/5, 7/6, 7/7, 7/8, 7/9, 9,
- w obrębie 11106: działki ewidencyjne o numerach 18/10, 18/11, 18/12, 18/13, 18/14, 18/15, 18/16, 18/17, 18/18, 18/19, 18/20, 18/21, 18/22, 18/3, 18/4, 18/8, 18/9, 38, 39, 40,
- w obrębie 11109: działki ewidencyjne o numerach 10, 25, 26, 7/1, 7/14, 7/15, 7/16, 7/17, 7/18, 7/19, 7/2, 7/20, 7/21, 7/22, 7/24, 7/25, 7/26, 7/27, 7/30, 7/32, 7/33, 7/4, 7/5, 7/6, 8, 9/1, 9/4,

c) Osiedle Natolin-Wyżyny, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 11102: działki ewidencyjne o numerach 10/2, 11/1, 11/3, 11/4, 11/5, 11/7, 11/8, 11/9, 2/4, 3/10, 3/11, 3/13, 3/14, 3/16, 3/17, 3/18, 3/19, 3/20, 3/21, 3/7, 3/9, 4/1, 4/2,
- w obrębie 11103: działki ewidencyjne o numerach 3/1, 3/10, 3/11, 3/12, 3/13, 3/14, 3/15, 3/16, 3/17, 3/18, 3/19, 3/2, 3/20, 3/21, 3/22, 3/23,3/24, 3/25, 3/26, 3/27, 3/28, 3/3, 3/30, 3/31, 3/5, 3/9, 4, 5/1, 5/2, 6/1, 6/2, 9,
- w obrębie 11104: działki ewidencyjne o numerach 3/10, 3/11, 3/12, 3/13, 3/14, 3/15, 3/16, 3/17, 3/18, 3/19, 3/20, 3/21, 3/22, 3/23, 3/24, 3/25, 3/26, 3/27, 3/28, 3/29, 3/30, 3/31, 3/32, 3/33, 3/34, 3/35, 3/36,3/37, 3/38, 3/39, 3/40, 3/41, 3/42, 3/43, 3/44, 3/45, 3/46, 3/5, 3/6, 3/7, 3/8, 3/9, 4/2, 4/5, 4/7, 4/9, 7, 8,
- w obrębie 11108: działki ewidencyjne o numerach 10, 3/10, 3/11, 3/12, 3/13, 3/14, 3/15, 3/16, 3/17, 3/18, 3/19, 3/2, 3/20, 3/21, 3/22, 3/23, 3/24, 3/25, 3/26, 3/27, 3/28,3/29, 3/3, 3/30, 3/31, 3/32, 3/33, 3/34, 3/35, 3/36, 3/37, 3/38, 3/39, 3/40, 3/41, 3/42, 3/43, 3/44, 3/45, 3/46, 3/47, 3/48, 3/49, 3/5, 3/50, 3/51, 3/52, 3/53, 3/54, 3/57, 3/58, 3/59, 3/6, 3/60, 3/61, 3/62, 3/63, 3/64, 3/65, 3/66, 3/67, 3/68, 3/69, 3/7, 3/70,3/71, 3/72, 3/76, 3/8, 3/9, 4, 5, 6, 9,

d) Osiedle Ursynów Południowy-Na Skraju, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 11019: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 12, 13, 14/4, 18/1, 18/2, 18/3, 18/5, 18/6, 19, 20, 21, 8/3, 8/4,

- w obrębie 11020: działki ewidencyjne o numerach 14/1, 14/2, 15, 16/1, 16/2, 16/3, 16/4, 17/1, 17/2, 17/3, 18/1, 18/2, 18/3, 19/10, 19/11, 19/12, 19/13, 19/5, 19/6, 20/1, 20/2, 21, 22/1, 22/2, 22/3,22/4, 23, 24, 25/10, 25/11, 25/12, 25/2, 25/3, 25/4, 25/6, 25/7, 25/8, 25/9, 26/1, 26/2, 26/3, 26/4, 26/5, 27, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 28/5, 29, 5, 7/10, 7/11, 7/12, 7/13, 7/14, 7/15, 7/16, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 7/7, 7/8, 7/9, 8/3, 8/4,

- w obrębie 11027: działki ewidencyjne o numerach 3/12,3/13, 3/4, 3/6, 3/7, 3/8, 3/9, 4/10, 4/11, 4/12, 4/13, 4/14, 4/15, 4/17, 4/18, 4/19, 4/2, 4/20, 4/21, 4/22, 4/23, 4/24, 4/25, 4/26, 4/27, 4/28, 4/29, 4/30, 4/32, 4/33, 4/34, 4/35, 4/36, 4/37, 4/38, 4/5, 4/7, 4/8, 4/9, 6/1, 6/2, 7/6, 7/7,

- w obrębie 11029: działki ewidencyjne o numerach 2/14, 2/50, 2/54, 2/55, 2/56, 2/57, 2/58, 2/63, 2/67, 2/68, 4/1, 4/20, 4/24, 4/25, 4/26, 4/27, 4/28, 4/29, 4/33, 4/34, 4/36, 4/37, 4/38, 4/39, 4/40, 4/41, 4/42, 4/43, 4/46, 4/47, 4/48, 4/49, 4/50, 4/51, 4/52, 6,

e) Osiedle Ursynów Południowy-Imielin, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 11017: działki ewidencyjne o numerach 4/11, 4/13, 4/19, 4/20, 4/21, 4/22, 4/23, 4/9, 5/1, 5/10, 5/11, 5/12, 5/13, 5/15, 5/2, 5/3, 5/5, 5/6, 5/7, 5/8, 5/9, 7, 8,

- w obrębie 11018: działki ewidencyjne o numerach 2/1, 3, 5/1, 5/10, 5/3, 5/5, 5/6, 5/7, 5/8, 5/9, 6/1, 6/2, 6/3, 7/11, 7/12, 7/13,7/14, 7/15, 7/16, 7/17, 7/18, 7/27, 7/28, 7/29, 7/30, 7/31, 7/32, 7/33, 7/5, 7/54, 7/56, 7/6, 7/62, 7/7, 7/8, 7/9, 9/1, 9/2, 9/3,

- w obrębie 11021: działki ewidencyjne o numerach 15, 16/1, 16/2, 16/3, 16/4, 16/5, 16/6, 17/3, 18/1, 19/12, 19/13, 19/14, 19/15, 19/16, 19/17, 19/18, 19/19, 19/20, 19/21, 19/22,19/23, 19/24, 19/25, 19/26, 19/27, 19/28, 19/29, 19/3, 19/4, 19/5, 19/6, 19/7, 20, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 30/2, 31/1, 31/2, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 44,

- w obrębie 11022: działki ewidencyjne o numerach 10/10, 10/13, 10/14, 10/17, 10/19, 10/26, 10/28, 10/29,10/31, 10/32, 10/36, 10/37, 10/38, 10/39, 10/40, 10/42, 10/43, 10/44, 10/45, 10/46, 10/47, 10/48, 10/50, 10/53, 10/6, 10/60, 10/61, 10/62, 10/63, 10/65, 10/67, 10/69, 10/9, 11, 13, 14/1, 14/2, 16/1, 16/3, 16/4, 17, 18/1, 18/2, 2, 25, 26, 27/1, 27/2, 27/3, 28, 29, 3/2,3/3, 3/4, 30, 31/1, 31/2, 31/3, 31/4, 31/5, 32, 33, 34, 35, 36/3, 36/4, 37, 38, 39, 4/1, 4/2, 4/4, 40, 41, 42, 5, 9/3, 9/4,

f) Osiedle Ursynów Północny-Jary, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 11008: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/11, 10/22, 10/23, 10/24, 10/25, 10/26, 10/27, 10/29, 10/3, 10/30, 10/31, 10/34, 10/35, 10/36, 10/37, 10/38, 10/39, 10/40, 10/42, 10/43, 10/44, 10/45, 10/46, 10/47, 10/48, 10/49, 10/5, 10/50, 10/51, 10/52, 10/53, 10/55, 10/56, 10/57, 10/58, 10/59, 10/60, 10/61, 10/7,10/8, 11, 12/1, 12/2, 12/3, 12/4, 12/5, 13/1, 15/10, 15/11, 15/15, 15/16, 15/5, 21, 22, 23/1, 23/10, 23/11, 23/12, 23/13, 23/14, 23/15, 23/16, 23/17, 23/18, 23/19, 23/2, 23/3, 23/4, 23/5, 23/6, 23/7, 23/8, 23/9, 24, 25, 26/1, 26/10, 26/11, 26/12, 26/13, 26/14, 26/15, 26/16,26/17, 26/18, 26/19, 26/2, 26/20, 26/21, 26/23, 26/3, 26/4, 26/8, 26/9, 27, 28, 29/1, 29/2, 3/10, 3/11, 3/12, 3/15, 3/16, 3/17, 3/18, 3/19, 3/20, 3/21, 3/22, 3/23, 3/24, 3/25, 3/26, 3/27, 3/29, 3/30, 30/1, 30/2, 30/3, 31/1, 31/2, 31/3, 31/4, 32, 33, 34,36, 38/14, 38/16, 39, 40/1, 41, 42/1, 43, 44, 46/1, 46/2, 46/3, 46/4, 47, 48, 49, 5/1, 50, 51/1, 51/2, 52, 53, 54, 6/4, 7/3, 7/4, 7/5, 8/11, 8/12, 8/15, 8/18, 8/19, 8/21, 8/26, 8/27, 8/28, 8/30, 8/31, 8/33, 8/34, 8/9, 9,

- w obrębie 11011: działki ewidencyjne o numerach 10/10, 10/100, 10/102, 10/105, 10/106, 10/107, 10/11, 10/12, 10/6, 10/64, 10/68, 10/70, 10/71, 10/72, 10/77, 10/78, 10/79, 10/80, 10/81, 10/82, 10/83, 10/84, 10/85, 10/86, 10/87, 10/89, 10/93, 10/94, 10/95, 10/96, 10/98, 10/99, 11/10, 11/11, 11/12, 11/2, 11/4, 11/9, 12/1, 12/2, 13/10, 13/12, 13/14, 13/162,13/168, 13/169, 13/171, 13/173, 13/175, 13/176, 13/177, 13/178, 13/179, 13/18, 13/182, 13/183, 13/184, 13/185, 13/186, 13/187, 13/188, 13/189, 13/190, 13/191, 13/192, 13/193, 13/194, 13/195, 13/196, 13/197, 13/207, 13/208, 13/209, 13/210, 13/211, 13/213, 13/214, 13/215, 13/216, 13/217, 13/218, 13/219, 13/220, 13/221, 13/222, 13/223, 13/224, 13/225, 13/226, 13/227, 13/228, 13/229, 13/230, 13/231, 13/232, 13/233, 13/234, 13/235, 13/236, 13/237, 13/238, 13/239, 13/240, 13/241, 13/242, 13/243, 13/244, 13/245, 13/246, 13/247, 13/248, 13/249, 13/251, 13/252, 13/253, 13/254, 13/255, 13/264, 13/265, 13/269, 13/270, 13/28, 13/29, 13/34, 13/41, 13/42, 13/45, 13/46, 13/48, 13/51, 13/53,13/54, 13/55, 13/56, 13/58, 13/9, 14/1, 14/10, 14/11, 14/12, 14/13, 14/2, 14/7, 14/8, 15/6, 16/1, 16/2, 16/3, 21/1, 22/1, 22/10, 22/11, 22/12, 22/13, 22/14, 22/15, 22/16, 22/17, 22/18, 22/19, 22/2, 22/20, 22/21, 22/22, 22/23, 22/24, 22/25, 22/26, 22/27, 22/28, 22/29, 22/3, 22/30, 22/31, 22/32,22/33, 22/34, 22/35, 22/4, 22/5, 22/6, 22/7, 22/8, 22/9, 28, 29, 4/1, 4/2, 4/3, 4/4, 5/1, 5/2, 6/2, 6/3, 6/4, 7/1, 8, 9/4, 9/5, 9/6, 9/7, 9/8, 9/9,
- w obrębie 11016: działki ewidencyjne o numerach 11/3, 12, 14/3, 14/5, 14/6, 15/19, 15/2, 15/20, 15/3, 15/4, 15/5, 17/1, 17/2, 17/3,18, 19, 2/1, 2/10, 2/11, 2/12, 2/13, 2/14, 2/21, 2/22, 2/23, 2/24, 2/25, 2/9, 20, 4/1, 4/2, 6/1, 6/11, 6/12, 6/4, 6/5, 6/6, 6/7, 6/8, 6/9, 7, 8/10, 8/11, 8/12, 8/13, 8/14, 8/15, 8/16, 8/17, 8/18, 8/19, 8/20, 8/21, 8/22, 8/23, 8/24, 8/25, 8/26,8/27, 8/28, 8/29, 8/30, 8/31, 8/32, 8/33, 8/34, 8/35, 8/4, 8/5, 8/6, 8/7, 8/8, 8/9, 9,

g) Osiedle Ursynów Północny-Stokłosy, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 11002: działki ewidencyjne o numerach 10, 12, 13/1, 13/2, 14, 15/1, 15/10, 15/2, 15/4, 15/5, 15/9, 21/3, 22/10, 22/11, 22/4, 22/5, 22/7, 22/8, 25/1, 25/2, 25/3, 25/4, 25/5, 26/1, 26/2, 4/2, 4/3, 4/6, 4/7, 4/8, 5/4, 5/5, 5/6, 5/7, 5/8, 5/9, 6/1, 6/2, 6/3, 7,8/1, 8/2, 8/4, 8/5, 8/6, 8/7, 9,
- w obrębie 11009: działki ewidencyjne o numerach 10, 11/4, 12, 14/2, 14/6, 16/1, 16/2, 16/3, 17, 18, 19/1, 19/2, 20, 21, 22/1, 22/2, 23/1, 23/2, 23/4, 23/5, 24/1, 24/3, 24/4, 25, 26/1, 27/1, 27/2, 28/1, 28/2, 29/1, 29/5, 29/7, 29/8, 29/9, 30, 31,32/1, 33, 34, 35/1, 35/2, 36, 37, 38, 4/11, 4/12, 4/13, 4/15, 4/17, 4/24, 4/28, 4/29, 4/9, 5, 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 8/10, 8/11, 8/12, 8/13, 8/15, 8/16, 8/17, 8/18, 8/19, 8/4, 8/5, 8/8, 8/9, 9,
- w obrębie 11010: działki ewidencyjne o numerach 12/2, 12/3, 14/2, 5/118, 5/119, 5/120,5/121, 5/122, 5/123, 5/131, 5/132, 5/133, 5/134, 5/16, 5/42, 5/43, 5/44, 5/45, 5/46, 5/47, 5/48, 5/56, 5/57, 5/58, 5/59, 5/60, 6, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 8/10, 8/3, 8/5, 8/6, 8/7, 8/8, 8/9,

13) W granicach Dzielnicy Wawer m.st. Warszawy:

a) Osiedle Kolarska – Fuksji, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 31159: działki ewidencyjne o numerach 16/1, 17/2, 31, 38, 44/2, 45/1, 46/1, 65/2,

b) Osiedle Korkowa – Rekrucka, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 30075: działki ewidencyjne o numerach 11, 12,
- w obrębie 30716: działki ewidencyjne o numerach 2/1, 2/2, 29/3, 29/4, 29/5, 29/6, 3/1, 30/10, 30/11, 30/12, 30/13, 30/14, 30/15, 30/16, 30/17, 30/18, 30/19, 30/20, 30/21, 30/22, 30/3, 30/5, 30/6, 30/7, 30/8, 31/1, 31/2, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41,42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6/2, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84,85, 86, 87, 88, 89, 98,
- w obrębie 30717: działki ewidencyjne o numerach 1/4, 1/5, 11/1, 11/2, 13/3, 13/4, 14/1, 16/1, 17/1, 2, 26/1, 26/2, 32/10, 32/3, 32/5, 33, 34/1, 34/2, 35, 36/1, 36/2, 36/4, 36/5, 36/6, 37/3, 38, 39, 41, 42/1, 42/2, 42/4, 44/1, 44/2, 46, 47, 48,49, 51, 52, 53, 58, 59, 69/1, 69/2, 70, 71, 72, 73, 9/1,

c) Osiedle Zambrowska – Pazińskiego, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 31122: działki ewidencyjne o numerach 117/10, 117/11, 117/12, 117/13, 117/14, 117/15, 117/16, 117/17, 117/18, 117/19, 117/2, 117/20, 117/21, 117/22, 117/23, 117/24, 117/25, 117/26, 117/27, 117/28, 117/29, 117/3, 117/30, 117/31, 117/32, 117/33, 117/34, 117/35, 117/36, 117/37, 117/38, 117/39, 117/4, 117/40, 117/41, 117/42, 117/43, 117/44, 117/46, 117/47,117/48, 117/49, 117/5, 117/50, 117/51, 117/52, 117/53, 117/54, 117/55, 117/56, 117/57, 117/58, 117/6, 117/62, 117/64, 117/66, 117/67, 117/68, 117/69, 117/7, 117/70, 117/71, 117/8, 117/9, 118/10, 118/11, 118/12, 118/13, 118/14, 118/15, 118/16, 118/17, 118/18, 118/19, 118/2, 118/20, 118/21, 118/22, 118/23, 118/24, 118/25, 118/26, 118/27, 118/28,118/29, 118/3, 118/30, 118/32, 118/33, 118/34, 118/35, 118/36, 118/37, 118/38, 118/4, 118/41, 118/42, 118/44, 118/5, 118/6, 118/7, 118/8, 118/9, 119/1, 119/2, 119/3, 121/1, 121/2, 125/1, 125/2, 129, 87/2, 87/3, 89/10, 89/11, 89/12, 89/13, 89/14, 89/15, 89/16, 89/17, 89/18, 89/19, 89/20, 89/21, 89/22, 89/23,89/24, 89/25, 89/26, 89/27, 89/28, 89/29, 89/30, 89/31, 89/32, 89/4, 89/5, 89/6, 89/7, 89/8, 90/1, 91/1, 92/1, 93/10, 93/11, 93/2, 93/3, 93/4, 93/5, 93/6, 93/7, 93/8, 93/9, 94/11, 94/12, 94/13, 94/7, 94/8, 94/9,

14) W granicach Dzielnicy Wilanów m.st. Warszawy:

a) Osiedle Wilanów Wysoki, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 10538: działki ewidencyjne o numerach 1/1, 1/10, 1/2, 1/3, 1/4, 1/5, 1/6, 1/7, 1/8, 1/9, 10, 11, 12/1, 12/10, 12/11, 12/12, 12/14, 12/15, 12/16, 12/17, 12/18, 12/20, 12/21, 12/23, 12/24, 12/25, 12/26, 12/27, 12/28, 12/29, 12/3, 12/30, 12/31, 12/32, 12/33, 12/34, 12/35, 12/36, 12/37, 12/5,12/7, 12/9, 15, 169/1, 169/2, 17, 171, 173, 174, 175, 176/1, 176/2, 177, 178, 179/1, 179/2, 18, 180/1, 180/2, 180/3, 183, 184, 185, 186, 187/1, 187/2, 188, 189, 190, 198, 199, 2/1, 2/3, 2/4, 20/1, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 25/1, 25/2,25/3, 25/4, 26, 27, 28/3, 28/4, 28/5, 28/6, 3, 30, 31/1, 31/2, 31/3, 32, 33/1, 33/2, 33/3, 33/4, 34, 35, 36, 37/1, 37/2, 37/3, 39/1, 39/2, 4, 40/1, 40/2, 40/3, 41, 42, 44, 45, 46/3, 47, 48, 5/6, 50/2, 52, 53/1, 55/1, 55/2,55/3, 56/10, 56/11, 56/12, 56/13, 56/14, 56/2, 56/3, 56/4, 56/5, 56/6, 56/8, 56/9, 57/1, 57/2, 57/3, 57/4, 57/5, 57/6, 57/7, 57/8, 57/9, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68/10, 68/12, 68/13, 68/14, 68/2, 68/3, 68/4, 68/5, 68/6, 68/9, 69, 7/10,7/11, 7/12, 7/13, 7/34, 7/39, 7/4, 7/40, 7/42, 7/45, 7/46, 7/47, 7/48, 7/8, 7/9, 70, 71, 72, 73, 74/1, 74/10, 74/11, 74/12, 74/2, 74/4, 74/5, 74/6, 74/7, 74/8, 74/9, 75, 77/12, 77/13, 77/18, 77/20, 77/21, 77/23, 77/5, 77/8, 8/13, 8/14, 8/15, 8/3, 8/5,8/6, 8/7, 80/10, 80/12, 80/14, 80/16, 80/6, 80/8, 9,
- w obrębie 10543: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 12, 120, 121/1, 121/3, 121/4, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128,129, 13, 131, 132, 134, 136, 138, 14, 2/10, 2/11, 2/3, 2/4, 2/8, 21/1, 21/2, 22, 23, 24/1, 24/2, 24/3, 24/4, 28, 29, 3, 38, 39, 4/5, 4/9, 40, 41, 42, 43, 44, 45/3, 45/4, 45/5, 45/6, 45/7, 45/8, 45/9, 46, 47, 5/1,5/2, 50, 51, 54/1, 54/2, 54/4, 54/5, 54/6, 54/7, 54/8, 55, 58/5, 60/1, 60/10, 60/3, 60/4, 60/7, 60/8, 60/9, 61, 62, 63, 64/1, 64/2, 69, 7/1, 7/10, 7/11, 7/12, 7/13, 7/14, 7/15, 7/16, 7/17, 7/18, 7/19, 7/2, 7/3, 7/5, 7/6, 7/7, 7/8, 7/9, 70,71, 72, 74/1, 74/2, 74/3, 74/4, 75/1, 75/10, 75/11, 75/4, 75/5, 75/6, 75/7, 75/8, 75/9, 8/1, 8/2, 80, 81/1, 81/2, 83, 84, 85, 86, 87/1, 87/2, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,
- w obrębie 10547: działki ewidencyjne o numerach 1/1, 1/2, 1/3,1/4, 1/5, 10/5, 10/6, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19/1, 19/2, 19/3, 2/1, 2/2, 2/3, 20, 3/1, 3/2, 36/1, 36/2, 36/3, 36/5, 36/6, 36/7, 37/1, 37/3, 37/4, 37/5, 38, 39/5, 4/1, 4/2, 4/4, 4/5, 4/6, 4/7, 40, 41, 42, 43, 44,45, 46, 47/1, 47/12, 47/13, 47/14, 47/2, 47/4, 47/6, 47/7, 47/8, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54/2, 54/3, 54/4, 55/1, 56, 57/1, 57/2, 58, 59, 6, 7/11, 7/12, 7/13, 7/14, 7/4, 7/6, 7/7, 7/8, 75, 8/1, 8/3, 8/4, 9,

15) W granicach Dzielnicy Włochy m.st. Warszawy:

a) Osiedle 1 Sierpnia, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20322: działki ewidencyjne o numerach 38/1, 38/2,
- w obrębie 20401: działki ewidencyjne o numerach 12/1, 12/2, 12/3, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34/1, 38, 39/1, 39/2, 41/1, 41/2, 42/1, 42/2, 43/1, 43/2, 44, 45, 46, 47, 48, 49,50, 51, 52/1, 52/4, 52/5, 52/6, 53, 54, 55, 7, 8, 9,
- w obrębie 20402: działki ewidencyjne o numerach 10, 12, 13, 3/1, 3/2, 3/3, 4/1, 4/10, 4/2, 4/3, 4/4, 4/5, 4/6, 4/7, 4/8, 4/9, 5/1, 5/2, 6/1, 7, 9,

- w obrębie 20404: działki ewidencyjne o numerach 10, 11/1, 11/2, 11/3, 12, 19, 2/1, 2/2, 29/1,29/2, 3, 4, 5, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/6, 79, 8/1, 8/2, 9,

b) Osiedle Hynka – Komitetu Obrony Robotników, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 20407: działki ewidencyjne o numerach 10, 13, 14, 15, 16/1, 16/2, 16/3, 16/4, 16/5, 16/6, 16/7, 16/8, 16/9, 17/1, 17/2, 17/3, 17/4, 17/5, 17/6, 17/7, 17/8, 18, 19, 20/10, 20/11, 20/12, 20/13, 20/14, 20/15, 20/16, 20/17, 20/18, 20/19, 20/2, 20/20, 20/21, 20/22, 20/23, 20/24, 20/25,20/26, 20/27, 20/28, 20/29, 20/3, 20/30, 20/4, 20/5, 20/6, 20/7, 20/8, 20/9, 21, 22, 23, 24, 25/1, 25/2, 25/3, 25/4, 25/5, 25/6, 25/7, 25/8, 25/9, 26, 27, 28, 29, 30/1, 30/10, 30/11, 30/2, 30/3, 30/4, 30/5, 30/6, 30/7, 30/8, 30/9, 31, 32, 33/1, 33/2,34, 35, 36/10, 36/11, 36/2, 36/3, 36/4, 36/5, 36/6, 36/7, 36/8, 36/9, 38, 39, 9/1, 9/2,

16) W granicach Dzielnicy Wola m.st. Warszawy:

a) Osiedle Koło – Górczewska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60608: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 12, 120/2, 122/1, 122/2, 123, 124, 125, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58/1, 58/2, 58/3, 59, 6, 61, 62/10, 62/2, 62/3, 62/5, 62/6, 62/7, 62/9, 63, 64, 65, 66/1, 66/2, 67, 68, 69/1, 69/2, 69/3, 69/4, 69/5, 7, 70, 71/1, 71/2, 71/3, 72/1, 72/2, 72/3, 72/4, 73/1, 73/2, 73/3, 74/1, 74/2, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 60614: działki ewidencyjne o numerach 103, 105, 121, 126, 128, 129, 130, 131, 132, 138/1, 138/2, 140, 141, 142/1, 142/2, 143, 144, 145/1, 145/2, 145/3, 145/4, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154/1, 160, 161, 162/1, 162/2, 163, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 31, 61, 77,

b) Osiedle Koło – Mszczonowska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60606: działki ewidencyjne o numerach 55/9, 56/1, 56/2, 57/1, 57/2, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66/10, 66/11, 66/12, 66/13, 66/14, 66/15, 66/16, 66/17, 66/18, 66/19, 66/20, 66/21, 66/22, 66/23, 66/24, 66/25, 66/28, 66/3, 66/30, 66/31, 66/32, 66/33, 66/34, 66/35, 66/36, 66/38, 66/39, 66/40, 66/41, 66/48, 66/5, 66/6, 66/7, 66/8, 66/9, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77/2, 78, 79/5, 80, 81, 82/1, 82/2, 83, 84, 86, 87, 89,

- w obrębie 60702: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107/2, 11/2, 12/2, 13, 14, 15/2, 16, 19/2, 21, 25/10, 25/11, 25/12, 25/13, 25/14, 25/22, 25/24, 25/26, 25/27, 25/28, 25/29, 25/30, 25/32, 25/34, 25/36, 25/6, 25/7, 25/8, 26/2, 27, 28, 29, 30/1, 30/2, 31, 32/1, 32/2, 32/3, 32/4, 32/5, 32/6, 34, 35, 36/1, 36/10, 36/2, 36/3, 36/5, 36/6, 36/7, 36/8, 36/9, 38/1, 38/10, 38/11, 38/12, 38/13, 38/14, 38/15, 38/16, 38/17, 38/18, 38/19, 38/2, 38/20, 38/21, 38/22, 38/23, 38/24, 38/25, 38/26, 38/27, 38/28, 38/29, 38/3, 38/4, 38/5, 38/6, 38/7, 38/8, 38/9, 39, 40/3, 41/1, 41/2, 42/1, 42/3, 42/4, 42/6, 42/7, 42/8, 42/9, 43, 44, 45/1, 45/2, 45/4, 45/5, 45/6, 45/7, 48, 49, 50/1, 50/3, 50/4, 50/5, 51/1, 51/2, 51/3, 52/10, 52/11, 52/13, 52/14, 52/15, 52/16, 52/17, 52/18, 52/19, 52/20, 52/21, 52/22, 52/23, 52/24, 52/27, 52/28, 52/3, 52/31, 52/32, 52/33, 52/34, 52/35, 52/36, 52/37, 52/38, 52/39, 52/4, 52/40, 52/41, 52/42, 52/43, 52/44, 52/45, 52/46, 52/47, 52/48, 52/49, 52/5, 52/50, 52/56, 52/57, 52/6, 52/7, 52/8, 52/9, 53/1, 53/3, 53/4, 54/1, 54/10, 54/11, 54/12, 54/13, 54/14, 54/15, 54/16, 54/17, 54/18, 54/19, 54/2, 54/20, 54/21, 54/22, 54/23, 54/3, 54/4, 54/5, 54/6, 54/7, 54/8, 54/9, 55, 56, 57/1, 57/2, 57/3, 58/1, 58/5, 58/6, 58/7, 58/8, 60/1, 60/10, 60/11, 60/12, 60/13, 60/14, 60/15, 60/16, 60/17, 60/18, 60/19, 60/22, 60/23, 60/24, 60/25, 60/3, 60/4, 60/5, 60/6, 60/7, 60/8, 60/9, 61, 62, 63/10, 63/12, 63/13, 63/14, 63/15, 63/16, 63/17, 63/18, 63/19, 63/2, 63/20, 63/22, 63/23, 63/24, 63/25, 63/26, 63/27, 63/28, 63/29, 63/30, 63/31, 63/32, 63/33, 63/34, 63/35, 63/36, 63/37, 63/38, 63/39, 63/40, 63/41, 63/42, 63/43, 63/44, 63/45, 63/46, 63/47, 63/48, 63/49, 63/5, 63/50, 63/51, 63/52, 63/53, 63/54, 63/55, 63/56, 63/57, 63/58, 63/59, 63/6, 63/60, 63/61, 63/62, 63/63, 63/64, 63/7, 63/8, 63/9, 64, 65/1, 65/2, 65/4, 65/5, 65/6, 65/7, 66, 67, 70/1, 70/3, 70/5, 70/6, 70/7, 73/1, 73/10, 73/11, 73/12, 73/13, 73/3, 73/4, 73/5, 73/6, 73/7, 73/9, 74, 75, 76, 77/1, 77/2, 77/3, 77/4, 78/1, 78/2, 78/3, 78/4, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9/15, 9/20, 9/21, 9/22, 9/23, 90/12, 90/13, 90/16, 92, 93, 94/1, 94/2, 95/1, 95/2, 98, 99/1, 99/2, 99/3,

c) Osiedle Koło – Sowińskiego, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60703: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 12/1, 12/2, 12/3, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129/1, 129/2, 13, 130/1, 130/11, 130/2, 130/3, 130/4, 130/5, 130/6, 130/7, 130/8, 130/9, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 14, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 15, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 16, 160, 161, 162, 163, 164, 166, 167/1, 167/2, 167/3, 168, 169, 17, 170/1, 170/10, 170/11, 170/12, 170/13, 170/14, 170/15, 170/16, 170/17, 170/18, 170/19, 170/2, 170/20, 170/21, 170/22, 170/23, 170/24, 170/25, 170/26, 170/27, 170/28, 170/29, 170/3, 170/30, 170/31, 170/32, 170/33, 170/34, 170/35, 170/36, 170/37, 170/38, 170/39, 170/4, 170/40, 170/41, 170/42, 170/43, 170/44, 170/45, 170/46, 170/47, 170/48, 170/49, 170/5, 170/50, 170/6, 170/7, 170/8, 170/9, 171, 172, 173, 176, 177, 178, 179, 18, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 19/1, 19/2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5/1, 5/2, 5/3, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56/10, 56/2, 56/4, 56/5, 56/6, 56/7, 56/8, 56/9, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66/1, 66/2, 67/1, 67/2, 68/1, 68/3, 68/4, 68/5, 68/6, 68/7, 69, 7/1, 7/2, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8/1, 8/10, 8/11, 8/5, 8/6, 8/7, 8/8, 8/9, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 95, 96, 97, 98, 99,
- w obrębie 60708: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 112, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90,

d) Osiedle Korczaka – Zegadłowicza, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60408: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 9/10, 9/11, 9/12, 9/13, 9/14, 9/15, 9/16, 9/17, 9/18, 9/19, 9/2, 9/20, 9/21, 9/3, 9/4, 9/5, 9/6, 9/7, 9/9,

e) Osiedle Mirów, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60102: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 12, 120, 121, 122, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25,26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33/1, 33/2, 33/3, 33/4, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60/1, 60/2, 61,7/1, 7/2, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84/1, 84/2, 84/3, 84/4, 84/5, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

f) Osiedle Młynów, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60310: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 12, 120, 121, 122, 123, 13, 14/1, 14/2, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29/1, 29/2, 3, 30/1, 30/2, 30/4, 30/5, 30/6, 31, 32/1, 32/3, 32/4, 32/5, 33/1, 33/2, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63/1, 63/2, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,
- w obrębie 60311: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108/2, 108/3, 108/4, 108/5, 108/6, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119/1, 12, 120/2, 121/1, 125, 126, 127, 128, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23/1, 23/5, 23/6, 24/1, 24/2, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31/1, 31/2, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 52/2, 52/31, 52/32, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84/2, 84/3, 84/4, 84/6, 84/7, 84/8, 84/9, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,
- w obrębie 60312: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22/3, 22/4, 23, 24, 25,
- w obrębie 60313: działki ewidencyjne o numerach 100, 101, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 60314: działki ewidencyjne o numerach 10/3, 11/1, 11/2, 11/3, 12/1, 12/2, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25/1, 25/2, 26/1, 26/2, 26/3, 27, 28/1, 28/2, 29, 30, 31, 32/1, 32/2, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47/3, 47/4, 47/5, 47/6, 47/7, 48, 49, 50, 51, 52, 53/1, 53/2, 54, 55, 56, 57, 58, 59/1, 59/2, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68/1, 68/2, 68/3, 68/4, 68/5, 69, 70, 71, 72, 73, 74/1, 77/1, 79,

- w obrębie 60315: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 11/2, 11/3, 11/4, 11/5, 12/1, 12/2, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26/1, 26/2, 27, 28, 29, 30/1, 30/12, 30/13, 30/14, 30/15, 30/4, 30/5, 32, 33/10, 33/2, 33/3, 33/8, 33/9, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4/6, 40, 41, 42, 43, 49, 5, 56, 6, 7, 8, 9,

- w obrębie 60316: działki ewidencyjne o numerach 10/1, 10/2, 107, 11, 112, 113, 12, 13, 14, 15/1, 15/2, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 5,

- w obrębie 60317: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 3, 4, 46, 54, 9,

g) Osiedle Muranów Południowy, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60204: działki ewidencyjne o numerach 100/1, 100/2, 100/3, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 112/1, 112/2, 112/3, 113/1, 113/3, 113/4, 113/5, 113/6, 114/1, 114/2, 71, 72, 73, 74/1, 74/2, 74/3, 74/4, 75, 76, 77/1, 77/2, 77/3, 77/4, 77/5, 77/6, 78, 79, 80, 81, 82,83, 84, 85, 86, 87, 88, 89/1, 89/2, 89/3, 89/4, 90, 91, 92/1, 92/2, 92/3, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 60205: działki ewidencyjne o numerach 14/2, 14/3, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31/1, 31/2, 31/3,32, 33, 34, 38, 39, 5, 6,

- w obrębie 60206: działki ewidencyjne o numerach 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64,65/1, 65/2, 66, 67, 68, 69, 71,

- w obrębie 60207: działki ewidencyjne o numerach 1/1, 1/2, 10, 100, 101, 102, 103, 104, 106, 107, 108, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 117, 118, 119, 12, 122, 124, 127, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 2, 22, 23, 24,25, 26, 27, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 41/1, 41/2, 42, 43, 44/1, 44/2, 44/3, 44/4, 44/5, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64,66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73/2, 73/4, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95/7, 95/8, 96, 97, 98, 99,

h) Osiedle Muranów Zachodni, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60202: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104/1, 104/2, 106/3, 106/5, 107, 108, 109, 11, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 12, 120, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 13, 130, 14, 15, 16, 17, 18,19, 20/1, 20/2, 20/3, 21, 22, 24, 25, 26, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49/1, 49/2, 5/3, 5/4, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59,6/3, 6/4, 60, 62, 63, 64, 65/3, 65/4, 7, 71, 72, 73, 74, 75/1, 75/2, 76, 77/1, 77/2, 78, 79, 8, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 60203: działki ewidencyjne o numerach 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18/1, 18/2, 18/3, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36/1, 36/2, 36/3, 37/1, 37/2, 38, 4/1, 4/2, 40, 41, 42, 5, 6, 7/1, 7/2, 8, 9,

- w obrębie 60204: działki ewidencyjne o numerach 10, 108, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37,

- w obrębie 60205: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 12, 13, 14/1, 2, 3, 35, 36, 4, 40, 41, 42,

i) Osiedle Ordona – Kasprzaka – Wolska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60713: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35/1, 35/2, 37, 38/7, 39/1, 39/2, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48,49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73/1, 73/2, 73/3, 73/4, 73/5, 73/6, 74, 75, 76/10, 76/11, 76/12, 76/13, 76/15, 76/17, 76/2, 76/3, 76/4,76/6, 76/8, 76/9, 77, 78, 79, 8, 80, 81/1, 81/2, 81/3, 82/1, 82/2, 82/3, 83/1, 83/2, 83/3, 84, 85, 86, 9, 91, 92, 93/1, 93/2, 95, 96, 98,

j) Osiedle Płocka – Górczewska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60318: działki ewidencyjne o numerach 10, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 11, 12, 13, 134/1, 134/2, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 193, 2, 204, 21, 215, 216, 22, 223, 225, 226, 23/1, 23/2, 23/3, 23/4, 23/5, 24, 25, 26, 27, 28,29, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42/1, 42/2, 42/3, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68/2, 7, 8, 80, 81,82, 83, 84, 85, 86, 9,

k) Osiedle Płocka – Skierniewicka, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60401: działki ewidencyjne o numerach 47, 48/5, 48/6, 67,

l) Osiedle Srebrna, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60107: działki ewidencyjne o numerach 19/3, 20, 21, 22/1, 22/2, 23, 24, 25/1, 25/2,

- w obrębie 60109: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 20, 21, 6, 7, 8/1, 8/2, 9,

m) Osiedle Wieluńska, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60705: działki ewidencyjne o numerach 17/10, 17/2, 17/3, 17/4, 17/5, 17/8, 17/9, 19/1, 19/2, 21/2, 22/1, 22/2, 4/10, 4/11, 4/12, 4/13, 4/14, 4/15, 4/16, 4/17, 4/18, 4/19, 4/2, 4/20, 4/21, 4/22, 4/23, 4/3, 4/4, 4/5, 4/6, 4/7, 4/8, 4/9, 5, 8/2,

n) Osiedle WSM Koło Wschodnie, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60609: działki ewidencyjne o numerach 10, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19/1, 19/2, 2, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 3, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51, 52, 53, 54, 55/1, 55/2, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 8, 80, 81/1, 81/2, 81/3, 81/4, 82, 83, 84, 85, 86/1, 86/2, 86/3, 86/4, 86/5, 86/6, 87, 88/1, 88/3, 88/4, 89, 9, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99,

- w obrębie 60610: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19/1, 19/2, 2/1, 2/2, 2/4, 2/5, 2/6, 20/1, 20/2, 20/3, 20/4, 20/5, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27/1, 27/2, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29, 3/1, 3/3, 3/5, 3/6, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 4, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 5, 50, 51/1, 51/2, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 6, 60, 61/1, 61/2, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 7, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 8, 9, 93, 95, 96,

o) Osiedle Za Żelazną Bramą, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60105: działki ewidencyjne o numerach 16, 18, 19, 23, 24/2, 24/3, 24/4, 25, 26, 27, 28, 29, 30/1, 30/2, 31, 32, 33, 34, 37, 38, 43, 44, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60/1, 60/2, 61, 62, 63, 64, 65,66, 67, 68, 69, 71/1, 71/2, 71/3, 71/4, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 96, 97, 98/1, 98/4, 98/5, 98/6, 98/7,

- w obrębie 60106: działki ewidencyjne o numerach 111, 112/1, 112/2, 22/1, 22/2, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31,32, 33, 34, 35, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 94, 98, 99,

p) Osiedle Żytnia, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 60313: działki ewidencyjne o numerach 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 5, 6, 7, 8, 9,

- w obrębie 60317: działki ewidencyjne o numerach 6, 7/2, 7/5, 7/6, 7/7, 8,

17) W granicach Dzielnicy Żoliborz m.st. Warszawy:

a) Osiedle Kępa Potocka, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70104: działki ewidencyjne o numerach 12, 13, 14/1, 14/2, 16, 17, 18, 8, 9/1, 9/10, 9/11, 9/12, 9/13, 9/14, 9/15, 9/16, 9/17, 9/18, 9/19, 9/20, 9/21, 9/22, 9/23, 9/24, 9/25, 9/26, 9/27, 9/28, 9/29, 9/3, 9/30, 9/31, 9/32, 9/33, 9/34, 9/35, 9/36, 9/37, 9/38, 9/39, 9/4, 9/40, 9/41, 9/42, 9/43, 9/44, 9/45, 9/46, 9/5, 9/6, 9/7, 9/8, 9/9,

b) Osiedle Marymont-Potok, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70416: działki ewidencyjne o numerach 10/2, 14/10, 14/11, 14/12, 14/13, 14/14, 14/15, 14/16, 14/5, 14/7, 14/8, 14/9, 15/1, 15/2, 16, 17, 4/19, 4/20, 4/27, 5/3,

c) Osiedle Sady Żoliborskie, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70203: działki ewidencyjne o numerach 12/3, 12/5, 12/6, 16/1, 16/2, 27/1, 27/3, 27/4, 3/2, 3/4, 3/5, 3/6, 4, 5/1, 5/2, 5/3, 6/10, 6/7, 6/8, 7,
- w obrębie 70204: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 17, 19, 20/1, 20/2, 20/3, 21, 27, 31, 4/3, 4/4, 4/5, 4/6, 4/7, 5/1, 5/2, 5/3, 7,8, 9,

d) Osiedle Zajączka – Rydygiera, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70119: działki ewidencyjne o numerach 10/10, 10/11, 10/12, 10/3, 10/4, 11, 12/1, 12/2, 12/3, 12/4, 46, 47, 48/1, 48/2,

e) Osiedle Zatrasie, w obszar którego wchodzą:

- w obrębie 70206: działki ewidencyjne o numerach 10, 11, 15, 19, 2/10, 2/11, 2/12, 2/13, 2/14, 2/15, 2/16, 2/17, 2/18, 2/19, 2/20, 2/21, 2/22, 2/23, 2/24, 2/25, 2/26, 2/27, 2/28, 2/29, 2/30, 2/31, 2/32, 2/33, 2/34, 2/35, 2/36, 2/38, 2/39, 2/40, 2/41, 2/42, 2/43, 2/44, 2/45, 2/46, 2/47, 2/48, 2/49, 2/5, 2/50, 2/51, 2/52, 2/7, 2/8, 2/9, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,
- w obrębie 70208: działki ewidencyjne o numerach 21/1, 22/1,
- w obrębie 70209: działki ewidencyjne o numerach 1, 10, 11/1, 11/2, 12, 13, 15, 2/10, 2/11, 2/12, 2/13, 2/14, 2/15, 2/16, 2/17, 2/18, 2/19, 2/2, 2/20, 2/21, 2/22, 2/23, 2/3, 2/4, 2/5, 2/6, 2/7, 2/8, 2/9, 3, 33, 34/1, 34/2, 34/4, 34/5, 35, 36, 37, 4/1, 4/2, 5, 6, 7, 8/1, 8/2, 9,
- w obrębie 70211: działki ewidencyjne o numerach 2/12, 2/13, 2/14, 2/15, 2/16, 2/17, 2/18, 2/19, 2/20, 2/21, 2/22, 2/23, 2/24, 2/25, 2/26, 2/27, 2/28, 2/29, 2/30, 2/31, 2/32, 2/33, 2/34, 2/35, 2/36, 2/37, 2/38, 3, 4, 6, 7.

Przewodnicząca Rady m.st. Warszawy

Ewa Malinowska-Grupińska

ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH

ZAŁĄCZNIK GRAFICZNY NR 1
DO UCHWAŁY NR XXV/697/2020
RADY M.ST. WARSZAWY
Z DNIA 16 stycznia 2020 r.

OBSZARY O RÓŻNYCH ZASADACH I WARUNKACH SYTUOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ

- OBSZAR "A"
- OBSZAR "B"
- OBSZAR "C"

ULICE LUB ICH ODCINKI, DLA KTÓRYCH DOPUSZCZA SIĘ SYTUOWANIE NIEBĘDĄCYCH SZYLDAMI TABLIC REKLAMOWYCH W FORMIE WOLNOSTOJĄCEJ I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH W FORMIE WOLNOSTOJĄCEJ:

- FORMATU DUŻEGO, ŚREDNIEGO, MAŁEGO - PO OBU STRONACH JEZDNI
- FORMATU DUŻEGO, ŚREDNIEGO, MAŁEGO - PO JEDNEJ STRONIE JEZDNI
- FORMATU ŚREDNIEGO, MAŁEGO - PO OBU STRONACH JEZDNI
- FORMATU ŚREDNIEGO, MAŁEGO - PO JEDNEJ STRONIE JEZDNI
- FORMATU MAŁEGO

OZNACZENIA INFORMACYJNE

- GRANICE ADMINISTRACYJNE WARSZAWY
- TERENY SYSTEMU PRZYRODNICZEGO WARSZAWY
- OBIEKTY OCHRONY KONSERWATORSKIEJ
- STREFA OCHRONY KRAJOBRAZU KULTUROWEGO SKARPY WARSZAWSKIEJ
- GRANICA WILANOWSKIEGO PARKU KULTUROWEGO UTWORZONEGO UCHWAŁĄ RADY m.st. WARSZAWY nr. XXXIV/819/2012 z dn. 29.03.2012
- UKŁAD DROGOWY
- WODY POWIERZCHNIOWE

0 0,5 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 km

Biuro Architektury i Planowania Przestrzennego

Miejska Pracownia Planowania Przestrzennego i Strategii Rozwoju

ZASADY I WARUNKI SYTUOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY ORAZ OGRODZEŃ

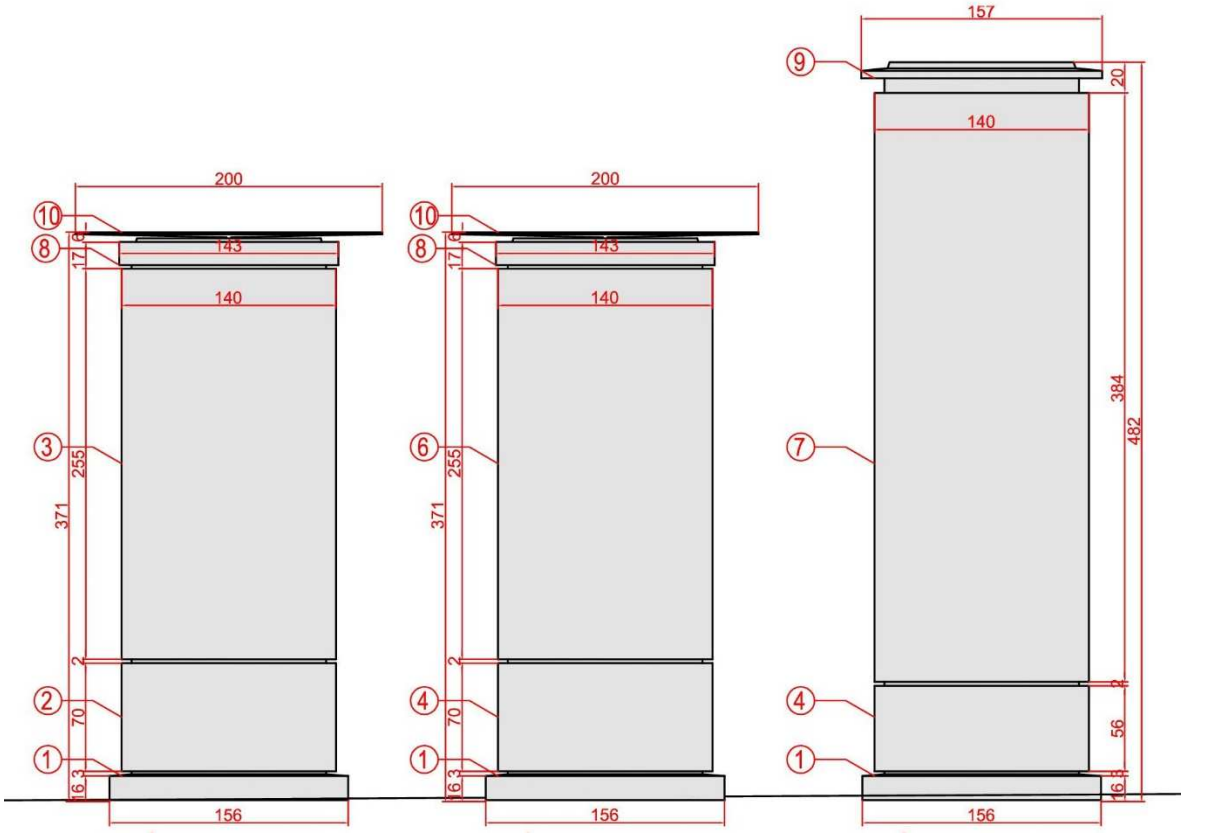
ZAŁĄCZNIK GRAFICZNY NR 2
DO UCHWAŁY NR XXV/697/2020
RADY M.ST. WARSZAWY
Z DNIA 16 stycznia 2020 r.


N
WARSZAWA
BIELANY
MOKOTÓW
ŻOLIBORZ
WOLA
OCHOTA
PRAGA-PÓŁNOC
PRAGA-POŁUDNIE
WŁOCHY
URSUS
BEMOWO
WILANÓW
WESOŁA
WAWER
REMBERTÓW
WESOŁA
BIAŁOŁĘKA
KAMPINOS
MARKI
KONSTANCIN-JEZIORNA
PIASTÓW
KOMORÓW
KRAKOWSKIE PRZEDMIEŚCIE
ul. Marszałkowska
ul. Świętokrzyska
ul. Bonifraterska
ul. Szkolna
ul. Senatorska
ul. Miodowa
ul. Długa
ul. Nowy Świat
ul. Krakowskie Przedmieście
ul. Aleje Ujazdowskie
ul. Belwederska
ul. Puławska
ul. Rakowiecka
ul. Grójecka
ul. Wolska
ul. Górczewska
ul. Powązkowska
ul. Żwirki i Wigury
ul. Modlińska
ul. Marymoncka
ul. Broniewskiego
ul. Trasa Siekierkowska
ul. Wybrzeże Gdyńskie
ul. Wybrzeże Kościuszkowskie
ul. Wybrzeże Szczecińskie
ul. Wybrzeże Helskie
ul. Wybrzeże Gdań

Załącznik Nr 2 do Uchwały Nr XXV/697/2020
Rady m.st. Warszawy z dnia 16 stycznia 2020 r.

USTALENIA OGÓLNE

Urządzenie reklamowe: słup ogłoszeniowo-reklamowy w formie walca o średnicy 140 cm. Tolerancje wymiarowe +/- 1 cm. Plakaty podświetlane od wewnątrz (wzór historyczny, wzór konkursowy) lub naklejane (wzór papierowy). Elementy aluminiowe oraz cokół malowane proszkowo lakierem ciemnoszarym (grafit), matowym, strukturalnym. Wyklejane od środka folie maskujące w kolorze analogicznym do koloru elementów aluminiowych.



WZÓR „PAPIEROWY” WZÓR „HISTORYCZNY” WZÓR „KONKURSOWY”

OPIS OZNACZEŃ NA RYSUNKU

1. Cokół z betonu architektonicznego (kompozytowego, polimerowego) lub odlany z żeliwa.
2. Blacha stalowa lub aluminiowa malowana proszkowo na kolor ciemnoszary (grafitowy) matowy, strukturalny.
3. Blacha stalowa ocynkowana
4. Płyty z poliwęglanu giętego, oprawione w profilach aluminiowych, z nietransparentną maską, w całości wyklejane od środka folią.
5. Płyty z poliwęglanu giętego nietransparentnego lub z PCV giętego, oprawione w profilach aluminiowych.
6. Płyty z poliwęglanu giętego, oprawione w profilach aluminiowych – miejsce przewidziane do eksponowania 3 plakatów reklamowych o wymiarach 120 x 237 cm (widoczne pole, orientacyjnie 116 x 233 cm). Ramy ekspozycyjne, wokół eksponowanego plakatu, z nietransparentną maską o szerokości 10 cm w poziomie i 13 cm w pionie, wyklejoną od środka folią.
7. Płyty z poliwęglanu giętego, oprawione w profilach aluminiowych – miejsce przewidziane do eksponowania 3 plakatów reklamowych o wymiarach 120 x 366 cm (widoczne pole: orientacyjnie 116 x 362 cm) lub 6 plakatów 120 x 180 cm (widoczne pole: orientacyjnie 116 x 176 cm). Ramy ekspozycyjne, wokół eksponowanego plakatu, z nietransparentną maską o szerokości 10 cm w poziomie i 13 cm w pionie, wyklejoną od środka folią.
8. Pas gzymsowy z laminatu w kolorze białym
9. Pas gzymsowo-dachowy z laminatu w kolorze białym
10. Daszek z poliwęglanu o grubości 12 mm z nadrukowanym rastrem lub ze szkła bezpiecznego laminowanego i hartowanego 5.5.3 z folią z nadrukowanym rastrem pomiędzy taflami.

Załącznik nr 3
do uchwały nr XXV/697/2020
Rady Miasta Stołecznego Warszawy
z dnia 16 stycznia 2020 r.

LISTA UWAG, WNIESIONYCH DO WYŁOŻONEGO W DNIACH 26.10.–19.11.2018 r. DO PUBLICZNEGO WGLĄDU
PROJEKTU UCHWAŁY W SPRAWIE ZASAD I WARUNKÓW SYTUOWANIA OBIEKTÓW MAŁEJ ARCHITEKTURY, TABLIC REKLAMOWYCH I URZĄDZEŃ REKLAMOWYCH ORAZ OGRODZEŃ,
I NIEUWZGLĘDNIONYCH PRZEZ PREZYDENTA M.ST. WARSZAWY

Podmiot składający uwagę	Numer uwagi	Treść uwagi	Rozstrzygnięcie Rady m.st. Warszawy
1.	2.	3.	4.
A.B.	1.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Moje propozycje bazują na doświadczeniu miasta, z którego przyjechałam do Warszawy – Wrocławia. We Wrocławiu nie obowiązuje jeszcze uchwała krajobrazowa, istnieje natomiast Park Kulturowy w ścisłym centrum miasta. Pozwolę sobie zwrócić Państwa uwagę na zapisy w uchwale powołującej Park Kulturowy we Wrocławiu, które uważam za warte do przemyślenia w uchwale krajobrazowej dla miasta Warszawy (pełen plik do pobrania pod linkiem: https://www.wroclaw.pl/files/Park%20Kulturowy/uchwala.pdf , więcej informacji na temat parku Kulturowego we Wrocławiu https://www.wroclaw.pl/park-kulturowy-wroclaw : § 13. Zakazuje się: 1) ustawiania na obszarze Parku pojazdów, w tym przyczep i naczep, z przymocowanymi nośnikami reklamowymi nie stanowiącymi ich elementów konstrukcyjnych, z wyłączeniem systemu rowerów miejskich, komunikacji miejskiej i taksówek; 2) umieszczania na obiektach pływających nośników reklamowych nie stanowiących ich elementów konstrukcyjnych; 3) działań reklamowych polegających na eksponowaniu i obnoszeniu reklam oraz rozdawania ulotek poza budynkami oraz w przejściach i przejazdach bramowych; 4) umieszczania reklam na nawierzchniach jezdni, ścieżek rowerowych i chodników. Uważam, że zapisy te warte są przemyślenia czy nie wprowadzić ich do uchwały krajobrazowej w Warszawie, niekoniecznie na terenie całego miasta, lecz w pewnym wyznaczonym obszarze, np. w centrum miasta (niestety nie mieszkam długo w Warszawie więc nie znam dobrze topografii miasta, by wskazać Państwu konkretny obszar, którym warto byłoby objąć te zapisy). Według mojej wiedzy (niestety nie mogę teraz znaleźć odpowiednich zapisów w dokumentach miejskich Wrocławia) ulotkowanie nie obejmuje ulotek informacyjnych i wyborczych, jako że nie są to materiały reklamowe w rozumieniu reklamy handlowej czy usługowej.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga w części odnosi się do zagadnień niemożliwych do realizacji w uchwale krajobrazowej z powodu braku delegacji ustawowej (regulacje dotyczące oznaczeń obiektów poruszających się) lub braku adekwatnych narzędzi egzekucyjnych w postaci uproszczonego trybu nakładania grzywien (obnoszenie reklam, rozdawanie ulotek). Należy wskazać, że uchwała krajobrazowa opiera się na innych podstawach prawnych i mechanizmach egzekucyjnych, niż uchwała o utworzeniu parku kulturowego. W pozostałej części uwaga proponuje wprowadzić zakaz prowadzenia działań, które nie są dopuszczone w projekcie uchwały (umieszczanie reklam na nawierzchniach jezdni i chodników).
Jet Line Sp. z o.o.	2.1.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §4 ust. 7 **Treść uwagi:** Z uwagi na przekraczanie w wielu zapisach upoważnienia ustawowego – zgodnie z art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym rada gminy może ustalać jedynie: warunki sytuowania, gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów, a zatem niedopuszczalne jest np. w przypadku szyldów określanie materiałów, z których są one wykonane (§4 ust. 7). Wnioskuję o jego odrzucenie w całości.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z przepisem art. 37a ust. 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, rada gminy może w odniesieniu do szyldów ustalić w formie uchwały zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz ich liczbę, która może zostać umieszczona na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. Sprecyzowanie dopuszczalnych metod ich oświetlenia nie stanowi określenia materiałów, z których są one wykonane. Jednocześnie jest to aspekt, który z uwagi na jego potencjalną szkodliwość dla zasad ładu przestrzennego, stanowi określenie szczególnie istotnego warunku sytuowania szyldów, co jest zgodne z dyspozycją art. 37 a ust. 2.

	2.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §4 ust. 6 **Treść uwagi:** Z uwagi na błędne stosowanie definicji ustawowych – np. oferty zbycia lokalu nie są szyldami (§4 ust.6), cennik stacji paliw nie jest szyldem (§4 ust.6). Wnioskuję o jego odrzucenie w całości.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z przepisem art. 2 pkt. 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, reklama to upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Z kolei zgodnie z art. 2 pkt. 16d, szyld to tablica reklamowa bądź urządzenie reklamowe (a więc przedmioty służące do ekspozycji reklamy), informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują. W tym kontekście cennik stacji paliw jednoznacznie stanowi informację o sprzedaży paliw oraz o towarze sprzedawanym na terenie stacji, zaś oferta zbycia lokalu może być informacją o towarze sprzedawanym w miejscu, tj. przez właściciela danej nieruchomości.
	2.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Nieuwzględnienie praw nabytych, które muszą być bezwzględnie przestrzegane – niezgodne z Konstytucją RP są działania zmuszające właściciela konstrukcji do jej demontażu w przypadku, gdy wcześniej urząd wydał prawomocne pozwolenie na budowę lub potwierdził przyjęcie zgłoszenia.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uchwała, zgodnie z art. 37 a ust. 4 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, jest aktem prawa miejscowego i stanowi ustawowe ograniczenie prawa własności, o którym mowa w art. 54 Konstytucji. Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
	2.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Nieokreślenie warunków dostosowania w sposób jednoznaczny.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie wskazuje, jaka dokładnie niejednoznaczność występuje w ramach warunków dostosowania, wskazanych w projekcie Uchwały. Niemniej, warunki dostosowania, ujęte w §16, zostały istotnie rozbudowane.

	2.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Niewykonanie analizy skutków finansowych, jakie przyniesie wprowadzenie uchwały dla: miasta, przedsiębiorców, mieszkańców; (na przykład: w stolicy znajduje się ponad 200 stacji benzynowych, koszt rebrandingu jednej stacji to kwota ok 80 000,00 złotych, nie uzyskaliśmy informacji, jak zostanie wytłumaczony przedsiębiorcom sens poniesienia tego wydatku).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera propozycji zmiany zapisów projektu uchwały i z tego powodu nie jest możliwa do uwzględnienia. Należy podkreślić, że cel i dyspozycja ustawowa Uchwały jako aktu prawa miejscowego opiera się na realizacji interesu publicznego poprzez uzyskanie długoterminowych korzyści ogólnospołecznych i gospodarczych. Celem tym jest przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych. Prawo miejscowe jest jednym z licznych aktów prawnych wpływających na warunki prowadzenia działalności gospodarczej, zaś ryzyko zmiany otoczenia prawnego stanowi standardowy element funkcjonowania przedsiębiorstw.
	2.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Praca nad nowym projektem powinna być poprzedzona wykonaniem inwentaryzacji, audytu obowiązującego prawa i jego interpretacji, analizą skutków prawnych i materialnych oraz szerokimi konsultacjami społecznymi.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera propozycji zmiany zapisów projektu uchwały i z tego powodu nie jest możliwa do uwzględnienia. Należy ponadto podkreślić, że projekt uchwały opiera się na szerokiej analizie obowiązującego prawa wraz z orzecznictwem i potencjalnymi skutkami oraz dwukrotnie przeprowadzonym procesie konsultacji społecznych. Przeprowadzenie całościowej inwentaryzacji nośników reklamowych na terenie m.st. Warszawy byłoby z uwagi na gigantyczną skalę i brak klarownego celu takiego zamierzenia nie tylko działaniem opóźniającym o wiele lat pilnie potrzebne zmiany prawne na rzecz zaprowadzenia ładu przestrzennego, ale i niecelowym wydatkowaniem środków publicznych. Długoletnie doświadczenie wyspecjalizowanych komórek Urzędu m.st. Warszawy w dziedzinie porządkowania reklamy zewnętrznej na terenie miasta i dorobek planistyczny miasta w tym zakresie pozwoliły na pełne rozpoznanie tej problematyki, co znalazło wyraz w projekcie Uchwały.
Mass Media Sp. z o.o. Sp. k.	**3.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie nie uwzględnia prawa własności, walorów ekonomicznych, ważnego interesu prywatnego ani ochrony istniejącego Stanu zagospodarowania terenów. Rozporządzenie ma za zadanie wprowadzać ład, a w obecnym kształcie uwzględnia jedynie zakazy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, w jaki sposób projekt uchwały godzi we wskazane wartości i prawa. Wprowadzanie ładu opiera się, co do zasady, na eliminowaniu, a więc zakazywaniu działań niezgodnych z przyjętymi normami. Należy ponadto podkreślić, że nadrzędnym celem i dyspozycją ustawową Uchwały nie jest wspieranie interesów ekonomicznych poszczególnych inwestorów, ale wspieranie interesu publicznego w drodze poprawy jakości przestrzeni publicznych i przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych.
	3.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała godzi w słuszne interesy właścicieli nieruchomości — szczególnie w przypadku gdy zawarli umowy z reklamodawcami na dłuższe okresy, a umowy nie przewidują możliwości zakończenia ich bez konieczności ponoszenia z tego tytułu kosztów (np. kary umowne). W jaki sposób miasto ma zamiar zrekompensować szkody i utracone korzyści wobec właścicieli nieruchomości, których zyski zostaną zmniejszone po wejściu w życie uchwały?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dyspozycja tworzenia jednolitych regulacji dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla obszaru całej gminy wraz z obowiązkiem dostosowawczym i zastąpienia przez nie dotychczasowych, fragmentarycznych i rozproszonych regulacji w tym zakresie, istniejących w treści poszczególnych miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, wynika z zapisów art. 37a Ustawy o planowaniu i

			zagospodarowaniu przestrzennym oraz art. 12 ust. 2 Ustawy z 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Dyspozycją ustawy jest ochrona interesu publicznego poprzez ograniczenie swobody funkcjonowania nośników reklamowych w przestrzeni publicznej, nie zaś bezterminowa ochrona projektowanych zysków podmiotów umieszczających nośniki reklamowe w przestrzeni publicznej. Należy również zauważyć, że – w aktualnych realiach funkcjonowania rynku reklamy zewnętrznej na terenie m.st. Warszawy – stronami umów z reklamodawcami nie są, co do zasady, właściciele nieruchomości, ale operatorzy nośników reklamowych.
	3.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak możliwości finansowania działalności właścicieli nieruchomości przez reklamodawców lub najemców lokali (szyldy) spowoduje, iż właściciele będą dysponować o wiele mniejszymi budżetami remontowymi i nie będą posiadali wystarczających środków na nowe inwestycje, a zatem uchwała w sposób pośredni przyczyni się do pogorszenia (lub braku poprawy) stanu nieruchomości. Przyniesienie ładu w sferze umiejscowienia nośników (szyldy, tablice, urządzenia reklamowe) spowoduje odwrotny skutek w postaci pogorszenia stanu istniejących budynków.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest czytelnego związku między dochodami właścicieli nieruchomości a dotyczącymi szyldów regulacjami, zawartymi w projekcie uchwały, bowiem nie zakazuje on ich sytuowania, a jedynie ogranicza skalę i lokalizację. Ewentualne rozliczenia między właścicielami nieruchomości a inwestorami szyldów pozostają przedmiotem swobodnych umów cywilnoprawnych i nie są regulowane w projekcie uchwały. Należy jednocześnie zauważyć, że ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	3.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dodatkowo w projekcie wielokrotnie ukazane zostało zwiększenie nierównego traktowania beneficjentów nowych konstrukcji, takich jak szyldy, tablice i urządzenia. Godzi również w konstytucyjne prawa, wolności i zasady: zasadę proporcjonalności, wolności środków przekazu społecznego, wolności wyrażania poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niejasna – nie wskazano, na czym polega nierówne traktowanie „beneficjentów nowych konstrukcji”. Brak jest również prawnych i logicznych przesłanek do uznania bezwarunkowego prawa do reklamy, tj. nieograniczonego rozpowszechniania informacji promującej m.in. osoby, przedsiębiorstwa, towary i usługi, za część wolności i praw konstytucyjnych wzmiankowanych w art. 14 i 54 Konstytucji RP. Należy podkreślić, że ograniczenia obecności reklamy w przestrzeni publicznej, sformułowane w projekcie Uchwały, opierają się na odpowiednich delegacjach ustawowych, w szczególności art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	3.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt zawiera niezrozumiale zróżnicowanie i określenie dłuższego okresu dostosowania się do uchwały dla szyldów (3 lata) niż dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych (2 lata). Reklamy wymagają więcej czasu w zakresie procesu dostosowawczego (§ 14 pkt 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. W uwadze nie wskazano, z jakiego powodu niezbędne jest przedłużenie okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.

	3.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 3 lit. B **Treść uwagi:** Wprowadzenie ograniczenia w zakresie przyszłych reklam remontowych w żaden sposób nie jest spójne z rzeczywistością i czasem trwania prac remontowych — reklamy często stanowią źródło finansowania prac. Dopuszczenie umieszczenia siatki reklamowej tylko na rusztowaniach, gdzie wykonywane są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku pomija takie okoliczności jak możliwość remontowania innych części budynku niż elewacja (§ 10 pkt 3 lit. b).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Przepis dopuszcza umieszczanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których prowadzone są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku, czyli rusztowaniach roboczych, ochronnych lub systemowych, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 6 lutego 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy podczas wykonywania robót budowlanych. Stosowanie rusztowań jest obowiązkowe podczas wykonywania robót murarskich i tynkarskich na wysokości powyżej 1 m. Do zabezpieczeń stanowisk pracy na wysokości służą również siatki ochronne i siatki bezpieczeństwa. Okna lokali mieszkalnych są przesłonięte podczas prowadzonych prac remontowych, w związku z czym projekt uchwały przewiduje możliwość umieszczenia na siatkach ochronnych i zabezpieczających nadruku reklamowego. Remont innych części budynku, np. klatek schodowych lub piwnic, nie wymaga rozstawienia rusztowań przy elewacji, w związku z czym nie istnieje konstrukcja, na której siatka reklamowa mogłaby zostać rozpięta. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków mieszkalnych na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	3.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 3, § 4 pkt 2 **Treść uwagi:** Postanowienia uchwały wprowadzają nierówne traktowanie podmiotów prowadzących na danej nieruchomości działalność poprzez określenie ilości szyldów (§ 4 pkt 3). Liczba szyldów powinna być uzależniona od wielkości budynku lub wielkości inwestycji. Dodatkowo zakaz sytuowania szyldów zmiennych wykracza poza zakres ustawowy – Rada Gminy nie ma kompetencji do wprowadzania zakazu w zakresie sytuowania szyldów (§ 4 pkt 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ograniczenie liczby szyldów sytuowanych przez podmiot na nieruchomości wynika wprost z dyspozycji art. 37a ust. 2 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Jednocześnie brak jest przekonującego uzasadnienia dla uzależnienia liczby szyldów, którą może umieścić na nieruchomości podmiot, od wielkości budynku – duży budynek może być siedzibą bardzo wielu podmiotów, przez co taka regulacja powodowałaby chaos przestrzenny. Nie jest również jasne, dlaczego liczba szyldów sytuowanych przez podmiot miałaby zależeć od wielkości prowadzonej przez ten podmiot inwestycji i jak należałoby tę wielkość mierzyć. Projekt Uchwały nie przewiduje zakazu sytuowania szyldów w ogóle, lecz jedynie określonych typów szyldów. Zakres tej regulacji nie przekracza kompetencji gminy wynikających z upoważnienia ustawowego, z definicji każda regulacja stanowi bowiem zakaz prowadzenia określonych działań, niemieszczących się w przewidzianym w regulacji zakresie.

	3.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 1 **Treść uwagi:** Ograniczenie dotyczące dopuszczenia sytuowania szyldów wyłącznie w sposób niezakrywający dekoracji architektonicznych nie powinno dotyczyć sytuacji, gdy ze względów obiektywnych (np. w sytuacji gdy dekoracja jest obszerna) nie jest możliwe ze względu na brak dostępnego miejsca jakiekolwiek zamontowanie szyldu (§ 4 pkt 1). Wymagane przez uchwałę zachowanie jednolitej wysokości i jednej poziomej osi symetrii sytuowania szyldów, powinno być uzależnione od warunków technicznych budynku tj. w przypadku gdy dekoracja architektoniczna uniemożliwia spełnienie tego warunku, należałoby przyjąć możliwość innego usytuowania szyldu. W związku z tym uchwała w sposób pośredni przyczyni się do zmniejszenia ilości budynków z dekoracją architektoniczną, a zatem przyniesie odwrotny skutek od planowanego (tj. w zakresie poprawy kwestii wizualnych miasta).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały dopuszcza sytuowanie szyldów w obrysie witryny, a zatem jest możliwe usytuowanie szyldu na elewacji posiadającej obszerną dekorację architektoniczną. Wskazany w projekcie Uchwały obowiązek usytuowania szyldów na jednolitej wysokości i o tej samej wysokości dotyczy jedynie pól szyldowych usytuowanych na tej samej wysokości, uwzględnia zatem kompozycję architektoniczną elewacji budynku. W celu usunięcia niejednoznaczności uzupełniono jednak, że takie pola szyldowe winny mieć także jednolitą wysokość.
	3.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 6 **Treść uwagi:** Nawiązując do tekstu projektu uchwały informacja o ofercie zbycia czy wynajmu nie może stanowić szyldu, bo nie informuje o działalności lecz o ofercie. Wprowadzenie ograniczeń dotyczących informowania o ofercie w uchwale prawa miejscowego oznacza przekroczenie kompetencji organu jaka została mu przyznana w art. 370 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (§ 4 pkt 6).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z przepisem art. 2 pkt. 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, reklama to upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Z kolei zgodnie z art. 2 pkt. 16d, szyld to tablica reklamowa bądź urządzenie reklamowe (a więc przedmioty służące do ekspozycji reklamy), informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują. W tym kontekście oferta zbycia lokalu może być informacją o towarze sprzedawanym w miejscu, tj. przez właściciela danej nieruchomości.
P.R.	**4.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Załącznik 1 § 3 **Treść uwagi:** Moja uwaga dotyczy klasyfikacji ulicy Grochowskiej pod względem dopuszczalności stawiania wzdłuż niej billboardów reklamowych. Piszecie Państwo: „Projekt uchwały przewiduje objęcie zakazem wielu popularnych dotąd praktyk sytuowania nośników reklamowych. Dotyczy to z jednej strony przeskalowania oraz nadmiernego zagęszczenia nośników wolnostojących, z drugiej — negatywnego wpływu reklamy wielkoformatowej na jakość życia w mieście" z czym całkowicie się zgadzam. Na Grochowskiej na odcinku od Ronda Wiatraczna do ul Bitwy Grochowskiej dopuszczacie Państwo stawianie billboardów średniej wielkości po obu stronach ulicy. Tymczasem północna strona tej ulicy jest na tym odcinku zabudowana praktycznie ciągłą zabudową pierzejową i nie wyobrażam sobie stawiania tam billboardów. Po południowej stronie również jest zabudowa ciągła na znacznym odcinku tej ulicy. Zabudowa tego odcinka Grochowskiej nie różni się istotnie od zabudowy wcześniejszego odcinka tej ulicy, od Lubelskiej do Ronda Wiatraczna, a na tamtym odcinku dopuszcza się tylko billboardy małe. Nie rozumiem na czym polega różnica że potraktowano te odcinki tak różnie. Jest to co najmniej niekonsekwentne. Postuluję zmianę tego stanu. 1. W załączniku nr 1 paragraf 3 przenieść „ulicę Grochowską pomiędzy Rondem Wiatraczna a ulicą Bitwy Grochowskiej” z grupy 2B to grupy 3 i dopuścić tam tylko billboardy małe po obu stronach ulicy. 2. W załączniku nr 1 paragraf 3 przenieść „ulicę Grochowską pomiędzy ul. Bitwy Grochowskiej a Marsa" z grupy 2B do 2A — dopuszczenie billboardów średniej wielkości tylko po południowej stronie ulicy — północna strona ma na tym odcinku zabudowę wprawdzie już nie pierzejową, ale nadal intensywną mieszkaniową usytuowaną blisko ulicy i billboardy są po tej stronie niewskazane. Po stronie południowej na tym odcinku można dopuścić billboardy średniej wielkości gdyż dominuje tam zabudowa komercyjna bądź puste działki.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za uzasadnioną w zakresie określonym w pkt. 1, przy czym biorąc pod uwagę lokalne uwarunkowania urbanistyczne (układ ulic i zasięg zabudowy), za konieczne uznano skorygowanie proponowanego zakresu sytuowania nośników reklamowych formatu małego wzdłuż ul. Grochowskiej do postaci: pomiędzy rondem Wiatraczna a ul. Bitwy Grochowskiej po północnej stronie jezdni ul. Grochowskiej i ul. Rodziewiczówny po południowej stronie jezdni. Uwagę 2 uznano za nieuzasadnioną, bowiem zabudowa północnej strony ul. Grochowskiej na wschód od ul. Bitwy Grochowskiej posiada luźny charakter o niskiej intensywności i braku czytelnych linii zabudowy. Jednocześnie do Załącznika nr 1 do Uchwały wprowadzono korektę oczywistego błędu, wprowadzając właściwy punkt styku ul. Grochowskiej i Płowieckiej, tj. skrzyżowanie z ul. Jordanowską. Uwagę 3 uznano za nieuzasadnioną, bowiem zabudowa północnej strony ul. Ostrobramskiej pomiędzy al. Stanów Zjednoczonych a ul. Zamieniecką nie posiada zwartego charakteru i jest znacznie oddalona od jezdni.

		3. Dodatkowo w załączniku nr 1 paragraf 3 na ulicy Ostrobramskiej pomiędzy Al. Stanów Zjednoczonych a Zamieniecką proponuję dopuścić billboardy średniej wielkości tylko po stronie południowej ulicy. Uzasadnienie - jw., bliskość intensywnej zabudowy mieszkaniowej.	
	4.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Załącznik 1 § 5 **Treść uwagi:** Moja druga uwaga dotyczy listy osiedli na których zabronione będzie stawianie ogrodzeń (paragraf 5 załącznika 1) w dzielnicy Praga Południe. Postuluję dodanie do listy następujących obszarów: 1. Do „Osiedla Kinowa" (obszar 6d) dodać działki: 24/5 oraz od 25 do 31 w obrębie 30503: obszar „osiedla Kirasjerów” — bardzo czytelnego i klasycznego układu sześciu modernistycznych budynków z lat 60-tych które pominięto na tej liście chyba tylko przez niedopatrzenie. 2. Z równie niezrozumiałych względów uznano że „Osiedle Kinowa" kończy się na Międzyborskiej podczas gdy identyczne budynki stanowiące z nim jedną całość stoją też po drugiej stronie tej ulicy. Postuluję dodanie do listy działek nr 70, 71, 72 i 73 w obrębie 30502 oraz działek nr 64, 65 i 66 w obrębie 30503. 3. Nie rozumiem również pominięcia na liście obszaru pomiędzy ulicami Grochowską, Międzynarodową a Stanisława Augusta — działki nr 4/6, 4/3 i 15 do 21 w obrębie 30531 , jak również obszaru pomiędzy ulicami Zamojskiego, Lubelską i Skaryszewską. Tam również należałoby zabronić grodzenia.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga uwzględniona w zakresie pkt. 1. Wskazane w pkt. 2 dwa zespoły budynków wolnostojących stanowią zbyt niewielkie i izolowane założenia, by uzasadnione było wprowadzanie w stosunku do nich zakazu grodzenia – z uwagi na ich lokalizację i sąsiedztwo z grodzonymi nieruchomościami prywatnymi nie posiadają one tranzytowych funkcji pieszych, a ich przestrzeń posiada charakter wewnętrzny. Dla obszarów wskazanych w pkt. 3 uwzględniono uwagę dotyczącą zespołu budynków mieszkaniowych na działkach 4/6, 4/3, a także 4/5 w obrębie 30531; zespół budynków mieszkaniowych, zlokalizowanych na działkach 15, 16, 20/1, 20/2 i 20/3 w obrębie 30531 jest założeniem pozbawionym tranzytowej funkcji pieszej, a jego przestrzeń posiada charakter wewnętrzny, co sprawia, że wprowadzanie zakazu jego grodzenia nie jest wystarczająco uzasadnione.
Warszawska Kolej Dojazdowa Sp. z o.o.	**5.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 8 pkt 2 **Treść uwagi:** W § 8 w pkt 2 proponuje się dodanie ppkt D w brzmieniu „przymocowane są do ścian, murów i innych obiektów budowlanych w tym peronów zarządzanych przez Warszawską Kolej Dojazdową Sp. z o.o.” oraz przesunięcie kolejnych podpunktów o jedną literę tj. obecny ppkt d) na ppkt e) itd.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowany zapis o charakterze podmiotowym zaburzałby zasadę równego traktowania podmiotów przez przeznaczoną do ogólnego stosowania normę prawną. Jednocześnie, w projekcie Uchwały wprowadzono jednoznaczne dopuszczenie sytuowania dowolnych nośników reklamowych wewnątrz budynków, o ile nie są widoczne z przestrzeni dostępnej publicznie. Rozszerzono dopuszczenie dla podziemnych obiektów Metra Warszawskiego na wszystkie podziemne obiekty obsługujące transport szynowy, a dopuszczenie dla wiat przystankowych komunikacji miejskiej – na cały publiczny transport zbiorowy.
	5.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 **Treść uwagi:** W § 10 proponuje się dodanie pkt 8 w brzmieniu „na ścianach, murach, peronach i innych obiektach budowlanych zarządzanych przez Warszawską kolej Dojazdową Sp. z o.o.” oraz przesunięcie kolejnych punktów o jedną cyfrę tj. obecny pkt 8) na pkt 9) itd.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowany zapis o charakterze podmiotowym zaburzałby zasadę równego traktowania podmiotów przez przeznaczoną do ogólnego stosowania normę prawną. Jednocześnie, w projekcie Uchwały wprowadzono jednoznaczne dopuszczenie sytuowania dowolnych nośników reklamowych wewnątrz budynków, o ile nie są widoczne z przestrzeni dostępnej publicznie. Rozszerzono dopuszczenie dla podziemnych obiektów Metra Warszawskiego na wszystkie podziemne obiekty obsługujące transport szynowy, a dopuszczenie dla wiat przystankowych komunikacji miejskiej – na cały publiczny transport zbiorowy.
Screen Network S.A.	**6.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uwaga dotycząca wyeliminowania nowych technologii — wprowadzenie pojęcia wyświetlacza bez uwzględnienia rozwoju techniki w tym zakresie (§ 2 pkt 37), uwzględnienie dopuszczenia zastosowania	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uchwała, zgodnie z dyspozycją ustawową, nie ingeruje w rozwój technologii, a jedynie ogranicza sposoby ich stosowania dla celów

		wyświetlacza tylko w nośnikach reklamowych formatu małego. *Projekt w obecnym kształcie blokuje jakikolwiek rozwój techniczny i technologiczny branży reklamowej co wskazuje na to, że miasto chce zamknąć się na jakąkolwiek nowoczesną reklamę cyfrową, redukując jej obecność do tzw. wyświetlaczy emitujących statyczną reklamę o powierzchni ekspozycyjnej nie większej niż 2,5 m^2.* *Ekrany stanowią nowoczesne narzędzie komunikacyjne miast, szeroko wykorzystywane przez inne kraje. Ekrany mogą przyczynić się do rozwoju inteligentnego miasta, poprzez ich integrację z innymi urządzeniami. W sytuacjach kryzysowych ekrany te będą mogły wyświetlać treści ostrzegawcze, informacyjne.* *Na jednym ekranie mogą być wyświetlane różne reklamy, przez co można ograniczyć ich ilość w przestrzeni publicznej.* *Rekomendowanym jest zmiana pojęcia wyświetlacza poprzez uwzględnienie nowych technologii, w tym w szczególności możliwości zastosowania obrazów ruchomych, zmiennych. Rekomendowanym jest wprowadzenie odrębnego zakresu powierzchni ekspozycji dla wyświetlaczy i nie odnoszenie się w tym zakresie do definicji nośników reklamowych o formacie małym, średnim i dużym. Wprowadzenie standardów wykonania nośników, mających na celu zapewnienie bezpieczeństwa dla otoczenia w przypadku korzystania z tego typu formy reklamy..*	reklamowych w przestrzeni publicznej z uwagi na uwarunkowania ładu przestrzennego
	6.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 11, 12 i 13 **Treść uwagi:** Zróżnicowanie definicji nośnika reklamowego formatu dużego, małego i średniego poprzez określenie innych cech niż tylko wielkość (§ 2 pkt 11, 12 i 13). *Rekomendowanym jest ujednolicenie tych pojęć, poprzez wprowadzenie jednej cechy odróżniającej — czyli np. wielkości jak sugeruje oznaczenie definicji mały, średni, duży*.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie przedstawia uzasadnienia dla proponowanej zmiany. Dodatkowe cechy określające dopuszczalne rozwiązania dla poszczególnych typów urządzeń reklamowych i tablic reklamowych wprowadzone zostały z uwagi na bardzo szeroki wachlarz możliwych do zastosowania rozwiązań technicznych i służą ich dostosowaniu do wymogów ładu przestrzennego. Definicje poszczególnych typów nośników w jednoznaczny sposób określają zestaw cech, które powinny spełniać dopuszczone do sytuowania nośniki.
	6.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 1 pkt 14 **Treść uwagi:** Wprowadzenie pojęcia obiektu ochrony konserwatorskiej stojącego w sprzeczności z postanowieniami ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (§ 1 pkt 14). Uchwała ww. pojęciem obejmuje również nieruchomości na których posadowione są budynki wpisane do rejestru zabytków lub gminnej ewidencji zabytków - to stanowi niedopuszczalne rozszerzenie i wykroczenie przez organ poza kompetencje ustawowe. *Rekomendowane usunięcie definicji z projektu uchwały.*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest sprzeczności definicji obiektu ochrony konserwatorskiej z ustawą. Nie stanowi ona niedopuszczalnej modyfikacji definicji zawartej w ustawie, lecz jest nowym pojęciem, stworzonym wraz z wieloma innymi pojęciami w związku ze specyficznymi potrzebami merytorycznymi projektowanego aktu prawa miejscowego, jedynie posługującym się w treści definicji istniejącymi definicjami ustawowymi. Zastosowanie tego pojęcia w projekcie uchwały zostało uzgodnione w trybie przewidzianym w art. 37b ust. 2 pkt 4) ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z Mazowieckim Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków.
	6.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 34 **Treść uwagi:** Zbędność definiowania terenu dostępnego publicznie, w sytuacji w której ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym posługuje się i definiuje pojęcie obszaru przestrzeni publicznej (§ 2 pkt 34). *Rekomendowane wykreślenie definicji.*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wprowadzenie pojęcia terenu dostępnego publicznie wynika ze specyficznych potrzeb merytorycznych projektowanego aktu prawa miejscowego, których nie wypełnia pojęcie obszaru przestrzeni publicznej w rozumieniu ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. W związku z powyższym, definicje obu pojęć różnią się od siebie w zasadniczy sposób.
	6.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 12 pkt 3, § 13 pkt 1, § 2 pkt 3 ppkt 23-32 **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona

		Posługiwanie się pojęciami nieostrymi jak np. „w szczególności” (§ 12 pkt 3) — taki zapis nie pozwala na jasne określenie do jakich obiektów małej architektury ma zastosowanie; w zakresie zasad sytuowania ogrodzeń np. „w rejonie wyjść z obiektów generujących wzmożony ruch”, „o długotrwałej odporności na proces starzenia”, „o konstrukcji odpornej na uszkodzenia lub zniszczenia” (§ 13 pkt 1). Ogólne zdefiniowanie różnych rodzajów szyldów co powoduje, iż uchwała w tym zakresie jest nieczytelna i nie możliwa do zastosowania (§ 2 pkt 3 ppkt 23-32). *Rekomendowanym jest weryfikacja definicji i wprowadzenie zmian, celem uniknięcia „luzu” interpretacyjnego przy' stosowaniu uchwały.*	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Niektóre zapisy projektu Uchwały mają charakter informacyjny i nie są przeznaczone do stosowania w procedurze administracyjnej. Przepis § 12 pkt 3 odwołuje się do ustawowej definicji pojęcia obiektu małej architektury. Wyliczenie ma charakter przykładowy i informacyjny, dokładny zakres przepisu ustanowiony jest zakresem obowiązywania § 12 pkt 1 i 2. Uwaga nie wskazuje, na czym polega brak czytelności definicji pojęć związanych z szyldami i ich niemożność zastosowania.
	6.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 1), 2), 4), 6) i 7) **Treść uwagi:** Wprowadzenie monopolu dla firm dysponujących powierzchniami reklamowymi na wiatach przystankowych, obiektach do 15 m^2, słupach oświetleniowych i trakcyjnych, na wejściach do podziemnych obiektów Metra Warszawskiego, na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach podziemnych obiektów Metra Warszawskiego (§ 10 pkt 1), 2), 4), 6) i 7). *Rekomendowanym jest wyeliminowanie tych zapisów z uchwały.*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazane przepisy określają zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budowlach oraz urządzeniach budowlanych i technicznych, natomiast nie odnoszą się w żaden sposób do podmiotu władającego tymi obiektami. Z konstrukcji przepisu nie wynika również wymóg, by właścicielem tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego był właściciel budowli lub urządzenia technicznego, w związku z czym możliwa będzie realizacja infrastruktury reklamowej w obcym środku trwałym po zawarciu z właścicielem obiektu umowy dającej prawo do dysponowania nieruchomością na cele budowlane. Wskazane przepisy nie wprowadzają monopolu określonych podmiotów i nie naruszają zasady konkurencyjności. Należy jednocześnie zauważyć, że odniesienie do Metra Warszawskiego w dwóch ze wskazanych przepisów zostało usunięte.
	6.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 8 pkt 2) lit. a), § 15 **Treść uwagi:** Naruszenie zasady równości oraz praw nabytych. Możliwość pozostawienia nośników sprzed 1989 roku lub replik w oryginalnej lokalizacji pominięcie kwestii nośników legalnych (§ 8 pkt 2) lit. a), przy jednoczesnym wprowadzeniu zapisu o pozostawieniu ogrodzeń istniejących w dniu wejścia w życie uchwały (§ 15). *Rekomendowanym jest uwzględnienie w uchwale możliwości pozostawienia nośników i tablic reklamowych oraz obiektów małej architektury, zalegalizowanych przed wejściem w życie uchwały.*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Należy zatem wskazać, że regulacja dotycząca tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych przed 1989 r. posiada charakter jednoznacznie merytoryczny, chroniąc obiekty o unikalnych walorach stylistycznych i często zabytkowym charakterze, i nie odnosi się do ich statusu formalnego. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy.
	6.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 3 **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ograniczenie liczby szyldów sytuowanych przez podmiot na

		Wprowadzenie regulacji, które nie wpisują się w założenia uchwały tj. uporządkowanie krajobrazu poprzez np. określenie maksymalnej liczby szyldów umieszczanych na nieruchomości do 10 sztuk (§ 4 pkt 3). *Rekomendowanym jest wprowadzenie zmian w tym zakresie poprzez np. dopuszczenie lokalizacji szyldów na przygotowanej/wydzielonej specjalnie na te potrzeby powierzchni oraz dookreślenie czy chodzi o ograniczenie liczbowe dla jednej działalności czy dla wszystkich działalności na danej nieruchomości.*	nieruchomości wynika wprost z dyspozycji art. 37a ust. 2 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym; interpretacja wszelkich regulacji dotyczących tej kwestii w projekcie Uchwały musi opierać się na brzmieniu tego przepisu.
	6.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt l **Treść uwagi:** Wprowadzenie regulacji, które uzależniają lokalizację reklam od wejścia w pas drogowy a tym samym konieczności uzyskania zgód od zarządcy drogi i ponoszenia dodatkowych opłat (§ 9 pkt l). *Rekomendowanym jest modyfikacja zapisów w taki sposób, aby możliwym było sytuowanie reklam na terenie danej nieruchomości, bez konieczności wchodzenia w działkę sąsiednią, którą bardzo często jest pas drogowy.*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie jest zrozumiała – wskazany przepis dotyczy sąsiedztwa z pasem drogowym innej elewacji budynku, niż tej, na której umieszczany jest nośnik reklamowy, dopuszczony tym przepisem. W związku z powyższym, przepis nie wymusza zajmowania pasa drogowego i uzyskiwania odpowiednich zgód od jego zarządcy.
	6.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 2 **Treść uwagi:** Ograniczenie możliwości sytuowania szyldów zmiennych jedynie do stacji paliw i miejsc parkingowych (§ 4 pkt 2) co stanowi wykroczenie poza zakres upoważnienia ustawowego. *Rekomendowanym jest wykreślenie tego zapisu.*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Nie wskazano, na czym polega wykroczenie poza zakres upoważnienia ustawowego. Zgodnie z art. 37a ust. 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, w uchwale określa się, w odniesieniu do szyldów, m.in. zasady i warunki ich sytuowania.
	6.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt 2 **Treść uwagi:** Wprowadzenie bez ustawowego uzasadnienia ograniczeń w zakresie sytuowania napisów na dachach budynków, które nie są zaliczane do żadnych z obiektów objętych upoważnieniem ustawowym (§ 9 pkt 2). *Rekomendowanym jest wykreślenie tego zapisu z uwagi na wykroczenie przez organ poza upoważnienie ustawowe.*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Nie wskazano, na czym polega wykroczenia poza zakres upoważnienia ustawowego. Zgodnie z dyspozycją art. 37a ust. 1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, rada gminy posiada upoważnienie do regulacji sposobu sytuowania takich napisów na dachach budynku, które spełniają kryteria tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego.
	6.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 8 pkt 1 lit. b **Treść uwagi:** Wprowadzenie ograniczenia, poprzez określenie zakazu sytuowania reklam na gruntach rolnych i leśnych (§ 8 pkt 1 lit. b) co wykracza poza upoważnienie ustawowe, jak wskazano w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym spod uchwały mogą być wyłączone jedynie tereny zamknięte. *Rekomendowanym jest wykreślenie tego zapisu z uwagi na wykroczenie przez organ poza upoważnienie ustawowe.*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Nie wskazano, na czym polega wykroczenia poza zakres upoważnienia ustawowego. Zgodnie z dyspozycją art. 37a ust. 3 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, rada gminy może ustalić zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z wyłączeniem szyldów. Przepis § 8 pkt 1 lit. b nie wyłącza określonych rodzajów gruntów spod zakresu obowiązywania uchwały, lecz zakazuje sytuowania na nich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	6.15.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 2, § 8 pkt 2 lit. b), § 12 pkt 2 **Treść uwagi:** Uchwała w wielu przypadkach wprowadza ograniczenia podmiotowe a nie przedmiotowe np. w zakresie szyldów § 4 pkt 2, w zakresie reklam § 8 pkt 2 lit. b), w zakresie obiektów małej architektury § 12 pkt 2 co znajduje się poza upoważnieniem ustawowym. *Rekomendowanym jest wykreślenie tego zapisu z uwagi na wykroczenie przez organ poza upoważnienie ustawowe.*	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Tworzenie określonych regulacji reklamowych dla podmiotów spełniających określone kryteria lub dla określonych obszarów nie stanowi wykroczenia poza upoważnienie ustawowe i może być uzasadnione ich specyficzną typologią przestrzenną bądź funkcjonalną, nie jest bowiem możliwe stworzenie racjonalnych przestrzennie regulacji, które byłyby identyczne dla wszystkich typów podmiotów i miejsc. Jednocześnie, przepis dotyczący wydarzeń i imprez gruntownie przeredagowano,

			usunięto ograniczenie do terenów dostępnych publicznie przy wprowadzeniu innych ograniczeń przedmiotowych.
	6.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Obecny kształt uchwały sprawia wrażenie, iż jej celem było zapewnienie funkcjonowania w przestrzeni miejskiej Warszawy dwóch firm AMS i Warexpo (monopol). Powyższe rodzi wniosek, że uchwała nie dąży do realizacji ustawowego upoważnienia czyli uporządkowania przestrzeni publicznej, a jedynie do zapewnienia ochrony interesów indywidualnych podmiotów oraz gminy. Powyższe uwagi powinny być wnikliwie przeanalizowane i w konsekwencji analizy należy wprowadzić zmiany do projektu uchwały.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie jest poparta argumentacją i nie wskazuje, które przepisy projektu uchwały są nieprawidłowe, wymagają zmiany i w jakim zakresie.
P.P.-I.	**7.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Krótszy okres przejściowy - 1 rok: W §14 projektu uchwały przewiduje się aż 2-letni okres przejściowy dla nośników reklamowych i 3-letni dla szyldów. To oznacza, że najwcześniej w 2020 roku z ulic Warszawy znikną gigantyczne billboardy, szpecące siatki, pstrokate banery i zaklejone witryny. Biorąc pod uwagę, iż uchwała krajobrazowa i tak opóźniona jest już wiele lat domagamy się wprowadzenia najkrótszego przewidzianego prawem, rocznego okresu przejściowego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Termin 12 miesięcy w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótki. Nie pozwoliłby on osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z precyzyjnie określonymi regułami.
	7.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Więcej dzielnic wolnych od billboardów: Projektu uchwały (a konkretniej załącznik nr 1) wyznacza Śródmieście jako obszar pozbawiony wolnostojących billboardów. Niestety, jednocześnie dopuszcza je na wielu innych obszarach o zdecydowanie miejskim charakterze jak np. Stara Ochota, Sielce, czy Stary Mokotów. Obszar śródmiejski powinien charakteryzować się wyraźnie wyższymi parametrami estetycznymi i krajobrazowymi. Dopuszczanie nośników nawet średniego formatu na ulicach przebiegających wzdłuż miejskiej zabudowy czy parków miejskich kłóci się z tym założeniem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Właściwie dostosowany do kontekstu urbanistycznego nośnik reklamowy o ograniczonym formacie nie wpływa negatywnie na ład przestrzenny. Określony w projekcie uchwały sposób możliwego rozmieszczenia wolnostojących nośników reklamowych formatu średniego na obszarze Starej Ochoty, Sielc i Starego Mokotowa poddany został ponownej analizie, która wykazała jednak, że dopuszczenie tego typu nośników na wybranych fragmentach lub stronach ciągów ulic Belwederskiej, Gagarina, Jana III Sobieskiego, św. Andrzeja Boboli i Kopińskiej jest akceptowalne z punktu widzenia ładu przestrzennego z uwagi na takie lokalne uwarunkowania urbanistyczne, jak brak zabudowy bądź znaczna odległość zabudowy od jezdni. Na krótkich odcinkach ww. ulic z zabudową zbliżoną do jezdni, lokalizacja nośników reklamowych formatu średniego nie będzie możliwa z uwagi na niespełnianie przewidzianych przez projekt uchwały parametrów odległościowych.
	7.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Całkowity zakaz ekranów LED: Projekt uchwały co prawda zakazuje ekranów LED w większych formatach, ale za to dopuszcza je bez żadnych ograniczeń na przystankach komunikacji miejskiej oraz przy wielu ulicach jako ekrany o powierzchni 2m. Można przypuszczać, że nieliczne wielkie ekrany zostaną zamienione na całą armię małych “oślepiaczy”. Oczekiwanie na tramwaj w otoczeniu trzech dużych ekranów nie jest niczym przyjemnym. Dlatego uchwała powinna zawierać całkowity zakaz reklamy w formie ekranów LED. Nadmiar emitowanego w mieście światła, szczególnie w postaci LED, prowadzi do niekorzystnego zjawiska jakim jest ‘zanieczyszczenie światłem’. To poważny problem,	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sformułowana w projekcie Uchwały definicja wyświetlaczy ściśle określa parametry techniczne takiego urządzenia, w szczególności limity luminancji oraz nieruchomy charakter wyświetlanych treści. Parametry te były przedmiotem analizy w kontekście dobrych praktyk realizowanych w tej dziedzinie w kraju i za granicą, i są kluczowe dla zapewnienia właściwego wkomponowania się urządzeń w otoczenie i ich zgodność z ładem przestrzennym. Konieczność przestrzegania tych parametrów w

		który powoduje zaburzenia snu u ludzi a także zwierząt i ma wiele innych negatywnych konsekwencji, nie wszystkie są jeszcze dokładnie zbadane.	zasadniczy sposób będzie odróżniać sposób działania wyświetlaczy od rażących wizualnie urządzeń, funkcjonujących obecnie w wielu miejscach w Warszawie.
	7.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §9 pkt 1. lit b **Treść uwagi:** Murale, a nie siatki czy tablice reklamowe, na ślepych ścianach: Projekt uchwały (w §10 pkt 1. lit a) dopuszcza wieszanie siatek reklamowych o wysokości do 12m na ślepych ścianach budynków. Siatki to najbardziej szpecąca forma reklamy, która powinna być objęta najostrzejszymi restrykcjami. Ślepe ściany powinny być przeznaczone tylko na murale - formę reklamy, która o wiele lepiej wpasowuje się w miejski krajobraz.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały w istotny sposób ogranicza możliwości umieszczania siatek reklamowych na ślepych ścianach budynków, m.in. eliminując takie rozwiązanie w obszarach „A” i „B” oraz na obiektach zabytkowych.
	7.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Mniejsze billboardy - max. 9m^2 a nie 18m^2: Dopuszczona przez projekt uchwały maksymalna wielkość billboardów jest zdecydowanie zbyt duża/ Podczas gdy inne stolice europejskie takie jak Paryż idą w kierunku zakazu wszystkich nośników o powierzchni większej niż 2m^2, Warszawa chce dopuścić billboardy-giganty o powierzchni 18m^2 ! Połowa tej wielkości - 9m^2 - jest rozsądnym kompromisem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przedstawione rozwiązanie jest wynikiem analiz przestrzennych charakteru urbanistycznego poszczególnych obszarów m.st. Warszawy. Tablica reklamowa o wielkości 18 m^2 jest rozwiązaniem o znacznej wielkości, jednak przy rozpiętości skali stosowanych obecnie na terenie Warszawy rozwiązań nie można określić go jako gigantycznego. Dopuszczenie jego stosowania zostało ograniczone do takich lokalizacji, które nie posiadają spójnego urbanistycznie charakteru ani wartości przestrzennych bądź przyrodniczych, a jednocześnie stanowią korytarze ruchu tranzytowego o odpowiednio dużej skali, tj. tam, gdzie będzie ono dostosowane do charakteru otoczenia i nie będzie powodować zaburzenia ładu przestrzennego.
	7.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak wyjątków dla marketów i centrów handlowych: Dla wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w projekcie uchwały (a dokładnie w §5.2 punkt 1) litera a)) znajdują się osobne, preferencyjne zapisy. Uzależniają one maksymalną dozwoloną wielkość szyldu na elewacji nie od wysokości budynku, a od powierzchni handlowej wewnątrz. W skrajnym przypadku szyld z logiem będzie mógł mieć ⅓ wysokości całej elewacji. Dodatkowo, centra handlowe otrzymały możliwość postawienia ogromnych szyldów wolnostojących - do 8m wysokości w centrum i 20 m wysokości poza centrum. Ciężko zgodzić się z tak szczególnym traktowaniem. Wielkopowierzchniowe sklepy powinny podlegać dokładnie tym samym przepisom, co pozostałe budynki. Szczególnie, że powstaje ich w Warszawie coraz więcej i już wystarczająco swoją skalą i formą dominują w naszym mieście.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany zapis wynika z konstatacji szczególnej typologii i faktycznej roli wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w funkcjonowaniu handlu detalicznego na obszarze m.st. Warszawy, niezależnie od możliwych ocen takiego stanu rzeczy pod kątem urbanistycznym czy społeczno-gospodarczym. Dla obiektów o szczególnie dużej powierzchni handlowej, wyróżniających się wielością podmiotów prowadzących w nich działalność, uzasadniona jest możliwość sytuowania na elewacjach widocznych szyldów. Z racji szczególnej morfologii tego typu obiektów (duża skala, brak okien, duża odległość od publicznych ciągów drogowych i pieszych) uzasadniony pod kątem kompozycyjnymi funkcjonalnym jest odpowiedni wzrost skali dopuszczalnych nośników reklamowych pełniących funkcję szyldu. Przy zastosowaniu regulacji właściwych dla tradycyjnych lokali usługowych, działających w skali ulic o charakterze miejskim, szyldy takie nie spełniałyby swojej roli. W związku z powyższym, projekt Uchwały korzysta z możliwości, jakie daje art. 37a ust. 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, wskazując zasady oraz warunki sytuowania szyldów na tego typu obiektach, nieodbiegające od standardów stosowanych w innych krajach europejskich
	7.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak wyjątków dla wydarzeń sportowych, kulturalnych i społecznych: Niepokojący jest zupełny brak	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dopuszczenie tymczasowej reklamy przy okazji istotnych imprez jest

		regulacji dla reklamy wydarzeń sportowych, kulturalnych i społecznych. Można obawiać się, że będzie to furtka do obchodzenia prawa poprzez tworzenie fikcyjnych wydarzeń sportowych tylko po to, żeby zaśmiecać miasto reklamami – podobnie jak obecnie mamy fikcyjne remonty rusztowań przez lata, które nie są żadnymi remontami.	uzasadnione pod względem funkcjonalnym. Przepis gruntownie przeredagowano, wprowadzając ograniczenia o charakterze przedmiotowym.
	7.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak wyjątków dla kin, teatrów i publicznych instytucji kultury: Pozwolenie na wieszanie płacht o powierzchni 50 m2 nie ma uzasadnienia. Wielka płachta tak samo szpeci miejski krajobraz bez względu na to, czy reklamuje przedsięwzięcie komercyjne czy niekomercyjne. Instytucje kultury (szczególnie publiczne) powinny świecić przykładem, a nie antyprzykładem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Tworzenie określonych regulacji reklamowych dla podmiotów spełniających określone kryteria może być uzasadnione ich specyficzną typologią przestrzenną bądź funkcjonalną, nie jest bowiem możliwe stworzenie racjonalnych przestrzennie regulacji, które byłyby identyczne dla wszystkich typów podmiotów. Instytucje kultury odgrywają w tym wypadku szczególną rolę, biorąc pod uwagę ich ważną rolę społeczną, a także art. 1 ust. 2 ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, który wskazuje, iż „państwo sprawuje mecenat nad działalnością kulturalną polegający na wspieraniu i promocji twórczości, edukacji i oświaty kulturalnej, działań i inicjatyw kulturalnych oraz opieki nad zabytkami”. Należy podkreślić, że promocja okresowych wydarzeń za pomocą reklamy umieszczanej na tkaninie na elewacji budynku muzeów, teatrów czy kin, stanowi rozwiązanie silnie ugruntowane w tradycji tego typu placówek, stosowane w Polsce na długo przed okresem przemian ustrojowych, a jednocześnie występujące powszechnie w innych krajach europejskich.
	7.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Grodzone osiedla do rozgrodzenia: Uchwała co prawda zatrzymuje dalsze grodzenie osiedli, ale tylko tych wybudowanych przed 1989. To zdecydowanie za mało – przepisy powinny iść zdecydowanie dalej. Już istniejące ogrodzenia niezgodne z uchwałą powinny zostać zlikwidowane w ciągu kilku lat, a stawianie nowych znacznie ograniczone. Jest to o tyle ważne, że na przestrzeni ostatnich lat ogrodzenia zyskało kilkaset starych osiedli, skutecznie ograniczając pieszą komunikację i zmuszając ludzi do nakładania drogi.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec skali zagadnień koniecznych do uregulowania w skali miasta, projekt Uchwały musi uwzględniać realność egzekucji proponowanych zapisów, w tym konieczność zapewnienia szerokiego konsensusu społecznego dla ich realizacji. Obowiązek dostosowania istniejących ogrodzeń do standardów wprowadzanych Uchwałą, w tym ich częściowej likwidacji, wiązałby się nie tylko z zasadniczymi trudnościami w procedowaniu projektu uchwały na etapie legislacyjnym, ale i wymagałby znacznej komplikacji odpowiednich zapisów merytorycznych w celu jak najlepszego zdefiniowania ogrodzeń wymagających rozbiórki. Działania takie w praktyce uniemożliwiłyby bądź przyjęcie projektu uchwały, bądź jego wejście w życie, względnie jego późniejszą, efektywną egzekucję.
	7.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Estetyczne słupy ogłoszeniowo-reklamowe: Słupy ogłoszeniowe powinny mieć jeden, ustalony przez miasto wzór, oraz ustaloną minimalną odległość od siebie - tak jak pozostałe nośniki wolnostojące. Pozwoli to uniknąć nadmiaru słupów oraz wymusi ich estetyczny wygląd.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapisy projektu Uchwały realizują już oba postulaty zawarte w uwadze (§ 11 ust. 1 pkt 1, ust. 2 pkt 1).
K.I.	**8.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Krótszy okres przejściowy - 1 rok: W §14 projektu uchwały przewiduje się aż 2-letni okres przejściowy dla nośników reklamowych i 3-letni dla szyldów. To oznacza, że najwcześniej w 2020 roku z ulic Warszawy znikną gigantyczne billboardy, szpecące siatki, pstrokate banery i zaklejone witryny. Biorąc pod uwagę, iż uchwała krajobrazowa i tak opóźniona jest już wiele lat domagamy się wprowadzenia najkrótszego przewidzianego prawem, rocznego okresu przejściowego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia

			czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Termin 12 miesięcy w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótki. Nie pozwoliłby on osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z precyzyjnie określonymi regułami.
	8.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Więcej dzielnic wolnych od billboardów: Projektu uchwały (a konkretniej załącznik nr 1) wyznacza Śródmieście jako obszar pozbawiony wolnostojących billboardów. Niestety, jednocześnie dopuszcza je na wielu innych obszarach o zdecydowanie miejskim charakterze jak np. Stara Ochota, Sielce, czy Stary Mokotów. Obszar śródmiejski powinien charakteryzować się wyraźnie wyższymi parametrami estetycznymi i krajobrazowymi. Dopuszczanie nośników nawet średniego formatu na ulicach przebiegających wzdłuż miejskiej zabudowy czy parków miejskich kłóci się z tym założeniem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Właściwie dostosowany do kontekstu urbanistycznego nośnik reklamowy o ograniczonym formacie nie wpływa negatywnie na ład przestrzenny. Określony w projekcie uchwały sposób możliwego rozmieszczenia wolnostojących nośników reklamowych formatu średniego na obszarze Starej Ochoty, Sielc i Starego Mokotowa poddany został ponownej analizie, która wykazała jednak, że dopuszczenie tego typu nośników na wybranych fragmentach lub stronach ciągów ulic Belwederskiej, Gagarina, Jana III Sobieskiego, św. Andrzeja Boboli i Kopińskiej jest akceptowalne z punktu widzenia ładu przestrzennego z uwagi na takie lokalne uwarunkowania urbanistyczne, jak brak zabudowy bądź znaczna odległość zabudowy od jezdni. Na krótkich odcinkach ww. ulic z zabudową zbliżoną do jezdni, lokalizacja nośników reklamowych formatu średniego nie będzie możliwa z uwagi na niespełnianie przewidzianych przez projekt uchwały parametrów odległościowych.
	8.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Całkowity zakaz ekranów LED: Projekt uchwały co prawda zakazuje ekranów LED w większych formatach, ale za to dopuszcza je bez żadnych ograniczeń na przystankach komunikacji miejskiej oraz przy wielu ulicach jako ekrany o powierzchni 2m. Można przypuszczać, że nieliczne wielkie ekrany zostaną zamienione na całą armię małych “oślepiaczy”. Oczekiwanie na tramwaj w otoczeniu trzech dużych ekranów nie jest niczym przyjemnym. Dlatego uchwała powinna zawierać całkowity zakaz reklamy w formie ekranów LED. Nadmiar emitowanego w mieście światła, szczególnie w postaci LED, prowadzi do niekorzystnego zjawiska jakim jest ‘zanieczyszczenie światłem’. To poważny problem, który powoduje zaburzenia snu u ludzi a także zwierząt i ma wiele innych negatywnych konsekwencji, nie wszystkie są jeszcze dokładnie zbadane.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sformułowana w projekcie Uchwały definicja wyświetlaczy ściśle określa parametry techniczne takiego urządzenia, w szczególności limity luminancji oraz nieruchomy charakter wyświetlanych treści. Parametry te były przedmiotem analizy w kontekście dobrych praktyk realizowanych w tej dziedzinie w kraju i za granicą, i są kluczowe dla zapewnienia właściwego wkomponowania się urządzeń w otoczenie i ich zgodność z ładem przestrzennym. Konieczność przestrzegania tych parametrów w zasadniczy sposób będzie odróżniać sposób działania wyświetlaczy od rażących wizualnie urządzeń, funkcjonujących obecnie w wielu miejscach w Warszawie.
	8.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §10 pkt 1. lit a, **Treść uwagi:** Murale, a nie siatki czy tablice reklamowe, na ślepych ścianach: Projekt uchwały (w §10 pkt 1. lit a) dopuszcza wieszanie siatek reklamowych o wysokości do 12m na ślepych ścianach budynków. Siatki to najbardziej szpecąca forma reklamy, która powinna być objęta najostrzejszymi restrykcjami. Ślepe ściany powinny być przeznaczone tylko na murale - formę reklamy, która o wiele lepiej wpasowuje się w miejski krajobraz.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały w istotny sposób ogranicza możliwości umieszczania siatek reklamowych na ślepych ścianach budynków, m.in. eliminując takie rozwiązanie w obszarach „A” i „B” oraz na obiektach zabytkowych.
	8.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Mniejsze billboardy - max. 9m2 a nie 18m2: Dopuszczona przez projekt uchwały maksymalna wielkość billboardów jest zdecydowanie zbyt duża/ Podczas gdy inne stolice europejskie takie jak Paryż idą w kierunku zakazu wszystkich nośników o powierzchni większej niż 2m2, Warszawa chce dopuścić billboardy-giganty o powierzchni 18m2 ! Połowa tej wielkości - 9m2 - jest rozsądnym kompromisem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przedstawione rozwiązanie jest wynikiem analiz przestrzennych charakteru urbanistycznego poszczególnych obszarów m.st. Warszawy. Tablica reklamowa o wielkości 18 m^2 jest rozwiązaniem o znacznej wielkości, jednak przy rozpiętości skali stosowanych obecnie na terenie Warszawy rozwiązań nie można określić go jako gigantycznego. Dopuszczenie jego stosowania zostało ograniczone do takich lokalizacji, które nie posiadają

			spójnego urbanistycznie charakteru ani wartości przestrzennych bądź przyrodniczych, a jednocześnie stanowią korytarze ruchu tranzytowego o odpowiednio dużej skali, tj. tam, gdzie będzie ono dostosowane do charakteru otoczenia i nie będzie powodować zaburzenia ładu przestrzennego.
	8.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak wyjątków dla marketów i centrów handlowych: Dla wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w projekcie uchwały (a dokładnie w §5.2 punkt 1) litera a)) znajdują się osobne, preferencyjne zapisy. Uzależniają one maksymalną dozwoloną wielkość szyldu na elewacji nie od wysokości budynku, a od powierzchni handlowej wewnątrz. W skrajnym przypadku szyld z logiem będzie mógł mieć ⅓ wysokości całej elewacji. Dodatkowo, centra handlowe otrzymały możliwość postawienia ogromnych szyldów wolnostojących - do 8m wysokości w centrum i 20 m wysokości poza centrum. Ciężko zgodzić się z tak szczególnym traktowaniem. Wielkopowierzchniowe sklepy powinny podlegać dokładnie tym samym przepisom, co pozostałe budynki. Szczególnie, że powstaje ich w Warszawie coraz więcej i już wystarczająco swoją skalą i formą dominują w naszym mieście.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany zapis wynika z konstatacji szczególnej typologii i faktycznej roli wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w funkcjonowaniu handlu detalicznego na obszarze m.st. Warszawy, niezależnie od możliwych ocen takiego stanu rzeczy pod kątem urbanistycznym czy społeczno-gospodarczym. Dla obiektów o szczególnie dużej powierzchni handlowej, wyróżniających się wielością podmiotów prowadzących w nich działalność, uzasadniona jest możliwość sytuowania na elewacjach widocznych szyldów. Z racji szczególnej morfologii tego typu obiektów (duża skala, brak okien, duża odległość od publicznych ciągów drogowych i pieszych) uzasadniony pod kątem kompozycyjnymi funkcjonalnym jest odpowiedni wzrost skali dopuszczalnych nośników reklamowych pełniących funkcję szyldu. Przy zastosowaniu regulacji właściwych dla tradycyjnych lokali usługowych, działających w skali ulic o charakterze miejskim, szyldy takie nie spełniałyby swojej roli. W związku z powyższym, projekt Uchwały korzysta z możliwości, jakie daje art. 37a ust. 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, wskazując zasady oraz warunki sytuowania szyldów na tego typu obiektach, nieodbiegające od standardów stosowanych w innych krajach europejskich.
	8.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak wyjątków dla wydarzeń sportowych, kulturalnych i społecznych: Niepokojący jest zupełny brak regulacji dla reklamy wydarzeń sportowych, kulturalnych i społecznych. Można obawiać się, że będzie to furtka do obchodzenia prawa poprzez tworzenie fikcyjnych wydarzeń sportowych tylko po to, żeby zaśmiecać miasto reklamami - podobnie jak obecnie mamy fikcyjne remonty rusztowań przez lata, które nie są żadnymi remontami.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dopuszczenie tymczasowej reklamy przy okazji istotnych imprez jest uzasadnione pod względem funkcjonalnym. Przepis gruntownie przeredagowano, wprowadzając ograniczenia o charakterze przedmiotowym.
	8.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak wyjątków dla kin, teatrów i publicznych instytucji kultury: Pozwolenie na wieszanie płacht o powierzchni 50 m2 nie ma uzasadnienia. Wielka płachta tak samo szpeci miejski krajobraz bez względu na to, czy reklamuje przedsięwzięcie komercyjne czy niekomercyjne. Instytucje kultury (szczególnie publiczne) powinny świecić przykładem, a nie antyprzykładem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Tworzenie określonych regulacji reklamowych dla podmiotów spełniających określone kryteria może być uzasadnione ich specyficzną typologią przestrzenną bądź funkcjonalną, nie jest bowiem możliwe stworzenie racjonalnych przestrzennie regulacji, które byłyby identyczne dla wszystkich typów podmiotów. Instytucje kultury odgrywają w tym wypadku szczególną rolę, biorąc pod uwagę ich ważną rolę społeczną, a także art. 1 ust. 2 ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, który wskazuje, iż „państwo sprawuje mecenat nad działalnością kulturalną polegający na wspieraniu i promocji twórczości, edukacji i oświaty kulturalnej, działań i inicjatyw kulturalnych oraz opieki nad zabytkami”. Należy podkreślić, że promocja okresowych wydarzeń za pomocą reklamy umieszczanej na tkaninie na elewacji budynku muzeów, teatrów czy kin, stanowi rozwiązanie silnie ugruntowane w tradycji tego typu placówek, stosowane w Polsce na długo przed okresem przemian ustrojowych, a jednocześnie występujące

			powszechnie w innych krajach europejskich.
	8.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Grodzone osiedla do rozgrodzenia: Uchwała co prawda zatrzymuje dalsze grodzenie osiedli, ale tylko tych wybudowanych przed 1989. To zdecydowanie za mało - przepisy powinny iść zdecydowanie dalej. Już istniejące ogrodzenia niezgodne z uchwałą powinny zostać zlikwidowane w ciągu kilku lat, a stawianie nowych znacznie ograniczone. Jest to o tyle ważne, że na przestrzeni ostatnich lat ogrodzenia zyskało kilkaset starych osiedli, skutecznie ograniczając pieszą komunikację i zmuszając ludzi do nakładania drogi.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec skali zagadnień koniecznych do uregulowania w skali miasta, projekt Uchwały musi uwzględniać realność egzekucji proponowanych zapisów, w tym konieczność zapewnienia szerokiego konsensusu społecznego dla ich realizacji. Obowiązek dostosowania istniejących ogrodzeń do standardów wprowadzanych Uchwałą, w tym ich częściowej likwidacji, wiązałby się nie tylko z zasadniczymi trudnościami w procedowaniu projektu uchwały na etapie legislacyjnym, ale i wymagałby znacznej komplikacji odpowiednich zapisów merytorycznych w celu jak najlepszego zdefiniowania ogrodzeń wymagających rozbiórki. Działania takie w praktyce uniemożliwiłyby bądź przyjęcie projektu uchwały, bądź jego wejście w życie, względnie jego późniejszą, efektywną egzekucję.
	8.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Estetyczne słupy ogłoszeniowo-reklamowe: Słupy ogłoszeniowe powinny mieć jeden, ustalony przez miasto wzór, oraz ustaloną minimalną odległość od siebie - tak jak pozostałe nośniki wolnostojące. Pozwoli to uniknąć nadmiaru słupów oraz wymusi ich estetyczny wygląd.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapisy projektu Uchwały realizują już oba postulaty zawarte w uwadze (§ 11 ust. 1 pkt 1, ust. 2 pkt 1).
J.B.	**9.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §2 pkt 14 **Treść uwagi:** Uwaga dotyczy definicji obiektu ochrony konserwatorskiej, która znajduje się w §2 pkt 14 projektu uchwały. W mojej opinii właściwym byłoby jej rozszerzenie o parki kulturowe, które wymienione są w art. 7 ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, jako formy ochrony zabytków nieruchomych równorzędne z wpisem do rejestru. Zawarte w projekcie uchwały zapisy dotyczące obiektów ochrony konserwatorskiej (§7 ust. 2 pkt 5 i 8; § 10 pkt 3 i 9; § 12 pkt 1; § 13 ust. 8) są rozwiązaniami zalecanymi na terenie Wilanowskiego Parku Kulturowego, który w całości położony jest w strefie „C", a którego znaczny obszar nie jest wpisany do rejestru zabytków, ani ujęty w gminnej ewidencji zabytków. Zapisy te byłyby też odpowiednie zarówno dla planowanego parku kulturowego Historycznego Centrum Warszawy, jak i dla wszystkich przyszłych parków kulturowych. Oczywiście istnieje możliwość wprowadzenia zakazów i ograniczeń, o których mowa w ww. paragrafach projektu uchwały krajobrazowej uchwałą zmieniającą uchwałę nr XXXIV/819/2012 z dnia 29 marca 2012 r. o utworzeniu Wilanowskiego Parku Kulturowego i w uchwałach Morzących kolejne parki kulturowe. Jednakże moim zdaniem zmiana ww. definicji podkreśliłaby znaczenie parków kulturowych, jako formy ochrony konserwatorskiej, która dedykowana jest ochronie krajobrazu kulturowego i której problematyka (tablice i inne urządzenia reklamowe, mała architektura, standardy jakościowe i materiałowe) jest ściśle związana z uchwałą krajobrazową.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Za zasadne uznano uwzględnienie w projekcie Uchwały specjalnego statusu obszaru Wilanowskiego Parku Kulturowego, jednak z uwagi na charakter i sposób ustanawiania parku kulturowego, opierającego się na akcie prawa miejscowego, a nie decyzji administracyjnej organu, nie został on ujęty w definicji obiektów ochrony konserwatorskiej.
PZD Rodzinny Ogród Działkowy „Energetyk-Górnik-Nauczyciel"	**10.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §13 ust. 2 pkt 5, § 15 **Treść uwagi:** Określenie wysokości i stopnia ażurowości ogrodzeń wymaga zmiany w odniesieniu do ogrodów działkowych. Zaproponowana wysokość 1,50 m. jest niewystarczająca. W praktyce ogrodzenia zewnętrzne ogrodów są znacznie wyższe, a wg przepisów związkowych PZD powinny wynosić 2 m. wysokości. Doprecyzowania wymaga też sytuacja, gdy - przy zwolnieniu z obowiązku dostosowania istniejących ogrodzeń do zasad i warunków Uchwały — część istniejącego ogrodzenia ulegnie zniszczeniu (przypadki losowe) lub jeden bok ulegnie przesunięciu, np. w wyniku realizacji inwestycji celu publicznego czy	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ustalenie wysokości ogrodzenia na 1,5 m stanowi świadome przesądzenie projektu uchwały i ma na celu zmniejszenie zjawiska optycznego wyizolowania ogródków działkowych z przestrzeni miasta. Należy wskazać, że w Regulaminie Rodzinnego Ogrodu Działkowego (uchwalony przez Krajową Radę Polskiego Związku Działkowców w dniu 1.10.2015 r. ze zmianami wprowadzonymi w dniu 28.06.2018 r.) została określona maksymalna wysokość ogrodzeń wewnętrznych: nie więcej niż 1 m. Brak

		ZRID. Wówczas należy zapewnić, że naprawiana/przesuwana część ogrodzenia będzie identyczna z jego istniejąca zasadniczą częścią. **§13 ust. 2 pkt 5** nadać brzmienie: „5) dla ogrodów działkowych wysokość ogrodzenia nie może przekraczać 2 m. a stopień ażurowości nie może być mniejszy niż 70%” **§15** nadać brzmienie: „**§ 15. 1.** Ogrodzenia istniejące w dniu wejścia (w) Uchwały w życie zwalnia się z obowiązku dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale. **2.** W przypadku ubytku części istniejącego ogrodzenia i konieczności jej odtworzenia lub przesunięcia dopuszcza się zachowanie tych samych parametrów technicznych i wizualnych, co istniejące ogrodzenie."; bądź inne oddające sens zaproponowanego zapisu.	natomiast ustaleń dotyczących ogrodzeń zewnętrznych, w tym również w „Zbiorze przepisów związkowych, stan na dzień 1 stycznia 2011 r.”
A.T.	**11.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §13 ust. 2 pkt 5, § 15 **Treść uwagi:** Określenie wysokości i stopnia ażurowości ogrodzeń wymaga zmiany w odniesieniu do ogrodów działkowych. Zaproponowana wysokość 1,50 m. jest niewystarczająca. W praktyce ogrodzenia zewnętrzne ogrodów są znacznie wyższe, a wg przepisów związkowych PZD powinny wynosić 2 m. wysokości. Doprecyzowania wymaga też sytuacja, gdy - przy zwolnieniu z obowiązku dostosowania istniejących ogrodzeń do zasad i warunków Uchwały — część istniejącego ogrodzenia ulegnie zniszczeniu (przypadki losowe) lub jeden bok ulegnie przesunięciu, np. w wyniku realizacji inwestycji celu publicznego czy ZRID. Wówczas należy zapewnić, że naprawiana/przesuwana część ogrodzenia będzie identyczna z jego istniejąca zasadniczą częścią. **Uwagi szczegółowe — ze wskazaniem proponowanego przez wnioskodawcę brzmienia przepisu** **I. § 13 ust. 2 pkt 5 nadać brzmienie:** „5) dla ogrodów działkowych wysokość ogrodzenia nie może przekraczać 2 m. a stopień ażurowości nie może być mniejszy niż 70%” **II. § 15 nadać brzmienie:** „§ 15. 1. Ogrodzenia istniejące w dniu wejścia Uchwały w życie zwalnia się z obowiązku dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale. 2. W przypadku ubytku części istniejącego ogrodzenia i konieczności jej odtworzenia lub przesunięcia dopuszcza się zachowanie tych samych parametrów technicznych i wizualnych, co istniejące ogrodzenie.”; bądź inne oddające sens zaproponowanego zapisu.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ustalenie wysokości ogrodzenia na 1,5 m stanowi świadome przesądzenie projektu uchwały i ma na celu zmniejszenie zjawiska optycznego wyizolowania ogródków działkowych z przestrzeni miasta. Należy wskazać, że w Regulaminie Rodzinnego Ogrodu Działkowego (uchwalony przez Krajową Radę Polskiego Związku Działkowców w dniu 1.10.2015 r. ze zmianami wprowadzonymi w dniu 28.06.2018 r.) została określona maksymalna wysokość ogrodzeń wewnętrznych: nie więcej niż 1 m. Brak natomiast ustaleń dotyczących ogrodzeń zewnętrznych, w tym również w „Zbiorze przepisów związkowych, stan na dzień 1 stycznia 2011 r.”
J.W.	**12.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wnoszę o wymóg dostosowania ogrodzeń do postanowień Uchwały w ciągu 5 lat od jej wejścia w życie.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec skali zagadnień koniecznych do uregulowania w skali miasta, projekt Uchwały musi uwzględniać realność egzekucji proponowanych zapisów, w tym konieczność zapewnienia szerokiego konsensusu społecznego dla ich realizacji. Obowiązek dostosowania istniejących ogrodzeń do standardów wprowadzanych Uchwałą, w tym ich częściowej likwidacji, wiązałby się nie tylko z zasadniczymi trudnościami w procedowaniu projektu uchwały na etapie legislacyjnym, ale i wymagałby znacznej komplikacji odpowiednich zapisów merytorycznych w celu jak najlepszego zdefiniowania ogrodzeń wymagających rozbiórki. Działania takie w praktyce uniemożliwiłyby bądź przyjęcie projektu uchwały, bądź jego wejście w życie, względnie jego późniejszą, efektywną egzekucję.

	12.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Obowiązek otwarcia (zapewnienia przejścia) zamkniętych osiedli w ciągu 1 roku od jej wejścia w życie Wynika to z tego, że obecnie część osiedli - także zabytkowych np. na Żoliborzu Centralnym - przegradza naturalne ciągi komunikacyjne.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec skali zagadnień koniecznych do uregulowania w skali miasta, projekt Uchwały musi uwzględniać realność egzekucji proponowanych zapisów, w tym konieczność zapewnienia szerokiego konsensusu społecznego dla ich realizacji. Obowiązek dostosowania istniejących ogrodzeń do standardów wprowadzanych Uchwałą, w tym ich częściowej likwidacji, wiązałby się nie tylko z zasadniczymi trudnościami w procedowaniu projektu uchwały na etapie legislacyjnym, ale i wymagałby znacznej komplikacji odpowiednich zapisów merytorycznych w celu jak najlepszego zdefiniowania ogrodzeń wymagających rozbiórki. Działania takie w praktyce uniemożliwiłyby bądź przyjęcie projektu uchwały, bądź jego wejście w życie, względnie jego późniejszą, efektywną egzekucję.
W.P.	**13.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Przesyłam w ramach konsultacji społecznej uporządkowania miasta mój projekt przyszłościowego sklepiku klocków LEGO. Można go będzie kiedyś wybudować na szerokim chodniku przed wejściem do "Megasamu" na Ursynowie. W moim przyszłościowym sklepie będzie się sprzedawało reprintowane klocki LEGO z lat 1993-1997 (moje ulubione!), wykonane za pomocą nowoczesnej drukarki 3D i zamawiane przez Internet. Mam nadzieję, że "Megasam" będzie już wtedy unowocześniony. + załączniki w formie rysunku i zdjęć	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Propozycja nie mieści się w zakresie upoważnień ustawowych uchwały.
„KŁAJDEK”	**17.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wnoszę o zmianę §10 ppkt 2) Ograniczenie 15 m^2 jest za małe, proszę o zwiększenie. Ograniczenie tylko do pasa drogowego nie ma uzasadnienia. Proszę o dopuszczenie małego formatu tablic reklam. na pawilonach handlowych za wyjątkiem obszarów chronionych przez Konserwatora Zabytków	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis uznano za nadmiernie restrykcyjny – limit powierzchni użytkowej obiektu podniesiono do 30 m^2, usunięto ograniczenie lokalizacji do pasa drogowego.
AMEW Invest Sp. z o.o.	**18.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 14 pkt 2 **Treść uwagi:** W związku z projektem Uchwały krajobrazowej dla m.st. Warszawy i trwającymi konsultacjami do niej, jako zarządca nieruchomości biurowej, na której elewacji szczytowej znajduje się reklama wielkoformatowa, pragniemy zwrócić się do Państwa z pytaniem o zapisy § 14 pkt 2. projektowanej Uchwały: Dlaczego projekt zawiera zróżnicowane określenie dłuższego okresu dostosowania się do uchwały dla szyldów (3 lata) niż dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych (2 lata)? Reklamy wielkoformatowe wymagają więcej czasu w zakresie procesu dostosowawczego. Demontaż dużej konstrukcji reklamowej wraz z zasilaniem i naprawa elewacji po niej oraz usuwanie wszystkich elementów z nią związanych, jest pracą bardzo czasochłonną i kosztowną.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. Należy również wskazać, że termin dostosowania nośników reklamowych nie dotyczy naprawy elewacji lub usuwania elementów dodatkowych, o ile działalność reklamowa nie jest już w danym miejscu prowadzona. Tym samym, prace te mogą nastąpić w późniejszym terminie.
Wspólnota Mieszkaniowa Pańska 96	**19.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie nie uwzględnia prawa własności, walorów ekonomicznych, ważnego interesu prywatnego ani ochrony istniejącego stanu zagospodarowania terenów. Rozporządzenie ma za zadanie wprowadzać ład, a w obecnym kształcie uwzględnia jedynie zakazy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, w jaki sposób projekt uchwały godzi we wskazane wartości i prawa. Wprowadzanie ładu opiera się, co do zasady, na eliminowaniu, a więc zakazywaniu działań, które godzą w jego zasady. Należy ponadto podkreślić, że nadrzędnym celem i dyspozycją ustawową Uchwały nie jest wspieranie interesów ekonomicznych poszczególnych

			inwestorów, ale wspieranie interesu publicznego w drodze poprawy jakości przestrzeni publicznych i przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych.
	19.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała godzi w słuszne interesy właścicieli nieruchomości — szczególnie w przypadku gdy zawarli urnowy z reklamodawcami na dłuższe okresy, a urnowy nie przewidują możliwości zakończenia ich bez konieczności ponoszenia z tego tytułu kosztów (np. kary umowne). Czy miasto ma zamiar zrekompensować szkody i utracone korzyści wobec właścicieli nieruchomości, których zyski zostaną zmniejszone po wejściu w życie uchwały?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dyspozycja tworzenia jednolitych regulacji dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla obszaru całej gminy wraz z obowiązkiem dostosowawczym i zastąpienia przez nie dotychczasowych, fragmentarycznych i rozproszonych regulacji w tym zakresie, istniejących w treści poszczególnych miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, wynika z zapisów art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz art. 12 ust. 2 Ustawy z 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Dyspozycją ustawy jest ochrona interesu publicznego poprzez ograniczenie swobody funkcjonowania nośników reklamowych w przestrzeni publicznej, nie zaś bezterminowa ochrona projektowanych zysków podmiotów umieszczających nośniki reklamowe w przestrzeni publicznej. Należy również zauważyć, że – w aktualnych realiach funkcjonowania rynku reklamy zewnętrznej na terenie m.st. Warszawy – stronami umów z reklamodawcami nie są, co do zasady, właściciele nieruchomości, ale operatorzy nośników reklamowych.
	19.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak możliwości finansowania działalności właścicieli nieruchomości przez reklamodawców lub najemców lokali (szyldy) spowoduje, iż właściciele będą dysponować o wiele mniejszymi budżetami remontowymi i nie będą posiadali wystarczających środków na nowe inwestycje, a zatem uchwała w sposób pośredni przyczyni się do pogorszenia (lub braku poprawy) stanu nieruchomości. Przyniesienie ładu w sferze umiejscowienia nośników (szyldy, tablice, urządzenia reklamowe) spowoduje odwrotny skutek w postaci pogorszenia stanu istniejących budynków.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest czytelnego związku między dochodami właścicieli nieruchomości a dotyczącymi szyldów regulacjami, zawartymi w projekcie uchwały, bowiem nie zakazuje on ich sytuowania, a jedynie ogranicza skalę i lokalizację. Ewentualne rozliczenia między właścicielami nieruchomości a inwestorami szyldów pozostają przedmiotem swobodnych umów cywilnoprawnych i nie są regulowane w projekcie uchwały. Należy jednocześnie zauważyć, że ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	19.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dodatkowo w projekcie wielokrotnie ukazane zostało zwiększenie nierównego traktowania beneficjentów nowych konstrukcji, takich jak szyldy, tablice i urządzenia. Godzi również w konstytucyjne prawa, wolności i zasady: zasadę proporcjonalności, wolności środków przekazu społecznego, wolności wyrażania poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niejasna – nie wskazano, na czym polega nierówne traktowanie „beneficjentów nowych konstrukcji”. Brak jest również prawnych i logicznych przesłanek do uznania bezwarunkowego prawa do reklamy, tj. nieograniczonego rozpowszechniania informacji promującej m.in. osoby, przedsiębiorstwa, towary i usługi, za część wolności i praw konstytucyjnych wzmiankowanych w art. 14 i 54 Konstytucji RP. Należy podkreślić, że ograniczenia obecności reklamy w przestrzeni publicznej, sformułowane w projekcie Uchwały, opierają się na odpowiednich

			delegacjach ustawowych, w szczególności art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	19.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W tekście projektu możemy zauważyć chęć udzielenia monopolu dla; - reklam skarbu państwa i jednostek samorządu terytorialnego; - informowania tylko o inwestycjach z udziałem środków publicznych; - firm, które dysponują powierzchniami na wiatach przystankowych, obiektach do 15 m2 (kioski itp.), słupach oświetleniowych i trakcyjnych, na wejściach do metra, na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach metra; - wolnostojących słupów ogłoszeniowo-reklamowych; - tablic lub urządzeń reklamowych dotyczących instytucji kultury.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia, na czym miałby polegać monopol, tj. uniemożliwienie prowadzenia danej działalności przez konkurencyjne podmioty, na wskazanych polach działalności.
	19.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt zawiera niezrozumiałe zróżnicowanie i określenie dłuższego okresu dostosowania się do uchwały dla szyldów (3 lata) niż dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych (2 lata). Reklamy wymagają więcej czasu w zakresie procesu dostosowawczego (§ 14 pkt 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. W uwadze nie wskazano, z jakiego powodu niezbędne jest przedłużenie okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	19.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W projekcie uchwały brak uzasadnienia dla sytuowania tablic i urządzeń wyłącznie na budynkach do 25 m wysokości. Uchwała ma wprowadzić ład, nie może stanowić nadużycia prawa oraz nie może wprowadzać niczym nieuzasadnionych zakazów, a zatem należałoby przyjąć, iż możliwe jest sytuowanie reklam na wszystkich budynkach bez względu na ich wysokość — zaś jedynie nośnik nie powinien być montowany na wysokości wyższej niż z góry określona tj. np. do wysokości 25 m. Takie rozwiązanie zapewni ład i nie będzie różnicował pozycji właścicieli różnych nieruchomości. W przeciwnym wypadku oznacza to nierówne traktowanie właścicieli wyższych nieruchomości, którzy mogą jedynie montować reklamy na dachach, a takie niekorzystne traktowanie właścicieli niższych nieruchomości, którzy nie mają tego prawa (§ 9 pkt 1).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały nie może zawierać merytorycznego uzasadnienia poszczególnych regulacji, ponieważ byłoby to niezgodne z zasadami techniki prawodawczej. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	19.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wprowadzenie ograniczenia w zakresie przyszłych reklam remontowych w żaden sposób nie jest spójne z rzeczywistością i czasem trwania prac remontowych — reklamy często stanowią źródło finansowania prac. Dopuszczenie umieszczenia siatki reklamowej tylko na rusztowaniach, gdzie wykonywane są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku pomija takie okoliczności jak możliwość remontowania innych części budynku niż elewacja (§ 10 pkt 3 lit. b).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy

			minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Przepis dopuszcza umieszczanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których prowadzone są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku, czyli rusztowaniach roboczych, ochronnych lub systemowych, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 6 lutego 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy podczas wykonywania robót budowlanych. Stosowanie rusztowań jest obowiązkowe podczas wykonywania robót murarskich i tynkarskich na wysokości powyżej 1 m. Do zabezpieczeń stanowisk pracy na wysokości służą również siatki ochronne i siatki bezpieczeństwa. Okna lokali mieszkalnych są przesłonięte podczas prowadzonych prac remontowych, w związku z czym projekt uchwały przewiduje możliwość umieszczenia na siatkach ochronnych i zabezpieczających nadruku reklamowego. Remont innych części budynku, np. klatek schodowych lub piwnic, nie wymaga rozstawienia rusztowań przy elewacji, w związku z czym nie istnieje konstrukcja, na której siatka reklamowa mogłaby zostać rozpięta. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków mieszkalnych na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	19.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Postanowienia uchwały wprowadzają nierówne traktowanie podmiotów prowadzących na danej nieruchomości działalność poprzez określenie ilości szyldów (§ 4 pkt 3). Liczba szyldów powinna być uzależniona od wielkości budynku lub wielkości inwestycji. Dodatkowo zakaz sytuowania szyldów zmiennych wykracza poza zakres ustawowy - Rada Gminy nie ma kompetencji do wprowadzania zakazu w zakresie sytuowania szyldów (§ 4 pkt 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ograniczenie liczby szyldów sytuowanych przez podmiot na nieruchomości wynika wprost z dyspozycji art. 37a ust. 2 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Jednocześnie brak jest przekonującego uzasadnienia dla uzależnienia liczby szyldów, którą może umieścić na nieruchomości podmiot, od wielkości budynku – duży budynek może być siedzibą bardzo wielu podmiotów, przez co taka regulacja powodowałaby chaos przestrzenny. Nie jest również jasne, dlaczego liczba szyldów sytuowanych przez podmiot miałaby zależeć od wielkości prowadzonej przez ten podmiot inwestycji i jak należałoby tę wielkość mierzyć. Projekt Uchwały nie przewiduje zakazu sytuowania szyldów w ogóle, lecz jedynie określonych typów szyldów. Zakres tej regulacji nie przekracza kompetencji gminy wynikających z upoważnienia ustawowego, z definicji każda regulacja stanowi bowiem zakaz prowadzenia określonych działań, niemieszczących się w przewidzianym w regulacji zakresie.
	19.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Ograniczenie dotyczące dopuszczenia sytuowania szyldów wyłącznie w sposób niezakrywający dekoracji architektonicznych nie powinno dotyczyć sytuacji, gdy ze względów obiektywnych (np. w sytuacji gdy dekoracja jest obszerna) nie jest możliwe ze względu na brak dostępnego miejsca jakiekolwiek zamontowanie szyldu (§ 4 pkt 1). Wymagane przez uchwałę zachowanie jednolitej wysokości i jednej poziomej osi symetrii sytuowania szyldów, powinno być uzależnione od warunków	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały dopuszcza sytuowanie szyldów w obrysie witryny, a zatem jest możliwe usytuowanie szyldu na elewacji posiadającej obszerną dekorację architektoniczną. Wskazany w projekcie Uchwały obowiązek usytuowania szyldów na jednolitej wysokości i o tej samej wysokości dotyczy jedynie pól szyldowych usytuowanych na tej samej wysokości,

		technicznych budynku tj. w przypadku gdy dekoracja architektoniczna uniemożliwia spełnienie tego warunku, należałoby przyjąć możliwość innego usytuowania szyldu. W związku z tym uchwala w sposób pośredni przyczyni się do zmniejszenia ilości budynków z dekoracją architektoniczną, a zatem przyniesie odwrotny skutek od planowanego (tj. w zakresie poprawy kwestii wizualnych miasta).	uwzględnia zatem kompozycję architektoniczną elewacji budynku. W celu usunięcia niejednoznaczności uzupełniono jednak, że takie pola szyldowe winny mieć także jednolitą wysokość.
	19.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:informacja o ofercie zbycia** Nawiązując do tekstu projektu uchwały informacja o ofercie zbycia czy wynajmu nie może stanowić szyldu, bo nie informuje o działalności lecz o ofercie. Wprowadzenie ograniczeń dotyczących informowania o ofercie w uchwale prawa miejscowego oznacza przekroczenie kompetencji organu jaka została mu przyznana w art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (§ 4 pkt 6).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z przepisem art. 2 pkt. 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, reklama to upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Z kolei zgodnie z art. 2 pkt. 16d, szyld to tablica reklamowa bądź urządzenie reklamowe (a więc przedmioty służące do ekspozycji reklamy), informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują. W tym kontekście oferta zbycia lokalu może być informacją o towarze sprzedawanym w miejscu, tj. przez właściciela danej nieruchomości.
Spółdzielnia Mieszkaniowa „Żelazna Brama”	**20.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie nie uwzględnia prawa własności, walorów ekonomicznych, ważnego interesu prywatnego ani ochrony istniejącego stanu zagospodarowania terenów. Uchwała ma za zadanie wprowadzać ład, a w obecnym kształcie uwzględnia jedynie zakazy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, w jaki sposób projekt uchwały godzi we wskazane wartości i prawa. Wprowadzanie ładu opiera się, co do zasady, na eliminowaniu, a więc zakazywaniu działań, które godzą w jego zasady. Należy ponadto podkreślić, że nadrzędnym celem i dyspozycją ustawową Uchwały nie jest wspieranie interesów ekonomicznych poszczególnych inwestorów, ale wspieranie interesu publicznego w drodze poprawy jakości przestrzeni publicznych i przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych.
	20.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała trafia w słuszne interesy właścicieli nieruchomości — szczególnie w przypadku gdy zawarli umowy z reklamodawcami na dłuższe okresy, a umowy nie przewidują możliwości zakończenia ich bez konieczności ponoszenia z tego tytułu kosztów (np. kary umowne). W jaki sposób miasto ma zamiar zrekompensować szkody i utracone korzyści wobec właścicieli nieruchomości, których zyski zostaną zmniejszone po wejściu w życie uchwały?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dyspozycja tworzenia jednolitych regulacji dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla obszaru całej gminy wraz z obowiązkiem dostosowawczym i zastąpienia przez nie dotychczasowych, fragmentarycznych i rozproszonych regulacji w tym zakresie, istniejących w treści poszczególnych miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, wynika z zapisów art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz art. 12 ust. 2 Ustawy z 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Dyspozycją ustawy jest ochrona interesu publicznego poprzez ograniczenie swobody funkcjonowania nośników reklamowych w przestrzeni publicznej, nie zaś bezterminowa ochrona projektowanych zysków podmiotów umieszczających nośniki reklamowe w przestrzeni publicznej. Należy również zauważyć, że – w aktualnych realiach funkcjonowania rynku reklamy zewnętrznej na terenie m.st. Warszawy – stronami umów z reklamodawcami nie są, co do zasady, właściciele nieruchomości, ale operatorzy nośników reklamowych.
	20.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona

		Brak możliwości finansowania działalności właścicieli nieruchomości przez reklamodawców lub najemców lokali (szyldy) spowoduje, iż właściciele będą dysponować o wiele mniejszymi budżetami remontowymi i nie będą posiadali wystarczających środków na nowe inwestycje, a zatem uchwała w sposób pośredni przyczyni się do pogorszenia (lub braku poprawy) stanu nieruchomości. Przyniesienie ładu w sferze umiejscowienia nośników (szyldy, tablice, urządzenia reklamowe) spowoduje odwrotny skutek w postaci pogorszenia stanu istniejących budynków.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest czytelnego związku między dochodami właścicieli nieruchomości a dotyczącymi szyldów regulacjami, zawartymi w projekcie uchwały, bowiem nie zakazuje on ich sytuowania, a jedynie ogranicza skalę i lokalizację. Ewentualne rozliczenia między właścicielami nieruchomości a inwestorami szyldów pozostają przedmiotem swobodnych umów cywilnoprawnych i nie są regulowane w projekcie uchwały. Należy jednocześnie zauważyć, że ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	20.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dodatkowo w projekcie wielokrotnie ukazane zostało zwiększenie nierównego traktowania beneficjentów nowych konstrukcji, takich jak szyldy, tablice i urządzenia. Godzi to w konstytucyjne prawa, wolności i zasady: proporcjonalności, wolności środków przekazu społecznego, wolności wyrażania poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niejasna – nie wskazano, na czym polega nierówne traktowanie „beneficjentów nowych konstrukcji”. Brak jest również prawnych i logicznych przesłanek do uznania bezwarunkowego prawa do reklamy, tj. nieograniczonego rozpowszechniania informacji promującej m.in. osoby, przedsiębiorstwa, towary i usługi, za część wolności i praw konstytucyjnych wzmiankowanych w art. 14 i 54 Konstytucji RP. Należy podkreślić, że ograniczenia obecności reklamy w przestrzeni publicznej, sformułowane w projekcie Uchwały, opierają się na odpowiednich delegacjach ustawowych, w szczególności art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	20.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt zawiera niezrozumiałe zróżnicowanie i określenie dłuższego okresu dostosowania się do uchwały dla szyldów (3 lata) niż dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych (2 lata). Reklamy wymagają więcej czasu w zakresie procesu dostosowawczego (§ 14 pkt 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. W uwadze nie wskazano, z jakiego powodu niezbędne jest przedłużenie okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	20.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W projekcie uchwały brak uzasadnienia dla sytuowania tablic i urządzeń wyłącznie na budynkach do 25 m wysokości. Uchwała ma wprowadzić ład, nie może stanowić nadużycia prawa oraz nie może wprowadzać niczym nieuzasadnionych zakazów, a zatem należałoby przyjąć, iż możliwe jest sytuowanie reklam na wszystkich budynkach bez względu na ich wysokość — zaś jedynie nośnik nie powinien być montowany na wysokości wyższej niż z góry określona tj. np. do wysokości 25 m. Takie rozwiązanie zapewni ład i nie będzie różnicowało pozycji właścicieli różnych nieruchomości. W przeciwnym wypadku oznacza to nierówne traktowanie właścicieli wyższych nieruchomości, którzy mogą jedynie montować reklamy na dachach, a także niekorzystne traktowanie właścicieli niższych nieruchomości, którzy nie mają tego prawa (§ 9 pkt 1).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały nie może zawierać merytorycznego uzasadnienia poszczególnych regulacji, ponieważ byłoby to niezgodne z zasadami techniki prawodawczej. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta

			wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	20.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wprowadzenie ograniczenia w zakresie przyszłych reklam remontowych w żaden sposób nie jest spójne z rzeczywistością i czasem trwania prac remontowych — reklamy często stanowią źródło finansowania prac. Dopuszczenie umieszczenia siatki reklamowej tylko na rusztowaniach, gdzie wykonywane są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku pomija takie okoliczności jak możliwość remontowania innych części budynku niż elewacja (§ 10 pkt 3 lit. b).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Przepis dopuszcza umieszczanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których prowadzone są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku, czyli rusztowaniach roboczych, ochronnych lub systemowych, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 6 lutego 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy podczas wykonywania robót budowlanych. Stosowanie rusztowań jest obowiązkowe podczas wykonywania robót murarskich i tynkarskich na wysokości powyżej 1 m. Do zabezpieczeń stanowisk pracy na wysokości służą również siatki ochronne i siatki bezpieczeństwa. Okna lokali mieszkalnych są przesłonięte podczas prowadzonych prac remontowych, w związku z czym projekt uchwały przewiduje możliwość umieszczenia na siatkach ochronnych i zabezpieczających nadruku reklamowego. Remont innych części budynku, np. klatek schodowych lub piwnic, nie wymaga rozstawienia rusztowań przy elewacji, w związku z czym nie istnieje konstrukcja, na której siatka reklamowa mogłaby zostać rozpięta. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków mieszkalnych na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	20.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały nie precyzuje określania zasad pierwszeństwa w zakresie sytuowania reklam przy drogach przez właścicieli nieruchomości (§ 11 pkt 2). Rozporządzenie powinno doprecyzować postępowanie w przypadku konfliktu między właścicielami nieruchomości.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zasady postępowania w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały określa § 16 projektu Uchwały. W przypadku sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych po wejściu w życie Uchwały, odpowiedzialność za przestrzeganie przepisów dotyczących odległości od innych nośników reklamowych spada każdorazowo na inwestora.
	20.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Nawiązując do tekstu projektu uchwały informacja o ofercie zbycia czy wynajmu nie może stanowić szyldu, bo nie informuje o działalności lecz o ofercie. Wprowadzenie ograniczeń dotyczących informowania o ofercie w uchwale prawa miejscowego oznacza przekroczenie kompetencji organu jaka została mu przyznana w art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (§ 4 pkt 6).	Zgodnie z przepisem art. 2 pkt. 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, reklama to upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Z kolei zgodnie z art. 2 pkt. 16d, szyld to tablica reklamowa bądź urządzenie reklamowe (a więc przedmioty służące do ekspozycji reklamy), informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują. W tym kontekście oferta zbycia lokalu może być informacją o towarze sprzedawanym w miejscu, tj. przez właściciela danej nieruchomości.
	20.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała ma zamiar regulować kwestie materialne działań reklamowych, promocyjnych, informacyjnych w sytuacji, gdy miała wprowadzać jedynie zasady dotyczące lokalizowania odpowiednich nośników (ustawodawca nie dał prawa do ingerowania w kwestie dopuszczalności nośników ze względu na informację zawartą w danym nośniku jaką jest np. informowanie o ofertach) a jedynie ze względu na ogólne przeznaczenie danych nośników według definicji szyldu, tablic czy urządzeń reklamowych, które są w ustawie o planowaniu i gospodarowaniu przestrzennym.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z dyspozycją art. 37a ust. 1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Uchwała może ustalić zasady i warunki sytuowania nośników reklamowych.
Apollo Invest Sp. z o.o.	**21.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W § 4 pkt 6) prosimy o zmianę powierzchni ekspozycyjnej ofert zbycia lub najmu lokali, budynku bądź nieruchomości na 3m^2.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia przemawiającego za funkcjonalną koniecznością liberalizacji przepisu kosztem wymogów ładu przestrzennego.
	21.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W § 4 pkt 7) prosimy o taką zmianę zapisu aby umożliwić okresową (ale nie dynamiczną) zmianę koloru podświetlenia lub oświetlenia szyldów, np. logo najemcy w technologii LED z opcja zmiany np. 2 kolorów.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zmienny sposób oświetlania szyldu nie posiada jasnego uzasadnienia funkcjonalnego poza dążeniem do wyróżnienia się z grona innych szyldów bądź komunikatów wizualnych, co jest niekorzystne z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	21.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** §7 ustęp 2 pkt 1) prosimy o zmianę maksymalnej wysokości szyldu zbiorczego na 6m oraz maksymalnej szerokości na 2m.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera argumentacji, przemawiającej za funkcjonalną koniecznością wprowadzenia postulowanej zmiany.
	21.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W § 8 pkt 1) litera a) prosimy o doprecyzowanie zapisu w taki sposób aby możliwe było sytuowanie reklam na budynkach, które znajdują się na tej samej nieruchomości na której znajduje się budynek w którym siedzibę ma organ administracji publicznej, a w których nie ma takiej funkcji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Jako kluczowe kryterium w tej sprawie uznano dominującą funkcję danej nieruchomości, nie zaś ewentualną odrębność funkcji poszczególnych budynków. Budynki o odrębnej funkcji (np. magazynowej) mogą istnieć na nieruchomościach w całości wykorzystywanych przez administrację publiczną, co nie uzasadniałoby ich przeznaczenia na cele reklamowe.
	21.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** w § 9 pkt 1) prosimy o dodanie zapisu, umożliwiającego sytuowanie reklam na elewacjach szczytowych budynków wyższych niż 25m w postaci ażurowej formy tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W projekcie Uchwały dopuszczono sytuowanie reklam na elewacjach

		o maksymalnej wysokości 6m i głębokości 30cm.	budynków wyższych niż 25 m, ale jedynie do wysokości 25 m i przy zachowaniu pozostałych ograniczeń lokalizacji i formy.
	21.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** w § 9 prosimy o dodanie zapisu umożliwiającego sytuowanie reklam na elewacjach technicznych/ elewacjach kondygnacji technicznych budynków.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niezrozumiała. Nieznany jest zakres pojęciowy użytego w uwadze sformułowania „elewacji technicznej”. Projekt uchwały pod określonymi warunkami dopuszcza sytuowanie nośników reklamowych na niektórych elewacjach budynków, a także na ich dachach i umieszczonych na nich urządzeniach technicznych.
	21.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** w § 10 pkt 9) lit a) prosimy o zmianę powierzchni ekspozycyjnej na powierzchni przęsła ogrodzenia na 30% w obszarze „A” i „B” i na obiektach ochrony konserwatorskiej w obszarze „C”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia przemawiającego za funkcjonalną koniecznością liberalizacji przepisu kosztem wymogów ładu przestrzennego.
	21.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** w § 10 pkt 9) lit b) prosimy o zmianę powierzchni ekspozycyjnej na powierzchni przęsła ogrodzenia na 50% w obszarze „C”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia przemawiającego za funkcjonalną koniecznością liberalizacji przepisu kosztem wymogów ładu przestrzennego.
S.M.	**22.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Obszar całej dzielnicy Ochota m. st. Warszawy powinien być objęty ochroną architektoniczną. Wnioskuję o rozszerzenie na Ochocie obszaru specjalnych zasad sytuowania obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic i urządzeń reklamowych do linii ulic: Aleje Jerozolimskie, Plac Starynkiewicza, Koszykowa, Filtrowa , Plac Zawiszy, Grójecka, Białobrzeska, Szczęśliwicka.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały nie przewiduje utworzenia na terenie m.st. Warszawy obszaru specjalnych zasad sytuowania obiektów regulowanych Uchwałą, lecz podział miasta na obszary „A”, „B” i „C”. Podział ten świadomie nie został stworzony od podstaw, lecz opiera się merytorycznie na wypracowanym już wcześniej w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego m.st. Warszawy podziale miasta na strukturalne centrum i strefy funkcjonalne. Należy ponadto wskazać, że założeniem projektu Uchwały jest daleko posunięta unifikacja standardów i zapewnienie realizacji zasad ładu przestrzennego na całym obszarze m.st. Warszawy, w związku z czym podział na strefy „A”, „B” i „C” posiada w praktyce jedynie znaczenie uzupełniające.
	22.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Skrócenie okresów przejściowych na wymianę szyldu do 2 lat, na wymianę tablic i urządzeń reklamowych do 1 roku – obecnie odpowiednio 2 i 3 lata. Jest to okres za długi, a urzędowo nie są to skomplikowane działania.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Terminy na dostosowanie wynoszące 1 rok dla reklam i 2 lata dla szyldów w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótkie. Nie pozwoliłyby one osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z precyzyjnie określonymi regułami.

	22.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wprowadzenie długiego, 10-letniego okresu na dostosowanie ogrodzeń do przepisów uchwały krajobrazowej – inaczej na Ochocie będą miejsca, w których mieszkańcy będą czekać, aż stare ogrodzenie się rozpadnie, zanim zostanie zmienione i estetyczne.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec skali zagadnień koniecznych do uregulowania w skali miasta, projekt Uchwały musi uwzględniać realność egzekucji proponowanych zapisów, w tym konieczność zapewnienia szerokiego konsensusu społecznego dla ich realizacji. Obowiązek dostosowania istniejących ogrodzeń do standardów wprowadzanych Uchwałą, w tym ich częściowej likwidacji, wiązałby się nie tylko z zasadniczymi trudnościami w procedowaniu projektu uchwały na etapie legislacyjnym, ale i wymagałby znacznej komplikacji odpowiednich zapisów merytorycznych w celu jak najlepszego zdefiniowania ogrodzeń wymagających rozbiórki. Działania takie w praktyce uniemożliwiłyby bądź przyjęcie projektu uchwały, bądź jego wejście w życie, względnie jego późniejszą, efektywną egzekucję.
Totu Sp. z o.o.	**23.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Całkowite pominięcie kwestii związanych z nowymi technologiami, całkowite wyeliminowanie ekranów led z przestrzeni publicznej §2 pkt 37 uchwały — definicja wyświetlacza niedostosowanie pojęcia wyświetlacza do dostępnych obecnie możliwości technicznych ekranów, ograniczenie do obrazów statycznych odpowiednia zmiana definicji wyświetlacza może przyczynić się na zmianę polityki reklamy na terenie miasta stołecznego Warszawy a tym samym pozytywnie wpłynąć na wygląd krajobrazu zastosowanie takich nośników, z uwagi na zmienny obraz, może ograniczyć w znacznym stopniu mniejsze reklamy wykonane tradycyjnymi metodami; wyświetlacze nie są uciążliwe dla otoczenia dodatkowo wskazać należy, iż to inne przepisy jak ustawa o drogach publicznych, zapewniają iż zastosowanie wyświetlaczy nie jest dopuszczalne w sytuacji w której powodowały by niebezpieczeństwo na drogach w świetle powyższego, postuluje zmianę definicji wyświetlacza, tak aby umożliwić ekspozycję na nim reklam ruchomych z zastosowaniem najnowszych technologii. § 2 pkt 12 uchwały — definicja nośnika reklamowego małego formatu wprowadzenie pojęcia wyświetlacza tylko do definicji nośnika reklamowego małego formatu powoduje, iż uchwała dopuszcza stosowanie nośników z wykorzystaniem nowej technologii o powierzchnie ekspozycyjnej nie przekraczającej 2,5 m^2 w świetle powyższego postuluję dopuszczenie stosowania wyświetlaczy dla każdego z typu urządzeń reklamowych zdefiniowanych w uchwale, dodatkowo rozważenie wprowadzenia możliwości zastosowania wyświetlaczy w konkretnych przestrzeniach miasta o powierzchni większej niż 18.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały nie pomija technologii cyfrowych i eliminuje wyświetlaczy z przestrzeni publicznej. Niemniej, kryterium, na którym mogą opierać się przesądzenia projektu Uchwały, są wymogi ładu przestrzennego, nie zaś dostępne możliwości technologiczne. Ruchome obrazy stanowią bardzo intensywny bodziec wizualny, który negatywnie wpływa zarówno na ład przestrzenny w krajobrazie miasta, jak i na bezpieczeństwo ruchu. Liczne, agresywne wizualnie i niekorzystne dla bezpieczeństwa ruchu wyświetlacze, usytuowane na terenie m.st. Warszawy, wskazują, że przepisy ustawy o drogach publicznych są w stanie efektywnie kontrolować parametry bezpieczeństwa jedynie tych nośników reklamowych, które są sytuowane na terenie pasa drogowego. Proponowane, radykalne zwiększenie dopuszczalnych formatów wyświetlaczy byłoby niekorzystne z punktu widzenia ładu przestrzennego. Należy podkreślić, że immanentnymi cechami tego typu nośników jest silna wizualna ingerencja w krajobraz, możliwy do wywołania u obserwatora dyskomfort i negatywny wpływ tego typu instalacji na bezpieczeństwo ruchu.
	23.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **poszczególne postanowienia uchwały dają monopol na działanie niektórych z firm** § 8 pkt 2 lit, c), § 10 pkt 1, pkt 4, pkt 6 pkt 7 uchwały uprzywilejowanie reklam w metrze, w wejściach do metra, na wiatach przystankowych, na słupach ogłoszeniowo-reklamowych - spółki reklamowe posiadające umowy zawarte z miastem oraz samo miasto, które po zakończeniu umów przejmie lokalizacje § 4 pkt 2 uchwały uprzywilejowanie w zakresie stosowani szyldów zmiennych jedynie dla stacji benzynowych oraz miejsc parkingowych postulat weryfikacji oraz zmiany zapisów uchwały tak aby nie uprzywilejowywała ona w żadnym zakresie pod kątem podmiotowym, co jest niezgodne z upoważnieniem ustawowym oraz kwalifikuje się jako praktyka nieuczciwej konkurencji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia, na czym miałby polegać monopol, tj. uniemożliwienie prowadzenia danej działalności przez konkurencyjne podmioty, na wskazanych polach działalności. Operowanie nośnikami reklamowymi, wymienionymi w uwadze, prowadzone jest przez konkurujące ze sobą podmioty gospodarcze, a m.st. Warszawa nie posiada prawa do przejęcia tych nośników po wygaśnięciu ewentualnych umów czy decyzji administracyjnych. Dopuszczenie sytuowania wskazanych nośników w projekcie Uchwały wynika z wymogów ładu przestrzennego, tj. ich niewielkich rozmiarów, względnie niewielkiego wpływu na krajobraz, a nie z ich zróżnicowanej struktury własnościowej. Regulacje dotyczące szyldów o specyficznych cechach funkcjonalno-przestrzennych są zgodne z dyspozycją art. 37a ust. 2 i nie ustanawiają monopolu, bowiem

			są identyczne dla wszystkich podmiotów działających w tej samej branży.
	23.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **naruszenie konstytucyjnych zasad, w tym zasady praw nabytych** § 8 pkt 2 lit. a) uchwały dopuszczenie bez ograniczeń tablice reklamowa i urządzenia reklamowe które zostały usytuowane przed 1989 roku lub stanowią ich repliki w oryginalnej lokalizacji § 15 uchwały ogrodzenia istniejące w dniu wejścia w życie uchwały zwalnia się z obowiązku dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale uchwała pomija całkowicie kwestie związane z koniecznością zachowania praw nabytych do posadowionych legalnie, w oparciu o wymagane zgody nośników i tablic reklamowych, obiektów małej architektury.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Należy zatem wskazać, że regulacja dotycząca tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych przed 1989 r. posiada charakter jednoznacznie merytoryczny, chroniąc obiekty o unikalnych walorach stylistycznych i często zabytkowym charakterze, i nie odnosi się do ich statusu formalnego. Regulacja dotycząca obowiązku dostosowania ogrodzeń również nie odnosi się do ich statusu formalnego. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
Stowarzyszenie Ekoplanowanie	**24.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 2 **Treść uwagi:** Wnosimy o zmiany zapisu par. 10 pkt 2 Szczegółowe uzasadnienie i propozycję zmiany zawarto w Załączniku 1, który stanowi integralną część złożonej uwagi. **Załącznik 1 do złożonej uwagi do projektu uchwały krajobrazowej** W projekcie uchwały w rozdziale 3 10 pkt. 2) otrzymał następujące brzmienie: *2) na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 15 m2, pełniących funkcje handlowe i sytuowanych w pasach drogowych - do dwóch jednostronnych nośników reklamowych formatu małego*; Sama intencja powyższego zapisu jest słuszna - dopuszcza on sytuowanie nośników reklamowych tzw. „małego formatu” na obiektach handlowych. Dany zapis posiada jednak takie ograniczenia, że nie będzie wykorzystywany w pełni przez osoby prowadzące działalność handlową lub będzie wykorzystany w bardzo ograniczonym stopniu. Po pierwsze: ograniczenie powierzchni użytkowej dla obiektu handlowego jedynie do 15m2 nie ma żadnego racjonalnego uzasadnienia, ani też nie znajduje odniesienia w innych odrębnych przepisach. W zmieniających się warunkach gospodarczych prowadzenie racjonalnej polityki handlowo-magazynowej w punkcie sprzedaży determinuje posiadanie większej niż 15 m2 powierzchni handlowej. Handlowcy dążą do ograniczenia ilości dostaw (szczególnie w ciągu dnia) do minimum co determinuje posiadanie większej powierzchni magazynowej. W samej Warszawie jest wiele pawilonów, a nawet kiosków, czy	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis uznano za nadmiernie restrykcyjny – limit powierzchni użytkowej obiektu podniesiono do 30 m^2, usunięto ograniczenie lokalizacji do pasa drogowego. Wprowadzono zapis wymuszający identyczną formę obu nośników oraz zabraniający przesłaniania otworów okiennych i drzwiowych.

		saloników prasowych w pawilonach wolnostojących, których powierzchnia użytkowa przekracza 2025m2. Ograniczenie możliwości umieszczenia nośników reklamowych małego formatu, z których handlowcy mogą czerpać dochody, do tak małych obiektów (15m2 powierzchni obiektu budowlanego) jest nieuzasadnione. Poniżej załączamy zapis dotyczący podobnego zagadnienia z projektu krakowskiej uchwały krajobrazowej, gdzie miasto Kraków w §12, określiło obiekt typu kiosk jako obiekt do wielkości 35m2: *§ 12. Dopuszcza się sytuowanie panelu reklamowego:* *1) w wiatach przystankowych komunikacji miejskiej nie więcej niż dwóch paneli reklamowych, a dla wiat składających się z min. sześciu segmentów ściany tylnej — trzech paneli reklamowych;* *2) w przejściach podziemnych, w odległości pomiędzy panelami co najmniej 2 m;* *3) na wolnostojących obiektach budowlanych o powierzchni zabudowy do 35 m2 takich jak: kiosk, toaleta — w liczbie jeden. z wyłączeniem takich obiektów budowlanych zlokalizowanych w Podobszarze 1 III Strefy.* Wnosimy zatem o zwiększenie powierzchni użytkowej dla obiektu budowlanego w tym tymczasowego obiektu budowlanego w warszawskim projekcie "uchwały krajobrazowej ” do 35m2. Ponadto wskazujemy, że w komentowanym projekcie przepisu zabrakło podstawowej kwestii — kwestii parametrów estetycznych nośników reklamowych np.: wymogu aby oba nośniki reklamowe były jednakowe (o takich samych wymiarach i wykonane z tych samych materiałów), jak również nie zasłaniające witryn i drzwi obiektu handlowego. Po drugie: ograniczanie umiejscowienia obiektu handlowego jedynie do pasa drogowego (ograniczenie ze względu na strukturę własnościową) również nie ma żadnego racjonalnego uzasadnienia ani nie znajduje odzwierciedlenia w przepisach odrębnych. Taki wymóg jest nieuzasadnionym dyskryminowaniem przedsiębiorców, dzieląc ich na tych którzy prowadzą punkty handlowe w pasie drogowym i na tych którzy prowadzą punkty handlowe poza pasem drogowym i również może prowadzić do nieuczciwej konkurencji. Jeśli intencją prawodawcy jest dopuszczenie do umieszczania nośników reklamowych tzw. „małego formatu” na pawilonach handlowych, to należy umożliwić skorzystanie z przepisu innym przedsiębiorcom prowadzącym punkty handlowe także poza pasem drogowym, a nie ograniczać się jedynie do pasa drogowego (w którym istnieje ryzyko że opłaty reklamowe będą podwójne - opłata dla zarządcy drogi za zajęcie pasa drogowego za tzw. nadwieszenie oraz opłata wynikająca z tzw. uchwały krajobrazowej - co może spowodować i tak nieopłacalność takich działań). Proszę zwrócić uwagę, że nośniki reklamowe formatu małego właśnie ze względu na ich wielkość są przede wszystkim skierowane do odbiorcy pieszego ewentualnie rowerzystów. Dlatego co do zasady wyznaczanie obszaru na którym możliwe byłoby sytuowanie nośników formatu małego i ograniczanie go jedynie do pasa drogowego jest nieuzasadnione. Bardziej właściwym byłoby warunkowanie ich sytuowania od odległości od ciągów pieszych i/lub ścieżek rowerowych. W związku z powyższym wnioskujemy o wykreślenie zapisu zawężającego możliwość sytuowania nośników reklamowych małego formatu na obiektach budowlanych jedynie w pasie drogowym, a tym samym usunięcie zapisu powodującego nierówne traktowanie przedsiębiorców. Poniżej przedstawiamy dwie alternatywne propozycje projektowanego przepisu, niwelujące ryzyka, o których była mowa powyżej: § 10. pkt 2) 2) na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 35 m2, pełniących funkcje handlowe i usytuowanych poza obszarami wpisanymi do rejestru zabytków lub ujętymi w ewidencji zabytków — do dwóch jednakowych, sytuowanych pionowo, jednostronnych nośników reklamowych formatu małego. lub zapis określający obszar podobny jak dla nośników reklamowych wolnostojących: 2) na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 35 m2, pełniących funkcje handlowe, usytuowanych poza obszarami wpisanymi do rejestru zabytków lub ujętymi w ewidencji zabytków, wzdłuż ulic lub ich odcinków opisanych w Załączniku nr 1 i wskazanych w Załączniku graficznym nr 1, w maksymalnej odległości 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych oraz 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg; — do dwóch jednakowych, sytuowanych pionowo, jednostronnych nośników reklamowych formatu małego.	
Gmina Wyznaniowa Żydowska w Warszawie	**25.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 13 ust. 1 pkt i 2 **Treść uwagi:**	Uwaga częściowo nieuwzględniona

		W ostatnich latach społeczność żydowska stała się ofiarą śmiertelnych ataków w Tuluzie, Brukseli, Paryżu i Kopenhadze, a w październiku tego roku także w Pittsburghu. Zamachy terrorystyczne oraz fizyczna i werbalna przemoc skierowane przeciwko społecznościom żydowskim w Europie świadczą o potrzebie nie tylko walki z antysemityzmem, ale również o konieczności intensyfikacji wysiłków na rzecz ich bezpieczeństwa. Siedziba Gminy Wyznaniowej Żydowskiej wraz z Synagogą im. Nożyków w Warszawie skupiają lokalną wspólnotę żydowską wraz z jej życiem religijnym i kulturalno-społecznym. Miejsce to jest odwiedzane przez około 2000 turystów w skali miesiąca. Gmina Żydowska dba o bezpieczeństwo swoich członków, pracowników i gości. Do dziś sama ponosi koszty zabezpieczenia obiektów i ochrony życia i zdrowia ludzi. Udział Państwa Polskiego to patrole Policji i jej obecność podczas świąt i wydarzeń organizowanych przez Gminę Żydowską. W związku z powyższym **wnioskujemy o możliwość postawienia wokół naszej nieruchomości przy ul. Twardej 6 nieprzeziernego ogrodzenia o wysokości 3 metrów**. Rozwiązanie to umożliwi kontrolę dostępu i ruchu turystycznego wraz z jego ograniczeniem podczas świąt żydowskich i innych wydarzeń organizowanych wyłącznie dla społeczności. Jednocześnie możemy zapewnić, że forma architektoniczna ogrodzenia będzie wysokiej jakości - dopasowana do architektury planowanej nowej siedziby Gminy i organizacji żydowskich, autorstwa pracowni JEMS Architekci. Planowane ogrodzenie wykonane będzie z materiałów o wysokim standardzie jakościowym, z wykluczeniem prefabrykowanych płyt betonowych, blach fałdowych czy poliwęglanu. Nie będzie też zawierało ostro zakończonych elementów szklanych bądź ceramicznych. **Uwagi szczegółowe:** 1) W § 13 ust. 1 pkt i 2 dodanie sformułowania: 1) dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń wyłącznie wzdłuż linii rozgraniczających **lub granic działek**; 2) w sytuacji braku danych, pozwalających na ustalenie docelowego przebiegu linii rozgraniczających lub **granic działek**, miejsc sytuowania ogrodzeń nie określa się. **Uzasadnienie:** projekt uchwały nie definiuje „linii rozgraniczających”, a jeśli chodzi o linie rozgraniczające z planów miejscowych, to można się do nich odnosić tylko na terenach, gdzie takie plany obowiązują — a jest to mniejszość w skali całego miasta. 2) W § 13 ust. 2 nie określono jaki rodzaj ogrodzenia należy stosować pomiędzy różnymi rodzajami obiektów wyliczonych w tym przepisie. Gmina nie może sobie pozwolić na ogrodzenie o stopniu ażurowości równym lub większym niż 70% od strony boiska zlokalizowanego na dz. ew. nr 9 z obrębu 5-03-06, które jest miejscem publicznym. Proponujemy wprowadzić przepis kolizyjny o treści: **Na granicach terenów obiektów wskazanych w 13 ust. 2 uchwały dopuszcza się lokalizację ogrodzeń wedle ustaleń korzystniejszych dla dysponenta danego terenu.** Jednocześnie prosimy o **wyłączenie nieruchomości Gminy Wyznaniowej Żydowskiej przy ul. Twardej 6 ew. działek ew. nr 11/1 i 11/2 z obrębu 5-03-06 spod rygorów § 13 ust. 2, tak aby umożliwić otoczenie obu działek ew. nr 11/1 i 11/2 z obrębu 5-03-06 trzymetrowym pełnym ogrodzeniem**. 3) Ustaleń § 13 ust. 6 pkt 2 nie stosuje się do nieruchomości Gminy Wyznaniowej Żydowskiej przy ul. Twardej 6 ew. dla działek ew. nr 1 1/1 i 1 1/2 z obrębu 5-03-06. **Uzasadnienie:** przez teren Gminy między ul. Grzybowską a Twardą przebiega ciąg pieszy, który może zostać wyznaczony w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego rejonu pl. Grzybowskiego, a który ze względów bezpieczeństwa powinien być zamykany na noc i na czas uroczystości żydowskich. Ustaleń § 13 ust. 7 nie stosuje się do nieruchomości Gminy Wyznaniowej Żydowskiej przy ul. Twardej 6 ew. dla działek ew. nr 1 1/1 i 1 1/2 z obrębu 5-03-06. **Uzasadnienie:** projekt kwalifikuje nieruchomość Gminy do terenów istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej, powstałej pierwotnie w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli, opisanych w Załączniku nr 1, tj. Osiedla Za Żelazną Bramą, które powstało po Synagodze Nożyków i którego częścią Synagoga nie jest. Powyższa kwalifikacja uniemożliwia ogrodzenie terenu Gminy od strony osiedlowej zieleni zlokalizowanej między ul. Grzybowską a budynkiem Synagogi.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga trafnie wskazuje na niedookreślenie pojęcia linii rozgraniczających – przeredagowano zapis § 13 ust. 1 pkt 1. Skala zakresu regulacji uchwały nie pozwala na wprowadzanie rozwiązań dla pojedynczych nieruchomości bądź podmiotów; precedens taki zaburzałby również zasadę równego traktowania podmiotów przez przeznaczoną do ogólnego stosowania normę prawną. Ponadto, synagogę należy uznać jako świadomie pozostawiony, historyczny element całości kompozycyjnej osiedla Za Żelazną Bramą. Ogrodzenie działek 11/1 i 11/2 utrwalałoby przypadkowe podziały własnościowe, zaburzając otwarty układ zabudowy i uniemożliwiając wytworzenie prawidłowych ciągów komunikacji publicznej, w tym przestrzeni publicznej między synagogą a planowanym domem kultury. Jednocześnie należy wskazać, że zapisy uchwały nie będą w zakresie swojej regulacji nadrzędne wobec ewentualnych obowiązków wynikających z przepisów odrębnych.
News Media Polska Sp. z o.o.	**26.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Spółka News Media Polska Sp. z o.o. jest firmą działającą na rynku reklamy zewnętrznej. W ramach prowadzonej działalności, spółka współpracuje przede wszystkim z właścicielami budynków oraz innych nieruchomości, którzy dochód z najmu przede wszystkim wykorzystują na cele remontowe. W konsekwencji powyższego, szczególną uwagę przy zapoznaniu się z projektem uchwały zwróciliśmy uwagę na kwestię związane z możliwością eksponowania nośników na tych terenach oraz na	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu

		dopuszczalne formy. Pragniemy podnieść zarzut, że wprowadzenie zapisów ograniczających czas eksponowania reklam tzw. remontowych wyłącznie do 9 miesięcy w każdych 5 latach, sposób oraz zakres ich eksponowania (jedynie na rusztowaniach i jedynie w zw. z pracami na elewacji, powierzchnie nie mniejszą niż 20% ale też nie większa niż 30% łącznej powierzchni siatki) - § 10 pkt 3 uchwały reklamowej powoduje, iż dla spółek reklamowych będzie to nie opłacalne. W konsekwencji czego będą rezygnowały z tych inwestycji, a właściciele nieruchomości nie pozyskają źródła dochodu, który w znacznej części a bardzo często w całości przeznaczają na remont nieruchomości. W ocenie spółki, należy tutaj rozważyć kwestię rozszerzenia czasu ekspozycji reklamy na cały okres trwania prac oraz możliwości eksponowania reklamy na znacznie większej powierzchni siatki niż obecnie wskazania.	jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Przepis dopuszcza umieszczanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których prowadzone są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku, czyli rusztowaniach roboczych, ochronnych lub systemowych, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 6 lutego 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy podczas wykonywania robót budowlanych. Stosowanie rusztowań jest obowiązkowe podczas wykonywania robót murarskich i tynkarskich na wysokości powyżej 1 m. Do zabezpieczeń stanowisk pracy na wysokości służą również siatki ochronne i siatki bezpieczeństwa. Okna lokali mieszkalnych są przesłonięte podczas prowadzonych prac remontowych, w związku z czym projekt uchwały przewiduje możliwość umieszczenia na siatkach ochronnych i zabezpieczających nadruku reklamowego. Remont innych części budynku, np. klatek schodowych lub piwnic, nie wymaga rozstawienia rusztowań przy elewacji, w związku z czym nie istnieje konstrukcja, na której siatka reklamowa mogłaby zostać rozpięta. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków mieszkalnych na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	26.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Niezrozumiałym dla spółki jest pominięcie przez uchwałodawcę praw nabytych i ograniczenie się w tym zakresie wyłącznie do pozostawienia reklam sprzed 1989 roku. Wyjaśnić należy, iż wiele reklam w przestrzeni publicznej miasta stołecznego Warszawy funkcjonuje w oparciu o skutecznie dokonane zgłoszenia lub uzyskanego pozwolenia na budowę. Przeprowadzenie tych procedur wiąże się z oceną przez właściwy organ możliwości posadowienia danego nośnika na danym terenie — a tym samym weryfikacją istniejącej zabudowy w danej okolicy. W konsekwencji powyższego nie sposób przyjąć, że obecnie legalne nośniki nie wpisując się w założenia uchwały reklamowej, a Więc poprawę wyglądu krajobrazu. W ocenie spółki przeprowadzenie audytu w zakresie istniejących reklam i ich legalności, wyeliminowanie tych nielegalnych — przyczyniłoby się do poprawy wyglądu przestrzeni publicznej Warszawy. W związku z tym zasadnym jest wprowadzenie odpowiednich zapisów, wyłączających konieczność dostosowania legalnych reklam posadowionych przed wejściem w życie uchwały do jej postanowień.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Należy zatem wskazać, że regulacja dotycząca tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych przed 1989 r. posiada charakter jednoznacznie merytoryczny, chroniąc obiekty o unikalnych walorach stylistycznych i często zabytkowym charakterze, i nie odnosi się do ich statusu formalnego. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ

			administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
	26.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Analiza postanowień uchwały prowadzi do wniosku, że jej postanowienia mają na celu ochronę interesów nieznacznej grupy podmiotów działających na terenie Warszawy (monopolizację rynku), po poprzez przyzwolenie na montaż nośników o nieznacznych rozmiarach, dopuszczenie wyświetlaczy tylko jako urządzeń reklamowych formatu małego. Zasadnym jest ponowne przeanalizowanie zapisów uchwały i wprowadzenie zmian w takim zakresie, aby dawały możliwość eksponowania reklam na zasadzie konkurencyjności a nie wyłączności.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia, na czym miałby polegać monopol, tj. uniemożliwienie prowadzenia danej działalności przez konkurencyjne podmioty, na wskazanych polach działalności.
	26.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała w obecnym kształcie, ogranicza rozwój nowych technologii — pojęcie wyświetlacza (§ 2 pkt 37) nie dopuszcza w ogóle obrazu ruchomego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga niejasna. Uchwała, zgodnie z dyspozycją ustawową, nie ingeruje w rozwój technologii, a jedynie ogranicza sposoby ich stosowania dla celów reklamowych w przestrzeni publicznej z uwagi na uwarunkowania ładu przestrzennego.
	26.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Budzą nasze zastrzeżenia postanowienia uchwały niejasne, niespójne, nieostre tak jak np. w zakresie dopuszczalności lokalizowania ogrodzeń (§ 13), które w obecnym kształcie uniemożliwiają jasne odczytanie zapisów uchwały i ich interpretację.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie określa, jaki konkretnie przepis jest niejasny, niespójny bądź nieostry, i na czym opiera się taka ocena.
Inwest Pro Sp. z o.o.	**27.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W związku z trwającymi do 3 grudnia br. konsultacjami społecznymi dotyczącymi projektu uchwały Rady m.st. Warszawy w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń zwracamy uwagę na przepisy, które naszym zdaniem powinny zostać zmienione lub uchylone. Wśród przepisów znajdujących się w uchwale znajdują się też takie, które muszą zostać doprecyzowane z uwagi na zbyt duży aspekt niedookreśloności, pozostawiający organowi stosującemu uchwałę na uznaniowość w traktowaniu osób fizycznych i prawnych, których uchwała dotyczy. Z drugiej strony nie można nie zauważyć bardziej przychylnego potraktowania niektórych firm, poprzez doprecyzowanie części przepisów uchwały w ten sposób, by pasowały do nośników reklamowych i miejsc do tych film należących. Zgodnie z zapowiedziami, uchwała miała zadbać o wprowadzenie porządku w mieście, o jego estetykę. Podczas analizy projektu rzuca się w oczy to, że bardzo restrykcyjnie zostały potraktowane reklamy, w przypadku szyldów aspekt estetyczny nie stawiany już tak rygorystycznie. Co więcej ogrodzenia postawione przed wejściem w życie uchwały, nawet jeśli są brzydkie mogą pozostać, natomiast postawione zgodnie z prawem nośniki reklamowe powinny zostać zdemontowane w ciągu 2 lat od wejścia w życie uchwały (szyldy - 3 lat, a obiekty małej architektury - 5 lat). Wyjątkiem są szyldy, tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, które zostały usytuowane przed 1989 r. lub stanowią ich repliki w oryginalnej lokalizacji. Twórcy uchwały nie wzięli pod uwagę kosztów jakie czekają na przedsiębiorców z branży reklamowej w związku z tym, że projektowana uchwała w sposób drastyczny ograniczy ich prawa. Zapomnieli również o wspólnotach mieszkaniowych, spółdzielniach i mieszkańcach budynków, którzy korzystali z zamieszczanych na nieruchomościach reklam. Zmiany miały być podyktowane troską o estetykę, ładny wygląd miasta, jednak po lekturze uchwały widać, że ten cel wcale nie zostanie zrealizowany. Uchwała godzi w zagwarantowane w Konstytucji prawo własności i odbiera uprawnienia nabyte na podstawie obowiązującego prawa - co musi budzić zdecydowany sprzeciw ich posiadaczy. Przepisy	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych

		uchwały uderzają w wolność prowadzenia działalności gospodarczej i zniechęcają do inwestowania.	w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne. Należy podkreślić, że cel i dyspozycja ustawowa Uchwały jako aktu prawa miejscowego opiera się na realizacji interesu publicznego poprzez uzyskanie długoterminowych korzyści ogólnospołecznych i gospodarczych. Celem tym jest przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych. Prawo miejscowe jest jednym z licznych aktów prawnych wpływających na warunki prowadzenia działalności gospodarczej, zaś ryzyko zmiany otoczenia prawnego stanowi standardowy element funkcjonowania przedsiębiorstw. Ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	27.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 11, 12 i 13 **Treść uwagi:** Uchwała wprowadza definicje nośników reklamowych formatu dużego, małego i średniego - jednak definiowane są one nie tylko odpowiednimi wymiarami, wprowadzone zostały dodatkowe zmienne, co wprowadza niejasności związane z określaniem, do której grupy należy zakwalifikować konkretny nośnik.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dodatkowe cechy określające dopuszczalne rozwiązania dla poszczególnych typów urządzeń reklamowych i tablic reklamowych wprowadzone zostały z uwagi na bardzo szeroki wachlarz możliwych do zastosowania rozwiązań technicznych i służą ich dostosowaniu do wymogów ładu przestrzennego. Definicje poszczególnych typów nośników w jednoznaczny sposób określają zestaw cech, które powinny spełniać dopuszczone do sytuowania nośniki.
	27.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 14 **Treść uwagi:** W tym przepisie ochrona konserwatorska została naszym zdaniem niezgodnie z przepisami wyższego rzędu rozszerzona na nieruchomości, na których znajdują się obiekty budowlane, obszary, zespoły budowlane i układy urbanistyczne wpisane do rejestru zabytków bądź ujęte w gminnej ewidencji zabytków.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest sprzeczności definicji obiektu ochrony konserwatorskiej z ustawą. Nie stanowi ona niedopuszczalnej modyfikacji definicji zawartej w ustawie, lecz jest nowym pojęciem, stworzonym wraz z wieloma innymi pojęciami w związku ze specyficznymi potrzebami merytorycznymi projektowanego aktu prawa miejscowego, jedynie posługującym się w treści definicji istniejącymi definicjami ustawowymi i nierozciągającym zakresu ochrony służby konserwatorskiej na nowe obiekty. Zastosowanie tego pojęcia w projekcie uchwały zostało uzgodnione w trybie przewidzianym w art. 37b ust. 2 pkt 4) ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z Mazowieckim Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków.
	27.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 23-32 **Treść uwagi:** W przypadku definicji szyldów, nie we wszystkich przypadkach można dokładnie określić do jakie grupy należy dany szyld.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie wskazuje, jaki przykład szyldu budzi wątpliwości w świetle definicji zawartych w projekcie Uchwały lub jaka definicja, zawarta w projekcie Uchwały, jest wadliwa.

	27.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 37 **Treść uwagi:** Wprowadza zakaz reklamy wideo - dlaczego? Przecież taka reklama jest bardzo estetyczna i nowoczesna.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Reklamy w postaci wyświetlaczy szczególnie silnie ingerują w swoje otoczenie. Ruchome obrazy stanowią dodatkowo bardzo intensywny bodziec wizualny, który negatywnie wpływa zarówno na ład przestrzenny w krajobrazie miasta, jak i na bezpieczeństwo ruchu.
	27.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 2 **Treść uwagi:** Dopuszcza sytuowanie szyldów zmiennych wyłącznie jako cenniki stacji paliw lub informację o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych - czy Rada Gminy posiada ustawowe uprawnienia do wprowadzania takich ograniczeń? Na jakiej podstawie?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis jest zgodny z art. 37a ust. 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	27.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 3 **Treść uwagi:** Tym przepisem twórcy uchwały dowodzą, że 10 szyldów zamieszczonych na nieruchomości tylko przez jednego przedsiębiorcę, nie zaburza estetyki miasta. To nie wszystko, jeśli szyldy są niewidoczne z pasów drogowych nieruchomość może być upstrzona większą liczbą szyldów przez jednego przedsiębiorcę.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Liczba szyldów umieszczonych na nieruchomości jest czynnikiem, który nie wpływa w zasadniczy sposób na ład przestrzenny – do kluczowych parametrów należą ich wielkość, forma i lokalizacja. Określenie liczby szyldów jest jednak wymogiem art. 37a ust. 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Dla większości podmiotów usytuowanie dużej liczby szyldów na nieruchomości nie będzie w praktyce możliwe z uwagi na inne ograniczenia lokalizacyjne, definiowane w projekcie Uchwały.
	27.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 8 pkt 2) lit. b, d **Treść uwagi:** Przepis ten faworyzuje skarb państwa i jednostki samorządu terytorialnego - reklam na potrzeby wydarzeń sportowych, kulturalnych bądź społecznych mogą być sytuowane tylko na ich terenie. Podobnie punkt d. - można umieszczać tablice reklamowe informujące o inwestycjach prowadzonych ze środków publicznych.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis dotyczący wydarzeń i imprez gruntownie przeredagowano, usunięto ograniczenie do terenów dostępnych publicznie przy wprowadzeniu innych ograniczeń przedmiotowych. Informacja o inwestycjach z udziałem środków publicznych jest specyficznym typem informacji, który nie posiada charakteru komercyjnego i dotyczy ograniczonej liczby dóbr ogólnodostępnych. Za możliwością jej rozpowszechniania przemawia ważny interes publiczny, co uzasadnia wprowadzenie w tym wypadku odmiennych rozwiązań, niż w przypadku działalności podmiotów promujących nieograniczoną ilość odpłatnych towarów i usług.
	27.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 3 lit. b) **Treść uwagi:** Przepis ten skomplikuje życie administratorom i właścicielom remontowanych budynków, ograniczając zamieszczenie siatki reklamowej do maksymalnie 9 miesięcy. Ponowne usytuowanie siatki na rusztowaniach, z których wykonywane są prace na elewacji danego budynku, możliwe jest po okresie 5 lat. Obecnie remonty trwają często dłużej niż 9 miesięcy - ograniczy to budżety przeznaczane na remonty kamienic.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych

			nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków mieszkalnych na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	27.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 pkt 2 **Treść uwagi:** Brakuje zasad określenia pierwszeństwa w zakresie sytuowania reklam przy drogach, może powstać chaos reklamowy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zasady postępowania w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały określa § 16 projektu Uchwały. W przypadku sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych po wejściu w życie Uchwały, odpowiedzialność za przestrzeganie przepisów dotyczących odległości od innych nośników reklamowych spada każdorazowo na inwestora.
	27.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 14 **Treść uwagi:** Przepisy przejściowe wprowadzają różne terminy dla 1) szyldów — 3 lata od wejścia w życie Uchwały; 2) pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych — 2 lata od wejścia w życie Uchwały; 3) obiektów małej architektury — 5 lat od wejścia w życie Uchwały.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis realizuje dyspozycję art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym i jest uzasadniony odrębną specyfiką poszczególnych grup obiektów regulowanych przepisami Uchwały.
A.P.	**28.6.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 3 **Treść uwagi:** Dopuszczalna liczba szyldów na jeden podmiot jest zbyt niska, ponieważ każde, nawet małe logo może zostać uznane za osobny szyld, co będzie stanowić problem funkcjonalny w wypadku dużych obiektów handlowych, stacji benzynowych itp. Wydaje się, że bezpieczną wartością jest 30 sztuk na podmiot. Jednocześnie mówiący o tym § 4 pkt 3 wymaga korekty stylistycznej — mówi np. o „dopuszczalnej maksymalnej łącznej" liczbie szyldów (samopowtórzenie) i „zachowaniu" ograniczeń (proponuję: „wzięciu pod uwagę").	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga trafnie wskazuje na możliwość nieprzewidzianej niezgodności sposobu zagospodarowania większych nieruchomości z zapisami uchwały. Uwagę uwzględnia się jednak tylko w zakresie 20 sztuk na podmiot.
	28.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 1 pkt 2 **Treść uwagi:** Przepis dotyczący sytuowania szyldów pomiędzy polami szyldowymi jest skomplikowany i nadmiernie restrykcyjny. Proszę o zwiększenie dopuszczalnej odległości między polami szyldowymi do 3 m, a także o dopuszczenie sytuowania szyldów między polem szyldowym a krawędzią elewacji.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga trafnie wskazuje na restrykcyjność przepisu, jednak z uwagi na uwarunkowania kompozycyjne elewacji została uwzględniona jedynie w odniesieniu do takich przerw pomiędzy polami szyldowymi, które nie przekraczają 2 m długości.
	28.27.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 7 ust. 1 pkt 1, § 7 ust. 2 **Treść uwagi:** § 7 ust. 1 pkt 1: zapis jest zbyt restrykcyjny — przy ograniczonych rozmiarach wolnostojący szyld nie musi negatywnie wpływać na przestrzeń. Należy zrezygnować z tego zapisu lub w istotny sposób złagodzić jego warunki. Zbyt restrykcyjne są także ograniczenia gabarytów szyldów wolnostojących, określane w § 7 ust. 2 - konieczna jest ponowna analiza tego zagadnienia.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga trafnie wskazuje na nadmierną restrykcyjność przepisu dotyczącego odległości szyldu od terenu dostępnego publicznie – zmniejszono ją do 15 m.
	28.28.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:**	Uwaga częściowo nieuwzględniona

		§ 7 ust 1 i 2 **Treść uwagi:** Oba ustępy powinny zostać połączone. Podział przepisu na dwa ustępy pod kątem wskazań lokalizacyjnych i wskazań dotyczących formy jest nieprzejrzysty i nie znajduje analogii w innych zapisach dokumentu.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga trafnie wskazuje na duży stopień komplikacji przepisu. Nie połączono ustępów, jednak uproszczono ich redakcję.
	28.29.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała w wielu miejscach posługuje się parametrem powierzchni sprzedaży w budynku. Należy zweryfikować, czy właściwszym parametrem nie byłaby np. powierzchnia zabudowy, kubatura albo inna wielkość, która na etapie egzekucji może zostać zweryfikowana w łatwiejszy sposób.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wątpliwości wskazane w uwadze należy uznać za zasadne. Dla wielkich obiektów handlowo-usługowych, w celu umożliwienia bardziej miarodajnej weryfikacji kryterium i poszerzenia grupy kwalifikujących się do kryterium obiektów, adekwatnie do ich pokrewieństwa w zakresie typologii urbanistycznej, do projektu Uchwały wprowadzono pojęcie powierzchni użytkowej handlu i usług.
Atrium Poland Real Estate Management Sp. z o.o.	**29.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Na wstępie pragnę podkreślić, że Spółka dostrzega potrzebę uchwalenia tzw. uchwały krajobrazowej dla m.st. Warszawy, a także rozumie jak trudne, a jednocześnie potrzebne jest to zadanie przy tak rozległej gminie. Wyrazić należy uznanie za dostrzeżenie wielu problemów związanych z sytuowaniem reklam w Warszawie, jak przesłanianie nośnikami reklamowymi okien skutkujące odcięciem światła do pomieszczeń, w których przebywają ludzie, nadmierne zagęszczenie nośników wolnostojących czy lokalizowanie nośników reklamowych na obszarach ochrony konserwatorskiej. Jednocześnie drobiazgowa lektura projektu uchwały prowadzi do wniosku, że projekt uchwały skupiony był niemal wyłącznie na obiektach mieszkaniowych czy biurowo usługowych, ewentualnie mniejszych formach obiektów, w których lokalizowane są instytucje czy sklepy ok. 1000 m^2 powierzchni sprzedaży, a więc raczej sklepy osiedlowe, ale nie uwzględnia specyfiki funkcjonowania obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m^2 w (dalszej części jako: wielkopowierzchniowe obiekty handlowe lub handlowo-usługowe). W przeważającej części postanowienia uchwały skonstruowane zostały z myślą raczej o małych lokalnych obiektach handlowych, położonych w parterach obiektów mieszkaniowych czy biurowych, ale będą miały zastosowanie w równym stopniu do galerii handlowych. Ze względu na dużą rozbieżność w wyglądzie i sposobie funkcjonowania tych obiektów trudno jest przygotować postanowienia uchwały, tak aby jednocześnie można je było zastosować do osiedlowego szewca czy centrum handlowego o powierzchni sprzedaży powyżej 10 000 czy 20 000 m^2 . W treści uchwały widać co prawda próby odniesienia się także do obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m2 jednakże ostateczny kształt uchwały pokazuje, że wiele aspektów działalności galerii handlowych nie zostało wzięte pod uwagę. . Mając na względzie szczególny charakter wielkopowierzchniowych obiektów handlowych **wnoszę o wydzielenie 4 strefy, która obejmie obszar, na którym zlokalizowane są istniejące obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m^2 oraz wskazane w Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania dla m.st. Warszawy obszary, na których mogą być one sytuowane. (Uwaga ogólna nr 1)** Zgodnie z art. 37a ust 5 i 6 5. Uchwała ustalająca 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, tzw. uchwała krajobrazowa, dotyczy całego obszaru gminy, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu, a także może przewidywać różne regulacje dla różnych obszarów gminy określając w sposób jednoznaczny granice tych obszarów. Wydzielenie odrębnej 4 strefy nie spowoduje, że obszar ten zostanie wyjęty z działania uchwały, a zatem w dalszym ciągu cały obszar gminy, z wyjątkiem obszarów wskazanych w ustawie, będzie objęty uchwałą. Jednocześnie wprowadzenie odrębnej strefy pozwoli na ustalenie zasad i warunków, które reguluje uchwała w sposób bardziej adekwatny, dopasowany do sposobu funkcjonowania reklam i szyldów w obszarze wielkopowierzchniowych obiektów handlowych.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Obszary „A”, „B” i „C”, wydzielone w projekcie Uchwały na terenie m.st. Warszawy, opierają się na przesądzeniach studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy i dotyczą przekrojowych, generalnych cech urbanistyczno-funkcjonalnych krajobrazu miasta. Tworzenie oddzielnego obszaru wyłącznie dla jednego typu podmiotów zaburzałoby ideę tego rozwiązania i stanowiłoby rozwiązanie wątpliwe pod względem logicznym i prawnym. Z tych samych powodów brak jest przesłanek, by z zapisów projektu Uchwały wyłączać w ogóle jeden typ podmiotów gospodarczych, bądź ustanawiać dla niego oddzielny okres dostosowania do zapisów Uchwały. Słusznie przywołany w uwadze fakt odrębności typologicznej formy architektonicznej danego typu podmiotów znajduje odzwierciedlenie w poszczególnych przepisach merytorycznych projektu Uchwały, i do nich powinny być kierowane ewentualne, konkretne uwagi.

		Celem uwagi nie jest spowodowanie, by postanowienia uchwały sankcjonowały stan istniejący. Spółka ma świadomość i nie neguje potrzeby wprowadzenia zmian, jednakże najnowsze projekty galerii handlowych stanowią efekt znaczącego wysiłku, by ich wygląd i funkcjonowanie w przestrzeni było estetyczne i zachęcające nie tylko dla najemców, ale przede wszystkim dla klientów. Oznacza to, że wygląd obiektu jest szczegółowo zaplanowany z dużym wyprzedzeniem także w zakresie szyldów, tablic i urządzeń reklamowych, które często stanowią integralny element elewacji. W tym zakresie ma niebagatelne znaczenie dla inwestora, aby ich usytuowanie oraz wygląd były spójne architektonicznie dla całego obiektu oraz tworzyły pewnego rodzaju uporządkowany ład. **Analiza treści projektu uchwały prowadzi do wniosku, że wiele z pomysłów i rozwiązań stosowanych przez galerie handlowe przewidują nawet bardziej usystematyzowane i uproszczone rozwiązania, właśnie w celu zwiększenia poziomu estetyki obiektów niż proponowane w uchwale, jednakże są to rozwiązania które nie zostały dopuszczone w projekcie uchwały lub ich zastosowanie budzi poważne wątpliwości. W konsekwencji będą musiały zostać zmienione na bardziej rzucające się w oczy, krzykliwe czy na tańsze materiały - wymusi to bowiem uchwała i wycinkowy charakter zmian. Z pewnością nie taka intencja przyświecała autorom dokumentu.** Należy mieć także na uwadze, że działalność wielkopowierzchniowych obiektów handlowych nie ogranicza się już wyłącznie do wynajmowania lokali. Sprzedaż jest jednym z najistotniejszych elementów składających się na sukces marki nie tylko najemcy, ale także centrum handlowego, co wymaga wspólnego działania właścicieli obiektu i najemców. Dynamicznie rozwijająca się branża sprzedaży detalicznej wymaga od właścicieli nieruchomości i najemców ścisłej współpracy w tym także podniesienia standardu obiektów. Oznacza to, że poza powierzchnią, którą centrum handlowe może udostępnić istotny jest także projekt architektoniczny obiektu, jego tzw. design. Wymaga to dostosowania się do zmieniającej się rzeczywistości, dlatego nie wystarczy już postawić dużego obiektu o prostej, czy wręcz topornej architekturze, jak było to w latach 90-tych. Centra handlowe, te które chcą przetrwać na rynku, już tak nie wyglądają. Teraz centra handlowe inwestują w wysoki standard wykończenia, starają się wpisać w tkankę miejską nie tylko pod względem funkcjonalnym, ale też estetycznym, angażują się w działalność kulturalną. Wszystkie te działania mają na celu również promocję danego centrum handlowego, bowiem jest to warunek jego przetrwania i kontunuowania tej działalności. Promocja natomiast nie istnieje bez reklamy, która nierozerwalnie wpisana jest w działalność wielkopowierzchniowych obiektów handlowych i ich najemców. Nie jest to jednak reklama polegająca na chaotycznym przytwierdzaniu pstrokatych szyldów do prostokątnego beżowego budynku. Takiej reklamy nie akceptują już od dawna klienci, najemcy ani także centra handlowe. Podniesienie standardów dokonuje się zatem również w zakresie wyglądu elewacji budynków i powierzchni reklamowych. One także powinny wpisywać się w tkankę miejską, zachęcać do wejścia i spędzania czasu korzystając z oferty handlowej, ale też kulturalnej czy społecznej centrum handlowego. W odpowiedzi na takie oczekiwania podczas projektowania wielkopowierzchniowego obiektu handlowego istotny jest aspekt walorów architektonicznych elewacji. Jest to specyficzny rodzaj architektury, bowiem nie sposób zastosować prostego przełożenia z projektowania obiektów mieszkalnych czy biurowych. Galerie handlowe mają ograniczoną możliwość zapewnienia dostępu światła dziennego, dlatego oświetlone są zawsze światłem sztucznym, a elewacje raczej pozbawione są okien czy balkonów. Nie można mówić o rytmie otworów okiennych czy drzwiowych, a przeszklenia czy okna stosowane wyłącznie jako element dekoracyjny. To powoduje, że elewacje, jeśli nie zostaną odpowiednio zaprojektowane będą stanowiły pustą ślepą ścianę budynku. Ponadto, ze względu na odmienną organizację przestrzeni wewnątrz obiektu, przy projektowaniu nie wyodrębnia się na elewacji poszczególnych kondygnacji, które często nie pokrywają się z wysokością szklenia, nie jest ono bowiem traktowane jako witryna, ale jako część elewacji. W konsekwencji zastosowanie definicji strefy parteru, pola szyldowego czy witryny będzie poważnie utrudnione o ile w ogóle możliwe w przypadku wielu obiektów, a tym samym wszystkie postanowienia uchwały, które odnoszą się do tych pojęć (tj. niemal cała uchwała) także będą budziły liczne wątpliwości interpretacyjne. **W istocie w/w pojęcia należałoby zdefiniować na nowo w odniesieniu do wielopowierzchniowych obiektów handlowych lub doprecyzować, tak, aby możliwe było ich przełożenie na okoliczności faktyczne odnoszące się do tych obiektów. (Uwaga ogólna nr 2)** Co więcej, ze względu na specyfikę funkcjonowania galerii handlowych, która wciąż ściśle związana jest także z dostarczaniem powierzchni pod szyldy i reklamy, elewacja jest szczegółowo projektowana na etapie pozwolenia na budowę, w tym także w zakresie szyldów i reklam. Ze względu na co raz wyższy standard obiektów powoduje użycie wysokiej jakości materiałów, które mają wyodrębnić poszczególne	

		strefy, nadawać elewacji indywidualnego charakteru i podnosić ich walory architektoniczne. Takie projektowanie elewacji wymusza również zastosowanie rygorystycznych zasad w zakresie sytuowania reklam i szyldów. W konsekwencji z góry ustala się strefy sytuowania elementów reklamowych i sposób ich ekspozycji, tak aby ich odbiór był spójny z opracowaną koncepcją i nie zakłócał jej odbioru - stanowi pewne kompletne i przemyślane działo architekta/zespołu architektów. Mówiąc wprost, nie po to inwestuje się dzisiaj dodatkowe kilkanaście/kilkadziesiąt milionów złotych w architektoniczną kompozycję elewacji z materiałów o wysokiej jakości, żeby ją potem zakryć pstrokatymi szyldami i reklamami. Z drugiej strony mając na uwadze, że reklama jest nieodłącznym i koniecznym elementem funkcjonowania wielkopowierzchniowych obiektów handlowo-usługowych podczas projektowania elewacji uwzględnia się ją i aranżuje jako element elewacji. Wymusza to narzucenie pewnych zasad sytuowania reklam, zasad które dla zrealizowanych obiektów zostały już ustalone, ale nie zawsze będą spójne z projektem uchwały krajobrazowej. W opisanych okolicznościach utworzenie 4 strefy - która obejmie tereny lokalizacji wielkopowierzchniowych obiektów handlowych i handlowo-usługowych pozwoli na uwzględnienie szczególnej typologii i specyfiki funkcjonowania tego typu obiektów. W ocenie Spółki zasadnym byłoby przy tym stworzenie miejsca do dialogu z przedstawicielami podmiotów zarządzających galeriami handlowymi. W ten sposób organ przygotowujący projekt uchwały mógłby poznać punkt widzenia drugiej strony. Nie można bowiem tracić z pola widzenia faktu, że celem uchwały jest zapewnienie ładu przestrzennego i zwiększenie estetyki miasta. Cel ten jest wspólny dla obu stron, dlatego z pewnością możliwe jest także wypracowanie takich standardów sytuowania szyldów i reklam, które jednocześnie zapewnią realizację celu uchwały bez konieczności podejmowania prowizorycznych działań ze strony centrów handlowych. Działań będących reakcją na odgórne wprowadzenie zasad, które w efekcie wprowadzą chaos do uporządkowanej i zaplanowanej z wyprzedzeniem wizualnej aranżacji obiektu. . Alternatywnie rozważyć należy wprowadzenie postanowień, które pozwolą na wyłączenie stosowania poszczególnych postanowień uchwały lub całej uchwały w odniesieniu do wielkopowierzchniowych obiektów handlowych. Podkreślenia wymaga, że lokalizacja tego typu obiektów jest ściśle reglamentowana, bowiem wymaga uchwalenia miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego, zaś uchwalenie planu pozwalającego na zlokalizowanie wielkopowierzchniowego obiektu handlowego poprzedzone powinno być uwzględnieniem takiej inwestycji w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania gminy. Można zatem precyzyjnie policzyć ile obiektów na terenie gminy spełnia przesłanki uznania za wielkopowierzchniowe obiekty handlowe i nie będzie ich zbyt wiele, a zatem takie wyłącznie nie będzie stanowić istotnej ingerencji w przestrzeń miejską. Z drugiej strony teren obiektów handlowych jako miejsce skupiona na handlu w powszechnej opinii traktowane są jako naturalne miejsce sytuowania reklam i informowania o prowadzonej działalności. Szersze dopuszczenie reklam nie wzbudzi zatem większych emocji. Jednocześnie mając na uwadze, że sposób redakcji postanowień zawartych w projekcie uchwały nie uwzględnia specyfiki działania tego typu obiektów, o czym była mowa powyżej i co wszechstronnie zostało wskazane w uwagach szczegółowych, **wnoszę o wprowadzenie możliwości zastosowania wyłączenia stosowania uchwały w szczególnie uzasadnionych przypadkach np. w odniesieniu do obiektów handlowych, o powierzchni sprzedaży powyżej 10 000 m2 (Uwaga ogólna nr 4).** Takich obiektów w skali całego miasta będzie niewiele — są to największe centra handlowe, w odniesieniu do których ograniczenia wynikające z uchwały w sposób najbardziej skrajny ingerują w ich projekt i sposób funkcjonowania. . Ewentualnie **wnoszę o zwolnienie obiektów handlowych, o powierzchni sprzedaży powyżej 10 000 m2, z obowiązku dostosowania do postanowień uchwały lub przedłużenie okresu na dostosowanie do postanowień uchwały do 10 lat (Uwaga nr 5)**. Pozwoli to na zachowanie integralności przyjętej koncepcji, ale jednocześnie w przypadku przebudowy czy rozbudowy uchwała znajdzie zastosowanie. Dzięki temu obiekty te unikną kosztownej modernizacji nowych i w pełni funkcjonalnych elementów elewacji, ale zobowiązane będą do przestrzegania postanowień uchwały w przyszłości. Nie można tez tracić z pola widzenia okoliczności, że reklamy, które aktualnie są częścią elewacji takich obiektów są przedmiotem umowy zawartej na wiele lat (zwykle 5 do 10 lat). Zwolnienie z obowiązku dostosowania reklam lub istotne wydłużenie okresu przejściowego pozwoli na zachowanie powierzchni reklamowej w obecnym kształcie do czasu wygaśnięcia umowy z najemcą, zaś w kolejnej umowie możliwe będzie zawarcie postanowień zgodnych z uchwałą. Co nie było możliwe przy umowach zawieranych dotychczas.	

		Jednocześnie zaakcentowania wymaga, że przedmiotowe uwagi mają na celu wskazanie, że jest pole dialogu, bowiem wszystkim zależy na estetycznej przestrzeni zarówno na obszarze centrów handlowych jak i całego miasta. Wymaga to jednak możliwości przedstawienia i zwizualizowania miejsc problemowych oraz wypracowania wspólnego stanowiska, aby wspólnie zadbać o przestrzeń publiczną. W tym celu Spółka proponuje spotkanie osób odpowiedzialnych za przygotowanie projektu uchwały krajobrazowej oraz osób reprezentujących podmioty zarządzające wielkopowierzchniowymi obiektami handlowymi w Warszawie. Analiza projektu uchwały oraz sposobu rozpoznania uwag złożonych uprzednio pokazuje, że osoby rozpoznające uwagi często mają wyobrażenie o działalności centrów handlowych i nie są świadomi wielu aspektów tej działalności. Spotkanie takie pozwoli na poznanie założeń miasta w zakresie tego jak zdaniem osób odpowiedzialnych za przygotowanie uchwały krajobrazowej powinien wyglądać teren obiektów handlowych po wejściu w życie uchwały, a z drugiej strony podmioty zarządzające centrami handlowymi będą mogły pokazać jak w odniesieniu do konkretnych obiektów wpłynie to na ich funkcjonowanie.	
	29.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Definicja strefy parteru **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka postuluje, aby w określonych przypadkach dla wielkopowierzchniowych obiektów handlowych nie wyodrębniać strefy parteru, a całą elewację od kondygnacji podziemnych aż po górną krawędź elewacji objąć regulacjami przewidzianymi w § 5.2 Uchwały. Jako rozwiązanie alternatywne Spółka proponuje, aby doprecyzować definicję strefy parteru w taki sposób, że na elewacji wyodrębniamy wertykalne podziały na obszary elewacji o różnej wysokości, charakterze architektonicznym, wykończeniu, tektonice i odrębnie dla tych obszarów wyznaczamy zgodnie z § 5.1 Uchwały strefę parteru. W przypadkach, jeśli na części elewacji nie da się określić zasięgu strefy parteru za jej górną granicę określa się niższy poziom strefy parteru obszarów sąsiadujących **(patrz rysunek nr 4)** Uzasadnienie uwagi: Zgodnie z propozycją autora projektu górną granicą strefy parteru jest wyobrażona linia, wyznaczona przez element architektoniczny oddzielający wizualnie kondygnacje, a w przypadku jego braku — linią wyznaczaną przez dolną krawędź najniżej położonego elementu kolejnej kondygnacji (otwór okienny lub drzwiowy, płyta balkonowa, dekoracja architektoniczna). Na gruncie powyższej definicji Spółka dostrzega następujące problemy interpretacyjne: • nie jest jasne jak wyznaczyć strefę parteru w wielkopowierzchniowych obiektach handlowych, w których nie można wizualnie wyodrębnić kondygnacji parterowej z uwagi na nieregularność rozmieszczenia otworów okiennych i/lub drzwiowych oraz brak elementów zewnętrznych wyraźnie oddzielających kondygnacje, takich jak płyty balkonowe, gzymsy, dekoracje architektoniczne itd. **(patrz rysunek nr 1)**. • ponad to, wiele obiektów wielkopowierzchniowych - z racji swoich gabarytów — i w wielu przypadkach obsługiwana jest kilkoma wejściami, które często znajdują się na różnych poziomach stąd określenie poziomu parteru dla całego obiektu staje się trudne. W ekstremalnych przypadkach i przy znacznej różnicy terenu przyjmując strefę parteru najniżej posadowionym wejściu mogło by spowodować uniemożliwienie wyznaczenia strefy parteru przy wejściach posadowionych najwyżej **(patrz rysunek nr 2)**. w niektórych obiektach handlowych wizualna strefa parteru nie pokrywa się z faktycznym podziałem budynku na kondygnacje. Chodzi np. o obiekty handlowe, w których zastosowane są tzw. podwójne witryny, które z zewnątrz mogą wyglądać jak jedna wysoka kondygnacja parterowa. Również strefy wejść, często mocno eksponowane, mogą mylnie określać strefę parteru i w konsekwencji uniemożliwić precyzyjne określenie w/w strefy **(patrz rysunek nr 3).**	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga słusznie wskazuje na trudności w zastosowaniu przepisu. Rozbudowano definicję strefy parteru o ustalenie jej górnej granicy dla budynków handlowo-usługowych o powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m2, które nie posiadają na elewacji elementów wyróżniających kondygnacje, na poziomie kolejnej kondygnacji.
	29.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Definicja formy ażurowej **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka postuluje doprecyzowanie definicji „formy ażurowej” poprzez wskazanie, że „tłem” w	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Intencja uwagi jest zrozumiała, jednak jej realizacja wynika już z istniejącej definicji formy ażurowej. Elewacja nie stanowi części składowej

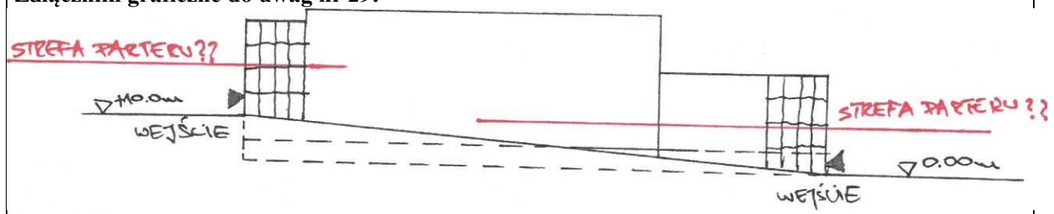
		rozumieniu tego przepisu nie są elementy, które mogą co prawda wizualnie być postrzegane jako tło tablic reklamowych z uwagi na odmienną kolorystykę/fakturę/rodzaj materiału/kształtu, jednak są trwałym, nierozłącznym elementem projektu elewacji, który niezależnie od reklamy stanowi samodzielny element estetyki elewacji **(patrz rysunek nr 5)**. Uzasadnienie uwagi: Współczesne elewacje wykazują się zróżnicowaną formą, kolorystyką, materiałem, kształtami oraz gabarytami, które stosowane są w sposób celowy. Niektóre elementy budynku są celowo wyróżnione kolorystycznie, materiałowo i już w zamyśle projektanta są one pomyślane jako uporządkowana i ograniczona przestrzeń pod reklamy. Wprowadzenie tego typu elementów na elewacji ma na celu określenie klarownych i estetycznych reguł umieszczenia reklam i ich form. Umieszczenie reklam na wspomnianych elementach elewacji budynku powoduje efekt, że mogą być one odebrane jako tło reklamy, co sugerowałoby niezgodność z wymogiem zachowania formy ażurowej. Intencją Spółki jest doprecyzowanie tego zapisu aby uniknąć powyższych wątpliwości, gdyż elementy opisane powyżej w żadnym wypadku nie są tłem reklamy, a przemyślanym, wyróżnionym przez projektanta elementem estetyki obiektu.	szyldu, a zatem jej fragmenty nie mogą być interpretowane jako tło w rozumieniu definicji. Ocena, czy dany element stanowi część elewacji czy szyldu, wymaga jednak jednostkowej oceny danego przypadku i racjonalne rozwiązanie tego zagadnienia nie jest możliwe na etapie definicyjnym.
	29.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt. 3) **Treść uwagi:** Uwaga**:** Spółka postuluje, aby w odniesieniu do wielkopowierzchniowych obiektów handlowych ograniczenie co do maksymalnej, łącznej liczby szyldów umieszczanych na nieruchomości dotyczyło nie podmiotu prowadzącego na niej działalność a liczby lokali, w których prowadzona jest działalność pod określoną marką. Uzasadnienie uwagi: Istnieje wiele podmiotów, które w ramach jednej organizacji zrzeszają wiele różnych marek (np. firmy takie jak LPP, Inditex). Liczba marek zrzeszonych w ramach jednej organizacji, oraz obecnych w jednym wielkopowierzchniowym obiekcie handlowym, może przekraczać 10. W takiej sytuacji, zgodnie z obecnymi zapisami Uchwały reklamowej, niektóre lokale znajdujące się wewnątrz budynku byłyby pozbawione możliwości zamieszczenia swojego szyldu na zewnątrz budynku.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis realizuje bezpośrednio dyspozycję art. 37a ust. 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, w związku z czym nie jest możliwa modyfikacja użytych w nim pojęć. Racjonalną i zasadną wydaje się w tym kontekście interpretacja „podmiotu” jako samodzielnego sklepu o odrębnym asortymencie, działającego w odrębnym lokalu, niezależnie od możliwych powiązań kapitałowych, niemniej ewentualne niejasności w tym zakresie będą mogły być wyjaśnione dopiero w odpowiednim orzecznictwie.
	29.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5.2 oraz § 5.3 **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka sugeruje doprecyzowanie, co jest rozumiane pod pojęciem zwieńczenia elewacji, w szczególności w odniesieniu do wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, które składają się z różnych części o różnej wysokości. Spółka wnosi o to, aby w tego typu obiektach za górną krawędź elewacji uznawana była górna krawędź najwyższej części kompleksu handlowego. Wnosimy też o doprecyzowanie, że górna krawędź elewacji kończy się na zwieńczeniu ekranów i obudów urządzeń technicznych na dachach budynków. Jako rozwiązanie alternatywne Spółka proponuje, analogicznie do propozycji dotyczącej sposobu wydzielenia strefy parteru, aby na elewacji wyodrębnić wertykalne podziały na obszary elewacji o różnej wysokości, charakterze architektonicznym, wykończeniu, tektonice i odrębnie dla tych obszarów wyznaczyć górną krawędź elewacji **(patrz rysunek 5)**. Uzasadnienie uwagi: W aktualnym projekcie brak jest definicji elewacji, w tym jej górnej krawędzi. W związku z tym nie jest jasne gdzie jest granica pomiędzy strefą elewacji, do której zastosowanie mają przepisy § 5 ust. 2 a strefą do której zastosowanie mają przepisy § 5 ust. 3. Ma to w szczególności znaczenie w przypadku wielkopowierzchniowych obiektów handlowo-usługowych o zróżnicowanej bryle, gdzie trudno jednoznacznie określić górną granicę elewacji **(patrz rysunek nr 3)**.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga słusznie wskazuje na niejednoznaczność zastosowanego terminu zwieńczenia elewacji, który zastąpiony został lepiej doprecyzowanym pojęciem górnej krawędzi elewacji. Za właściwe rozwiązanie w zakresie ustalania wysokości elewacji przyjęto lokalną wartość dla każdego jej fragmentu, nie zaś odniesienie do najwyższego punktu elewacji w ogóle.
	29.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 2 pkt. 1 ppkt. a) **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka postuluje zmianę tego przepisu w następujący sposób: *„szyldy muszą być realizowane w formie ażurowej, z wyłączeniem płaskorzeźb, z zastrzeżeniem, że*	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga słusznie wskazuje na możliwą nadmierną restrykcyjność przepisu. Dopuszczono sytuowanie szyldów nieażurowych w postaci zestawu szyldów, a więc o uporządkowanej formie.

		ograniczenie to nie ma zastosowania do wielkopowierzchniowych obiektów handlowo-usługowych”. Uzasadnienie uwagi: W ocenie Spółki przepis ten, w zakresie, w jakim wyłącza dopuszczalność innych form reklam poza ażurową, nie uwzględnia specyfiki architektury wielkopowierzchniowych obiektów handlowych. Należy zauważyć, że w wielu obiektach tego typu powszechne jest stosowanie innych form reklam, w szczególności kasetonów. W nowszych obiektach kasetony reklamowe są często zaplanowanym elementem estetyki elewacji obiektu stanowią integralny element elewacji budynku, który uznać można za kompletne, uporządkowane, spójne estetycznie, zamknięte dzieło architektoniczne.	
	29.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 2 pkt. 1 ppkt. f) **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka postuluje zmniejszenie progu dot. powierzchni sprzedaży z 30,000 m2 np. na 20,000 m2 Uzasadnienie uwagi: Według naszej wiedzy tylko jeden obiekt handlowy w Warszawie, tj. C.H. Arkadia, posiada powierzchnię sprzedaży większą niż 30,000 m2 (według ścisłej definicji „powierzchni sprzedaży” wynikający z ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym). W ocenie Spółki nieuzasadnione jest tworzenie przepisu, który będzie miał zastosowanie jedynie do jednego Warszawskiego centrum handlowego. Sugerujemy zatem zmniejszenie progu np. do 20,000 m2, co pozwoli wielu centrom handlowym takim jak Złote Tarasy, Galeria Mokotów, Atrium Promenada skorzystać z możliwości sytuowania większych logotypów dopuszczonych przez przepis § 5 ust. 2 pkt. 1 ppkt. f) tirret 2.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wątpliwości wskazane w uwadze należy uznać za zasadne. W celu umożliwienia bardziej miarodajnej weryfikacji kryterium i poszerzenia grupy kwalifikujących się do kryterium obiektów adekwatnie do ich pokrewieństwa w zakresie typologii urbanistycznej, do projektu Uchwały wprowadzono pojęcie powierzchni użytkowej handlu i usług.
	29.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 1 oraz § 5 ust. 2 pkt. 1 **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka postuluje aby w strefach, o których mowa w § 5 ust. 1 oraz § 5 ust. 2 pkt. 1, tj. w strefie parteru oraz w strefie poza strefa parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, w zakresie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, dopuścić sytuowanie szyldów zbiorczych. Uzasadnienie uwagi: w przypadku obiektów wielkopowierzchniowych szyldy zbiorcze stanowią nieodłączny element zarówno reklamowy jak i informacyjny, dotyczący podmiotów prowadzących działalność w danym obiekcie i niemających w obrysie swojego lokalu witryny zewnętrznej, która umożliwiałaby dostateczne eksponowanie swojego logotypu. Ponadto ideą szyldów zbiorczych jest nie tylko zapewnienie powierzchni reklamowej najemcom, ale również narzucenie odgórnych regulacji dotyczących estetyki, lokalizacji, rozmiarów rozmieszczenia logotypów na elewacji celem uniknięcia chaosu i nieporządku. (Patrz rysunek nr 6).	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga słusznie wskazuje na nadmierną restrykcyjność przepisu dla elewacji wielkopowierzchniowych obiektów handlowych powyżej strefy parteru – uwaga została uwzględniona w tym zakresie.
	29.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 2 pkt. 1 c) **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka postuluje następującą zmianę przepisu: *„szyldy muszą być usytuowane w jednej osi - pionowej, ~~lub~~ poziomej,* ***lub innej czytelnej osi.****”* Uzasadnienie uwagi: Mając na uwadze różnorodność form architektonicznych, nie ma uzasadnienia dla ograniczenia sytuowania szyldów wyłącznie do osi pionowych poziomych. We współcześnie projektowanych obiektach, w szczególności wielkopowierzchniowych obiektach handlowo-usługowych, stosuje się różne formy, kształty i linie dla osiągnięcia określonego w projekcie wyrazu architektonicznego. W najnowszych projektach takich obiektów niejednokrotnie stosuje się formy organiczne, które niekoniecznie współgrają z narzuconymi przez Uchwałę kierunkami poziomym i pionowym, co również dotyczy kompozycji szyldów. **(Patrz rysunek nr 7)**	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Postulowane rozwiązanie uznano za dopuszczalne pod względem kompozycyjnym, pod warunkiem zachowania prostego przebiegu osi.
	29.15.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 2 pkt. 3 **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka postuluje zwiększenie ilości i max. powierzchni banerów do 8 sztuk i 250 m2	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazane rozwiązanie wpływałoby negatywnie na ład przestrzenny;

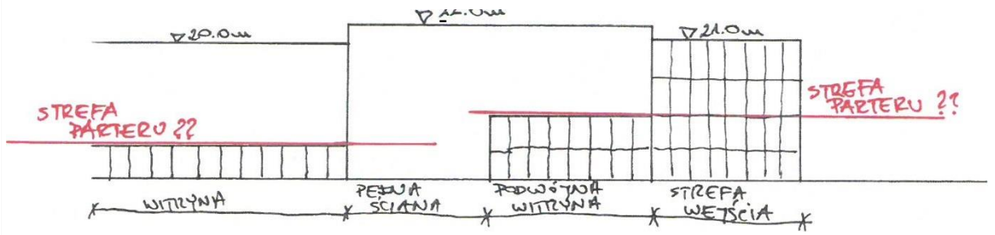
		Uzasadnienie uwagi: W kinach wielosalowych wyświetlanych jest równocześnie nawet kilkanaście filmów, wskutek czego zapotrzebowanie na powierzchnię ekspozycyjną prezentującą bieżący repertuar kinowy jest zdecydowanie większe niż obecnie przewidziane w Uchwale limity w postaci 3 banerów o powierzchni nie większej niż 50m2. W efekcie, zwiększenie maksymalnej powierzchni łącznej tych szyldów banerowych będzie uzasadnione większą liczbą tych banerów.	prawo do informowania przez podmiot o działalności prowadzonej działalności nie jest tożsame z uprawnieniem do oddzielnego informowania o każdym oferowanym towarze czy usłudze.
	29.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Nowa definicja **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka postuluje, aby do projektu Uchwały wprowadzić definicję „Oznaczenia budynku” tj. informacji wizualnej, która stanowi nazwę własną budynku (np. Smyk, Supersam, Arkadia). Spółka postuluje, aby tego typu oznaczenia istniejące na obiektach w dniu wejścia w życie Uchwały mogły pozostać na budynkach bez ograniczeń. Uzasadnienie uwagi: Tego typu oznaczenia, z uwagi na ich funkcję, przeznaczenie oraz formę, są trwale związane z architekturą budynków i stanowią nieodzowne elementy/detale architektury.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest kryteriów, które pozwalałaby miarodajnie weryfikować nazwę własną budynku i odróżnić ją od innych komunikatów o charakterze reklamowym.
	29.17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 16 ust. 1 **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka wnosi o wprowadzenie w § 16 ust 1 dodatkowego wyjątku pod lit. „f” o treści: „jeśli szyld lub reklama stanowi integralną część elewacji obowiązek dostosowania nie występuje” ewentualnie: „jeśli szyld lub reklama stanowi integralną część elewacji dopuszcza się ich pozostawienie do czasu przebudowy tej elewacji”. Uzasadnienie uwagi: Nowoczesne centra handlowe charakteryzują się tym, że elementy elewacji przeznaczone pod reklamy są integralnie powiązane z architekturą i estetyką całej elewacji, a ich zdemontowanie wymagałoby pozwolenia na przebudowę elewacji obiektu i zupełnie nowej koncepcji architektonicznej dla elewacji. Nie są to więc elementy dodatkowe, które można zdemontować bez szkody dla budynku. Realizacja takiej przebudowy to przedsięwzięcie, które trzeba zaplanować z dużym wyprzedzeniem ze względu na organizację prac oraz ich ogromny koszt — powierzchnię pod szyldy i reklamy na elewacji trzeba wszakże zastąpić innymi materiałami, najlepiej o wysokim stopniu estetyki, i przebudować w zasadzie całość elewacji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Fakt integralności nośnika reklamowego z elewacją nie oznacza jego zgodności z zasadami ładu przestrzennego; brak jest ponadto kryteriów weryfikacji integralności powiązania nośnika reklamowego z elewacją.
	29.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 2 pkt 1 **Treść uwagi:** Uwaga: Spółka postuluje wprowadzenie w **§ 5 ust. 2 pkt 1** uchwały dodatkowego postanowienia pod literą „h” w ramach którego dopuszczone zostanie sytuowanie szyldów banerowych na elewacjach obiektów o powierzchni sprzedaży powyżej 2000m ^{2}, pod warunkiem, że: • szyld ten nie przekracza 120m ^{2} dla elewacji o wysokości powyżej 20m oraz nie przestania okien ani drzwi obiektu; • szyld ten nie przekracza 60m ^{2} dla elewacji o wysokości powyżej łom oraz nie przestania okien ani drzwi obiektu. Uzasadnienie uwagi: Szyldy banerowe kojarzone są niekiedy z tzw. „płachtami”, które rozwieszane są na elewacjach budynków, w tym budynków mieszkalnych skutkując ograniczeniem dostępu światła dla mieszkańców, na czas remontu elewacji, który bez żadnego uzasadnienia ciągnie się całymi latami. Zgodzić się należy, że jest to zjawisko wysoce niepożądane i należy z nim walczyć. Z drugiej jednak strony obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 200m2 posiadają specjalnie wyodrębnione fragmenty elewacji, przeznaczone pod szyldy banerowe. Przestrzeń ta jest proporcjonalnie wydzielona z elewacji dlatego nie zasłania powierzchni okien, które w tym miejscu nie występują. Jednocześnie szyldy te są integralnie związane elewacją dlatego ich usunięcie skutkować będzie koniecznością przebudowy elewacji lub jej częściowej rozbiórki, co z pewnością nie będzie estetyczne z perspektywy miasta. Z drugiej strony specyficzny charakter działalności centrów handlowych powoduje, że na tego typu	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie negatywnie wpływałoby na ład przestrzenny.

obiektach banery nie zaburzają przestrzeni. Ich rozmiar dostosowany jest natomiast do odległości od statystycznego odbiorcy, dlatego nadmierne ograniczenie powierzchni szyldów doprowadziłoby do tego, że ich lokalizowanie na centrach handlowych utraciłoby sens. Są to bowiem obiekty oddalone od pasa drogowego, dlatego szyldy w wyższych partiach elewacji, aby były czytelne, realizowane są w nieco większej skali.

Załączniki graficzne do uwag nr 29:

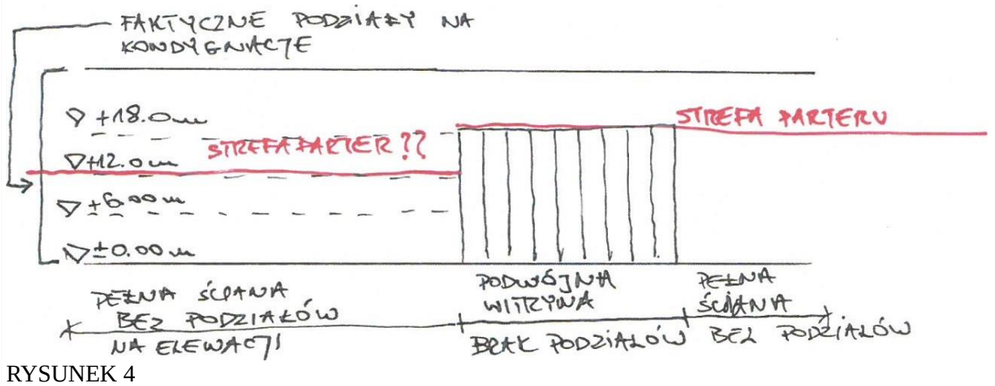


RYSUNEK 1

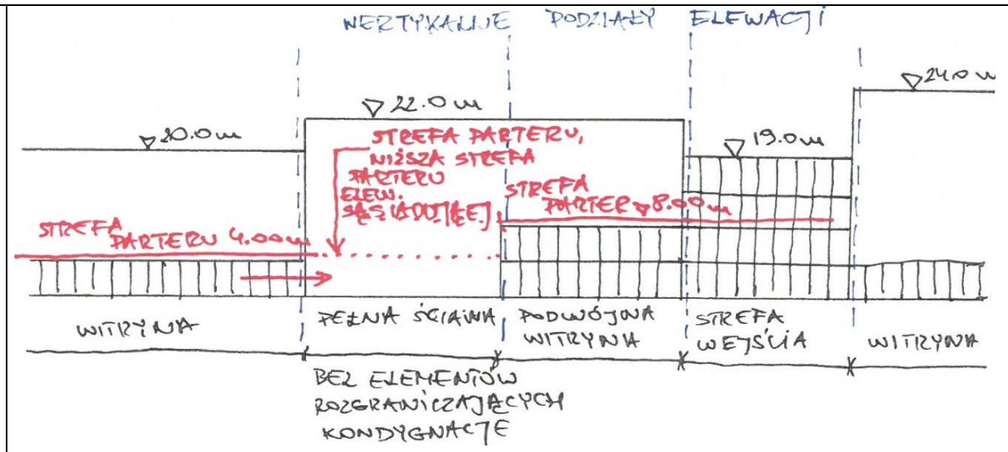


RYSUNEK 2

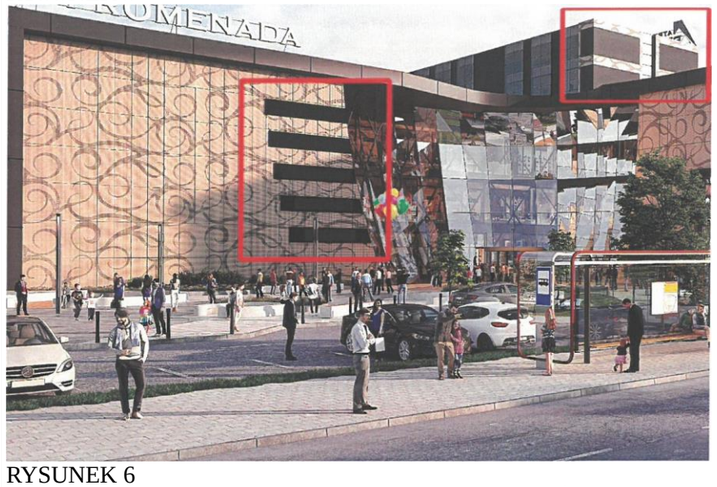
RYSUNEK 3



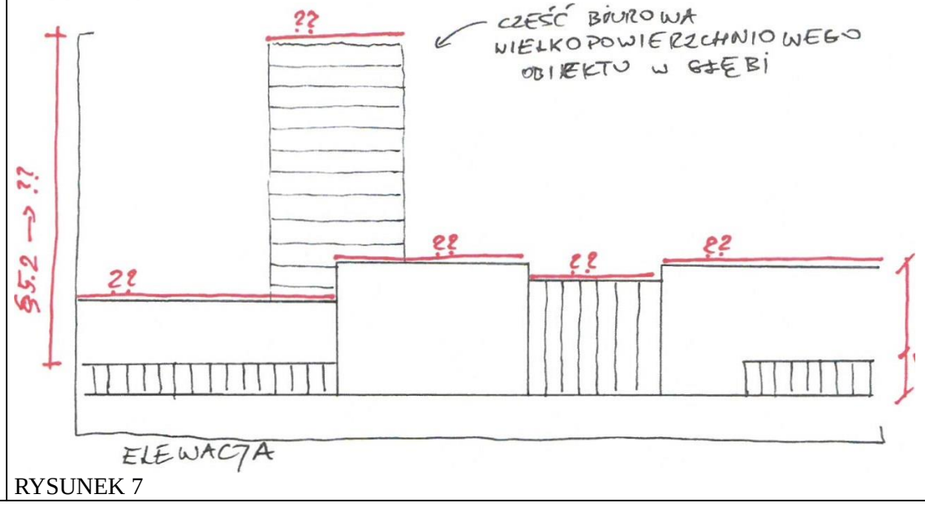
RYSUNEK 4



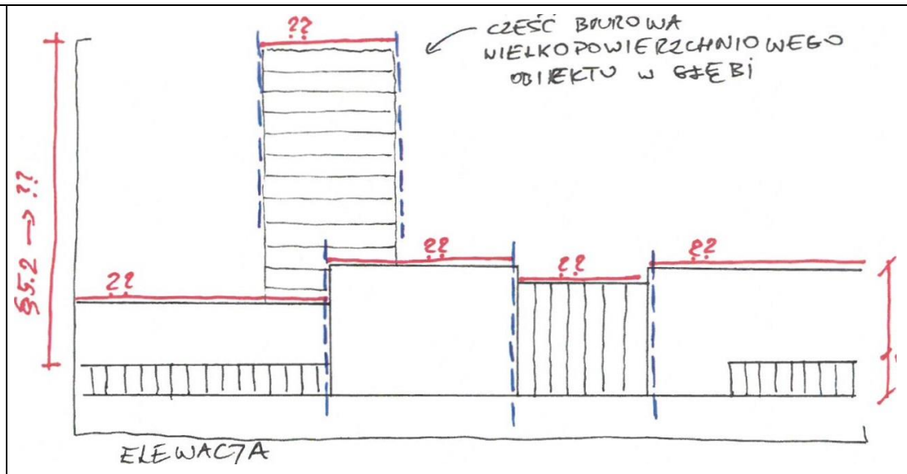
RYSUNEK 5



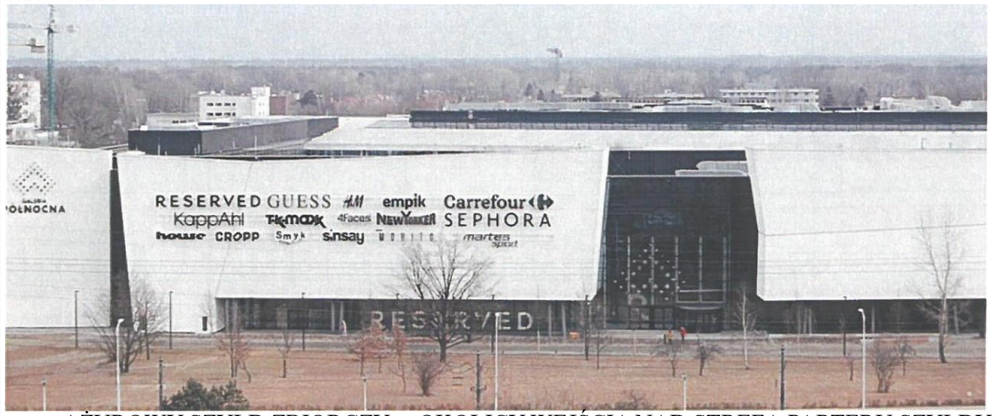
RYSUNEK 6



RYSUNEK 7



RYSUNEK 8



AŻUROWY SZYLD ZBIORCZY w OKOLICY WEJŚCIA NAD STREFĄ PARTERU SZYLDY UJEDNOLICONE GRAFICZNIE i KOLORYSTYCZNIE - w naszej ocenie rozwiązanie bardzo estetyczne, a jednocześnie spełniające postulat

RYSUNEK 9

		 AŻUROWE LOGOTYPY w OSI UKOŚNEJ NAWIĄZUJĄCEJ DO KSZTAŁTU ELEWACJI WEJŚCIOWEJ	
D.W.	**30.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Postuluję o rozróżnienie czasu dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami i skrócenie czasu na dostosowanie do 12 miesięcy dla reklam, które negatywnie wpływają na estetykę przestrzeni publicznej jak choćby banery czy reklamy na ogrodzeniach. Na konsultacjach przytoczony został argument, i 24 miesiące wynika z terminów umów pomiędzy wynajmującymi powierzchnie reklamowe i wynajmującymi. Powszechnie jednak wiadomo, iż kwestia ta dotyczy przede wszystkim nośników reklamowych formatu małego / średniego / dużego oraz siatek reklamowych oraz siatek reklamowych, których właścicielami są firmy zajmujące się wynajmem powierzchni reklamowej. Szanując ten argument zwracam jednocześnie uwagę, iż argument ten nie dotyczy generalnie pozostałych typów nośników, zatem wnoszę o skrócenie czasu dostosowania do 12 miesięcy dla tych pozostałych reklam. Przykładem takiej konstrukcji uchwały jest choćby „uchwałą krajobrazowa" dla Miasta Nysa, która z jedne strony respektuje argumenty pewnej grup właścicieli reklam ale jednocześnie utrzymuje minimalny czas dostosowania dla pozostałych nośników.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Przepis ten nie przewiduje możliwości zróżnicowania okresu dostosowania dla reklam ze względu na ich usytuowanie lub formę własności. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Termin 12 miesięcy w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótki. Nie pozwoliłby on osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z zasadami określonymi w uchwale.
M.Sz.	**31.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Rozszerzenie na Pradze-Południe obszaru specjalnych zasad sytuowania obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic i urządzeń reklamowych do linii ulic: Podolskiej, Grochowskiej, Tarnowieckiej, Łukowskiej, Zamienieckiej, Ostrobramskiej, al. Stanów Zjednoczonych i na cały obszar Saskiej Kępy - bez tego wiele wartościowych architektonicznie obszarów dzielnicy pozostanie bez mocniejszej ochrony.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały nie przewiduje utworzenia na terenie m.st. Warszawy obszaru specjalnych zasad sytuowania obiektów regulowanych Uchwałą, lecz podział miasta na obszary „A", „B" i „C". Podział ten świadomie nie został stworzony od podstaw, lecz opiera się merytorycznie na wypracowanym już wcześniej w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego m.st. Warszawy podziale miasta na strukturalne centrum i strefy funkcjonalne. Należy ponadto wskazać, że założeniem projektu Uchwały jest daleko posunięta unifikacja standardów i zapewnienie realizacji zasad ładu przestrzennego na całym obszarze m.st. Warszawy, w związku z czym podział na strefy „A", „B" i „C" posiada w praktyce jedynie znaczenie uzupełniające.

	31.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Skrócenie okresów przejściowych na wymianę szyldów do 2 lat, a na wymianę tablic i urządzeń reklamowych do 1 roku obecne odpowiednio 2 i 3 lata wydają się za długie, bo nie jest to skomplikowane działanie.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Terminy na dostosowanie wynoszące 1 rok dla reklam i 2 lata dla szyldów w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótkie. Nie pozwoliłyby one osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z precyzyjnie określonymi regułami.
	31.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wprowadzenie długiego, 10-letniego okresu na dostosowanie ogrodzeń do przepisów uchwały krajobrazowej - inaczej będą miejsca, w których będziemy czekać wieczność, aż stare ogrodzenie się rozpadnie, zanim zostanie zmienione na nowe i estetyczne.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec skali zagadnień koniecznych do uregulowania w skali miasta, projekt Uchwały musi uwzględniać realność egzekucji proponowanych zapisów, w tym konieczność zapewnienia szerokiego konsensusu społecznego dla ich realizacji. Obowiązek dostosowania istniejących ogrodzeń do standardów wprowadzanych Uchwałą, w tym ich częściowej likwidacji, wiązałby się nie tylko z zasadniczymi trudnościami w procedowaniu projektu uchwały na etapie legislacyjnym, ale i wymagałby znacznej komplikacji odpowiednich zapisów merytorycznych w celu jak najlepszego zdefiniowania ogrodzeń wymagających rozbiórki. Działania takie w praktyce uniemożliwiłyby bądź przyjęcie projektu uchwały, bądź jego wejście w życie, względnie jego późniejszą, efektywną egzekucję.
Koalicja ŻegnamyReklamy.pl wraz z organizacjami członkowskimi: Stowarzyszenie Miasto Jest Nasze Stowarzyszenie Ochocianie Stowarzyszenie Mieszkańców Miasteczka Wilanów Stowarzyszenie Rembertów Bezpośrednio Ruch Sąsiedzki mieszkańców Targówka, Zacisza i Bródna Fundacja Nasze Miasteczko Bemowiacy Stowarzyszenie Nowy Żoliborz Stowarzyszenie Sąsiedzi dla Wesołej Stowarzyszenie Wiatrak Stowarzyszenie Wola Mieszkańców przez:	**32.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §14, pkt 1–3 **Treść uwagi:** Zdecydowanie popieramy zaproponowane w projekcie uchwały krajobrazowej rozwiązania mające na celu ochronę przestrzeni publicznej i krajobrazu miejskiego. Sprzeciwiamy się zgłaszanym wcześniej propozycjom łagodzenia jej rygorów. W związku z wyłożeniem projektu w drugiej wersji do publicznego wglądu zgłaszamy poniższe uwagi szczegółowe. Zasadniczo są to uwagi zgłoszone wcześniej w konsultacjach pierwszego projektu przez koalicję ŻegnamyReklamy.pl wraz z poparciem 2477 mieszkańców. Z rozczarowaniem przyjęliśmy odrzucenie większości z nich. Przypominamy je, licząc na bardziej wnikliwe i pozytywne ich rozpatrzenie, a także uzupełniamy naszą argumentację. **Maksymalne skrócenie okresu przejściowego – §14, pkt 1–3** Projekt uchwały przewiduje 2-letni termin dostosowania dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, 3-letni dla szyldów i 5-letni dla obiektów małej architektury, pomimo iż minimalny okres przewidziany przez ustawodawcę to 12 miesięcy. Biorąc pod uwagę już ponad 3-letni okres przygotowywania uchwały oraz przykłady z innych miast (Poznań dla obszaru centralnego, Ciechanów, Nysa, Nowy Sącz dla 2 obszarów o największym priorytecie) termin dostosowywania należy skrócić maksymalnie do 12 miesięcy. Dotyczy to w szczególności „pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych”, do których należą obiekty o najbardziej negatywnym wpływie na przestrzeń publiczną i które są najmniej akceptowane przez opinię publiczną[1]. [1]TNS Polska „Reklama w przestrzeni publicznej”, 2013 [dostęp: 1 grudnia 2018] <http://www.tnsglobal.pl/archiwumraportow/files/2015/04/TNS_Polska_Reklama_w_przestrzeni_publicz	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Termin na dostosowanie wynoszący 12 miesięcy w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótki. Nie pozwoliłby on osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z precyzyjnie określonymi regułami.

Stowarzyszenie Miasto Jest Nasze		nej.pdf>	
	32.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **Rozszerzenie obszaru B – załącznik nr 1** Projekt uchwały wyznacza trzy obszary o różnych zasadach i warunkach sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Obszar C charakteryzuje się pod względem reklamowym zasadniczo gorszymi parametrami i powinien się ograniczyć tylko do dzielnic obrzeżnych, o innym charakterze urbanistycznym. Niestety w projekcie uchwały obejmuje on większą część miasta i wiele obszarów zwartej zabudowy miejskiej, m.in. część Grochowa, Rakowca czy Sielce. Dlatego postulujemy zmianę i rozszerzenie obszaru B, tak aby całe dzielnice Śródmieście, Żoliborz, Ochota, Mokotów, Wola oraz Praga Południe i Praga Północ.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały nie przewiduje utworzenia na terenie m.st. Warszawy obszaru specjalnych zasad sytuowania obiektów regulowanych Uchwałą, lecz podział miasta na obszary „A”, „B” i „C”. Podział ten świadomie nie został stworzony od podstaw, lecz opiera się merytorycznie na wypracowanym już wcześniej w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego m.st. Warszawy podziale miasta na strukturalne centrum i strefy funkcjonalne. Należy ponadto wskazać, że założeniem projektu Uchwały jest daleko posunięta unifikacja standardów i zapewnienie realizacji zasad ładu przestrzennego na całym obszarze m.st. Warszawy, w związku z czym podział na strefy „A”, „B” i „C” posiada w praktyce jedynie znaczenie uzupełniające.
	32.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 12) lit. a) **Treść uwagi:** **Całkowity zakaz wyświetlaczy LED – § 2 pkt 12) lit. a)** Projekt uchwały dopuszcza ekrany LED bez żadnych ograniczeń na przystankach komunikacji miejskiej oraz przy wielu ulicach (a zatem bezpośrednio w pasie drogowym) jako ekrany o powierzchni 2m2. Tymczasem to w takich miejscach reklamy LED rodzą największe niebezpieczeństwa z uwagi na ryzyko rozproszenia uczestników ruchu drogowego[2]. Są też niezwykle uciążliwe dla mieszkańców mających obok okna i narażonych na ich światło (nawet przy ograniczeniach jasności wprowadzanych uchwałą). Dlatego postulujemy, poprzez wykreślenie § 2 pkt 12) lit. a), całkowity zakaz reklamy w formie ekranów LED. Warto dodać, że właśnie w tym kierunku zmierzają regulacje w miastach zachodnioeuropejskich (na przykład w Paryżu[3]), gdzie odchodzi się całkowicie od reklamy świetlnej, za wyjątkiem neonów. [2] Association for Psychological Science “Are Digital Billboards Dangerously Distracting? [dostęp 2 grudnia 2018] <https://www.psychologicalscience.org/news/motr/are-digital-billboards-dangerously-distracting.html [3] Mairie de Paris, “Règlement de la publicité, des enseignes et préenseignes, Tome 1”, s. 25, [dostęp: 1 grudnia 2018], <https://apisite.paris.fr/images/80845>.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przyjęte w projekcie Uchwały regulacje dotyczące nośników reklamowych w formie ekranów stanowią akceptowalny z punktu widzenia ładu przestrzennego kompromis ze współczesnymi rozwiązaniami technologicznymi reklamy zewnętrznej. W otwartej przestrzeni Warszawy dopuszczono stosowanie nośników tego typu wyłącznie w małym formacie, zaś sformułowana w projekcie Uchwały definicja wyświetlaczy ściśle określa parametry techniczne takiego urządzenia, w szczególności limity luminancji oraz nieruchomy charakter wyświetlanych treści. Parametry te były przedmiotem analizy w kontekście dobrych praktyk realizowanych w tej dziedzinie w kraju i za granicą, i są kluczowe dla zapewnienia właściwego wkomponowania się urządzeń w otoczenie i ich zgodność z ładem przestrzennym. Konieczność przestrzegania tych parametrów w zasadniczy sposób będzie odróżniać sposób działania wyświetlaczy od rażących wizualnie urządzeń, funkcjonujących obecnie w wielu miejscach w Warszawie.
	32.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt 1) lit. b) c) **Treść uwagi:** **Ograniczenie dopuszczalnych nośników na ślepych ścianach – § 9 pkt 1) lit. b) c)** Projekt uchwały dopuszcza na tzw. ślepych ścianach budynków sytuowanie reklam w postaci siatek reklamowych (bez ograniczeń co do maksymalnej ich powierzchni) oraz nośników reklamowych formatu dużego. Dopuszczenia te nie znajdują żadnego uzasadnienia. Siatki reklamowe są powszechnie uważane przez opinię publiczną za najbardziej nieakceptowaną formę reklamy[4], a nośniki formatu dużego całkowicie dominują architekturę budynków i jako takie powinny być dopuszczone tylko przy wybranych arteriach jako wolnostojące nośniki. Dlatego postulujemy na tzw. ślepych ścianach dopuścić jedynie murale oraz, w strefie C, nośnik reklamowe formatu średnich, których maksymalna ilość będzie uzależniona od powierzchni ściany. Identyczne regulacje funkcjonują już w takich miastach europejskich jak Paryż[5] i Tuluza.[6] [4]Siatki i banery odrzuciło 65% i 59% respondentów w raporcie TNS Polska „Reklama w przestrzeni publicznej” 2013, [dostęp: 1 grudnia 2018] <http://www.tnsglobal.pl/archiwumraportow/files/2015/04/TNS_Polska_Reklama_w_przestrzeni	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Negatywny społeczny odbiór siatek reklamowych wynika przede wszystkim z ich ogromnej skali i agresywnego sposobu sytuowania, przesłaniającego eksponowane, frontowe elewacje budynków. Siatki sytuowane zgodnie z regulacjami projektu Uchwały stanowią obecnie niewielki procent łącznej liczby siatek i nie były dotąd przedmiotem kontrowersji. Projekt Uchwały nie określa literalnie ich maksymalnego rozmiaru, jednak ten ograniczony jest z definicji wielkością ściany, w tym maksymalną wysokością budynku, określoną w projekcie Uchwały, a sama liczba siatek – ograniczoną ilością ścian spełniających kryteria projektu Uchwały. Przy przyjęciu ww. kryteriów, całkowite wykluczenie możliwości sytuowania siatek uznano za rozwiązanie nadmiernie restrykcyjne.

		_publicznej.pdf>. [5] Mairie de Paris “Règlement de la publicité, des enseignes et préenseignes, Tome 1” s. 14 [dostęp: 1 grudnia 2018], <https://apisite.paris.fr/images/80845> [6] Maire de Toulouse, “Reglement de publicité, enseignes et préenseignes”, s. 12 <https://www.toulouse.fr/documents/106891/843630/CahierCommerce7_ReglementPubliciteSept2013.pdf>	
	32.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 11) **Treść uwagi:** **Mniejsze billboardy – max 9 m^2, a nie 18 m^2 – § 2 pkt 11)** Dopuszczona przez projekt uchwały maksymalna wielkość billboardów jest zdecydowanie zbyt duża. Podczas gdy inne stolice europejskie, jak np. Paryż, ograniczają znacznie liczbę nośników o powierzchni 8 m^2 na rzecz formatu 2 m^2 [(7)], Warszawa chce dopuścić billboardy-giganty o powierzchni 18 m^2! Połowa tej wielkości – 9 m^2 – jest rozsądnym kompromisem. [7] Mairie de Paris “Paris va réduire de 40% la surface des publicités” [dostęp: 1 grudnia 2018] <https://www.paris.fr/actualites/parisva-reduire-de-40-la-surface-des-publicites-4597>	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przedstawione rozwiązanie jest wynikiem analiz przestrzennych charakteru urbanistycznego poszczególnych obszarów m.st. Warszawy. Tablica reklamowa o wielkości 18 m^2 jest rozwiązaniem o znacznej wielkości, jednak przy rozpiętości skali stosowanych obecnie na terenie Warszawy rozwiązań nie można określić go jako gigantycznego. Dopuszczenie jego stosowania zostało ograniczone do takich lokalizacji, które nie posiadają spójnego urbanistycznie charakteru ani wartości przestrzennych bądź przyrodniczych, a jednocześnie stanowią korytarze ruchu tranzytowego o odpowiednio dużej skali, tj. tam, gdzie będzie ono dostosowane do charakteru otoczenia i nie będzie powodować zaburzenia ładu przestrzennego. Należy podkreślić, że pod względem typologii krajobrazu urbanistycznego Warszawa jest miastem odmiennym i zdecydowanie bardziej zróżnicowanym od Paryża, który w swoich granicach administracyjnych stanowi w zasadzie w całości miasto zwarte i pozbawione terenów o ekstensywnym sposobie zagospodarowania.
	32.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 15 **Treść uwagi:** **Dostosowanie istniejących ogrodzeń do przepisów uchwały – § 15** Grodzenie przestrzeni miejskiej jest niezwykle ważnym problemem miejskim. Bardzo wiele badań pokazuje negatywny wpływ ogrodzeń na rozwój i funkcjonowanie miast. Autorzy tych opracowań wskazują, że ogrodzenia wpływają na[8] [9]: a) niekorzystne zróżnicowanie (heterogenizację) społeczności miejskiej; b) wykluczenie społeczne; c) zanik poczucia wspólnoty, a w konsekwencji konflikty pomiędzy poszczególnymi grupami społecznymi w miastach; d) fragmentację przestrzeni miejskiej wpływającą na zwyczaje społeczne, komunikację oraz funkcjonowanie miasta jako całości e) zanikanie więzi z innymi obszarami miasta i spadek aktywności społecznej. W konsekwencji ogrodzenia w mieście oddalają je od zdefiniowanego przez ONZ ideału „sustainable city”. Mogą także powodować ograniczenie i nierówności w dostępie społeczności miejskiej do poszczególnych funkcji miasta[10]. Argumenty, że ogrodzenia w mieście poprawiają bezpieczeństwo nie są trafne. Badania wskazują, że nie wpływają ani na wartość nieruchomości ani na bezpieczeństwo[11]. Dostępne są również badania polskich miast wskazujące na tworzenie się „getta zamożności” oraz ograniczeń w szerokim dostępie do przestrzeni miejskiej[12]. Projekt uchwały co prawda zatrzymuje dalsze grodzenie osiedli, ale tylko tych wybudowanych po wejściu w życie uchwały. To zdecydowanie za mało. Przepisy powinny iść zdecydowanie dalej. Już istniejące ogrodzenia niezgodne z § 13 pkt 6) i 7) uchwały powinny zostać zlikwidowane w ciągu dwóch lat. Jest to o tyle ważne, że na przestrzeni ostatnich lat ogrodzenia zyskało kilkaset starych osiedli, skutecznie dzieląc	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec skali zagadnień koniecznych do uregulowania w skali miasta, projekt Uchwały musi uwzględniać realność egzekucji proponowanych zapisów, w tym konieczność zapewnienia szerokiego konsensusu społecznego dla ich realizacji. Obowiązek dostosowania istniejących ogrodzeń do standardów wprowadzanych Uchwałą, w tym ich częściowej likwidacji, wiązałby się nie tylko z zasadniczymi trudnościami w procedowaniu projektu uchwały na etapie legislacyjnym, ale i wymagałby znacznej komplikacji odpowiednich zapisów merytorycznych w celu jak najlepszego zdefiniowania ogrodzeń wymagających rozbiórki. Działania takie w praktyce uniemożliwiłyby bądź przyjęcie projektu uchwały, bądź jego wejście w życie, względnie jego późniejszą, efektywną egzekucję.

		miasto. [8] GATED COMMUNITIES AND URBAN SUSTAINABILITY: TAKING A CLOSER LOOK AT THE FUTURE, Karina Landman (2 nd Southern African Conference on Sustainable Development in the Built Environment Strategies for a Sustainable Built Environment) [9] Dominik Owczarek „Zamknięte osiedla, czyli dylemat współczesnych polskich miast. Badanie porównawcze mieszkańców zamkniętych i otwartych osiedli w Warszawie", s. 383. [10] Yu Wang, David Shaw, Ke Yuan, Sustainability 2018, 10(11), 4301; doi:10.3390/su10114301 Article Gated Neighborhoods, Privatized Amenities and Fragmented Society: Evidence from Residential Experience and Implications for Urban Planning [11] Setha Low, «Towards a theory of urban fragmentation: A cross-cultural analysis of fear, privatization, and the state», *Cybergeo : European Journal of Geography* [En ligne] <http://journals.openedition.org/cybergeo/3207> ; DOI : 10.4000/cybergeo.3207 [12] Urban resilience concept and postindustrial cities in Europe. Autorzy Ed. by Adam Drobniak, Katowice 2014	
A.M.-G.	**33.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 1 i pkt 2 **Treść uwagi:** Zwiększenie minimalnych odległości pomiędzy wolnostojącymi tablicami i urządzeniami reklamowymi Przepis, którego dotyczy uwaga: § 11 ust. 2 pkt 1 i pkt 2 Proponowany zapis: zwiększenie o 100 % minimalnej odległości pomiędzy poszczególnymi nośnikami reklamowymi w formie wolnostojącej, poprzez przyjęcie następujących odległości 1) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. a - odpowiednio 100 m i 60 m; 2) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. b tiret pierwsze - odpowiednio 100 m i 60 m; 3) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. b tiret drugie - odpowiednio 300 m i 200 m; 4) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. b tiret trzecie - 400 m; 5) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. c tiret pierwsze - odpowiednio 100 m i 60 m; 6) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. c tiret drugie - 400 m; 7) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. a tiret pierwsze - 10 m; 8) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. a tiret drugie - 20 m; 9) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. a tiret trzecie - 40 m; 10) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. b - 20 m; 11) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. c tiret pierwsze - 60 m; 12) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. c tiret drugie - 100 m. Uzasadnienie: Przyjęcie uchwały reklamowej służy nie tylko uporządkowaniu zasad umieszczania tablic i urządzeń reklamowych na obszarze m.st. Warszawy, ale powinno mieć na celu także ograniczenie obecności reklam w przestrzeni. Zbyt duże nagromadzenie nośników reklamowych wpływa negatywnie na estetykę przestrzeni i jest odbierane jako prowadzące do chaosu reklamowego. Taki kierunek regulacji przyjmowanych w uchwale reklamowej znajduje wyraźne podstawy w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, czego wyrazem jest w szczególności dopuszczenie wprowadzenia przez gminę całkowitego zakazu umieszczania reklam, z wyłączeniem szyldów (por. art. 37a ust. 3 ustawy). Na obszarze m.st. Warszawy problem nadmiernej obecności nośników reklamowych w przestrzeni jest szczególnie jaskrawy i zdecydowanie negatywnie wpływa na estetykę krajobrazu. Na poziomie uchwały reklamowej, ograniczeniu obecności reklam w przestrzeni służy m.in. wprowadzenie minimalnych odległości pomiędzy nośnikami. Parametr ten decyduje o nasyceniu przestrzeni nośnikami reklamowymi. Przyjęte w projekcie uchwały zapisy (por. § 11 ust. 2) w znacznej części przypadków zachowują dotychczasowy stopień zagęszczenia nośników reklamowych, a nawet dopuszczają większą ich obecność w porównaniu ze stanem obecnym. W związku z tym proponuje się wprowadzenie zmian do projektu uchwały polegających na zwiększeniu o 100% limitów odległościowych pomiędzy poszczególnymi nośnikami reklamowymi w formie wolnostojącej. I tak proponuje się w przyjęcie następujących minimalnych odległości:	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Minimalna odległość, w jakiej nośniki reklamowe powinny być sytuowane od siebie i innych elementów przestrzeni, wypracowane w projekcie Uchwały, stanowią akceptowalny z punktu widzenia ładu przestrzennego kompromis z wysokim popytem rynku na nośniki reklamowe na terenie m.st. Warszawy. Rozwiązania przyjęte w projekcie Uchwały w zasadniczy sposób redukują wielkość i liczbę nośników reklamowych w stosunku do stanu obecnego.

		1) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. a - odpowiednio 100 m i 60 m; 2) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. b tiret pierwsze - odpowiednio 100 m i 60 m; 3) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. b tiret drugie - odpowiednio 300 m i 200 m; 4) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. b tiret trzecie - 400 m; 5) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. c tiret pierwsze - odpowiednio 100 m i 60 m; 6) w § 11 ust. 2 pkt 1 lit. c tiret drugie - 400 m; 7) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. a tiret pierwsze - 10 m; 8) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. a tiret drugie - 20 m; 9) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. a tiret trzecie - 40 m; 10) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. b - 20 m; 11) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. c tiret pierwsze - 60 m; 12) w § 11 ust. 2 pkt 2 lit. c tiret drugie - 100 m. Pozostawienie zapisów w dotychczasowej formie powodować będzie, że uchwała w niewielkim jedynie stopniu przyczyni się do ograniczenia obecności w przestrzeni tablic wolnostojących, w tym tablic o największych formatach, negatywnie wpływających na walory krajobrazowe przestrzeni na terenie m.st. Warszawy.	
	33.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **Wyłączenie możliwości umieszczania tablic i urządzeń reklamowych przybierających formy, które nie zostały wyraźnie dozwolone przez uchwałę** Przepis, którego dotyczy uwaga: brak w uchwale przepisu jednoznacznie regulującego tę kwestię Proponowany zapis: 1. dodanie § 2a w brzmieniu: „Na obszarze m.st. Warszawy dopuszcza się wyłącznie sytuowanie takich rodzajów tablic reklamowych i urządzeń, o których mowa w przepisach uchwały. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż określone w uchwale”. 2. dodanie pkt 1 w § 3 w brzmieniu: „baner reklamowy – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkanin, tekstyliów lub folii z tworzyw sztucznych” 3. dodanie § 3a w brzmieniu: „Na obszarze m.st. Warszawy zakazuje się sytuowania: - banerów reklamowych, - naklejek reklamowych, za wyjątkiem szyldów naklejkowych - tablic lub urządzeń reklamowych na pojazdach, w szczególności na przyczepach samochodowych, lawetach i innych możliwych do przemieszczania urządzeniach, służących wyłącznie lub w przeważającym stopniu eksponowaniu reklam, zaparkowanych na terenie miasta dłużej niż 12 godzin. Uzasadnienie: W odróżnieniu od większości uchwał krajobrazowych przyjmowanych w innych miastach, projekt uchwały przygotowany przez Prezydenta m.st. Warszawy nie wprowadza expressis verbis zakazu umieszczania tablic i urządzeń reklamowych w formach innych niż przewidziane w uchwale. Wprawdzie wiele zapisów limituje formy, w jakich mogą być umieszczane tablice i urządzenia reklamowe (por. np. § 9, § 11). Przewidziane w uchwale sposoby umieszczania nośników reklamowych (reklamy na budynkach, reklamy na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych) nie wyczerpują jednak wszystkich przypadków umieszczania reklam w przestrzeni, jak również form, jakie mogą przybierać tablice i urządzenia reklamowe. I tak, poza zakresem regulacji pozostaje bowiem m.in. sytuowanie reklam na ogłoszeniach czy też w pasie drogowym na urządzeniach bezpieczeństwa ruchu drogowego. Natomiast, uwzględniając otwartą definicję tablicy i urządzenia reklamowego, uchwała dopuszcza m.in. umieszczanie tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy w formie banera, siatki reklamowej o powierzchni otworów nieprzekraczającej 30% powierzchni ekspozycyjnej, naklejek, ekranów świetlnych umożliwiających wyświetlanie zmiennych treści bądź filmów itd. Przepisy uchwały zezwalają także umieszczanie nośników reklamowych na różnego rodzaju pojazdach (lawety, nieużywane pojazdy wykorzystywane wyłącznie jako nośnik reklamy itp.). Stąd też proponuje się wprowadzenie ogólnego zakazu sytuowania tablic i urządzeń reklamowych w formach innych niż przewidziane wprost w uchwale. Z drugiej strony proponuje się stypizowanie rodzajów tablic i urządzeń reklamowych, które w sposób szczególny negatywnie oddziałują na estetykę przestrzeni i stąd konieczne staje się objęcie ich wprost zakazem umieszczania na obszarze m.st.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za zasadną w zakresie wyraźniejszego sformułowania zasady dopuszczalności sytuowania nośników reklamowych wyłącznie zgodnie z zapisami Uchwały. Wykluczanie, niezależnie od formy i funkcji, wszelkich nośników reklamowych o formie tkaniny należy uznać za zbyt rygorystyczne i niedostatecznie uzasadnione. Ponieważ projekt Uchwały z definicji wyklucza dopuszczalność sytuowania nośników reklamowych w sposób niewymieniony w uchwale, brak jest potrzeby formułowania oddzielnego zakazu dla grupy przedmiotów, jakim są pojazdy. Należy jednak jednocześnie podkreślić, że wygląd pojazdów służących celom transportowym nie mieści się w granicach kompetencji ustawowych Uchwały, a uznaniowe wskazanie w Uchwale czasu parkowania jako czynnika przesądzającego o nietransportowej funkcji pojazdu nie miałoby oparcia w prawie.

		Warszawy. Do tych form zaliczyć należy banery reklamowe, naklejki reklamowe inne niż szyldy, a także reklama na pojazdach, o ile dany pojazd jest wykorzystywany przede wszystkim jako nośnik reklamowy. Uzasadniając proponowany zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych w formie banerów wypada zauważyć, że niskie koszty wykonania tego nośnika, jak również łatwość jego wykonania i montażu sprawiają, że jest to bardzo popularny nośnik reklamowy. Przy czym w zdecydowanej większości przypadków powyższy rodzaj nośnika reklamowego cechuje niska wartość estetyczna. Z istoty bowiem ta forma posługuje się wyrazistymi środkami przekazu (jaskrawe kolory, duże litery), jest przy tym umieszczana w sposób dowolny na ogrodzeniach, elewacjach itp. Zarazem często są to nośniki zniszczone w wyniku oddziaływania czynników atmosferycznych, niedbałego zamocowania, braku konserwacji itp. Banery jako dominująca – obok klasycznych tablic reklamowych wykorzystujących sztywne, płaskie powierzchnie ekspozycyjne – forma reklamy w decydującym stopniu wpływa negatywnie na estetykę przestrzeni m.st. Warszawy. Stąd też – wzorem niektórych innych miast (np. Sopot) – należy zaproponować wprowadzenie zakazu umieszczania na obszarze m.st. Warszawy nośników reklamowych w formie banerów reklamowych. Dopuścić można co najwyżej stosowanie tej formy reklamy dla – ograniczonego czasowo – informowania o bieżących wydarzeniach kulturalnych, publicznych wydarzeń sportowych itp. oraz jako reklamy sprzedaży/najmu nieruchomości, przy czym także w tym przypadku należy wprowadzić odpowiednie ograniczenia czasowe w jej eksponowaniu. Bardzo niska wartość estetyczna występuje także w przypadku naklejek reklamowych, innych niż szyldy. Naklejki reklamowe umieszczane są w szczególności – bez zgody zarządcy drogi – na ochronnych barierach drogowych, słupach sygnalizacji świetlnej, znakach drogowych itp. Stąd też należy w uchwale reklamowej wprowadzić bezwzględny zakaz umieszczania nośników reklamowych niebędących szyldami w formie naklejek reklamowych. Z kolei umieszczanie reklamy na platformach, na nieużywanych pojazdach, służy w większości przypadków obejściu ograniczeń związanych z sytuowaniem w danym miejscu nośników reklamowych. Stąd też – analogicznie – należy zaproponować ustanowienie w uchwale reklamowej zakazu umieszczania tablic lub urządzeń reklamowych na pojazdach, w szczególności na przyczepach samochodowych, lawetach i innych możliwych do przemieszczania obiektach, służących wyłącznie lub w przeważającym stopniu funkcji reklamowej, zaparkowanych na terenie m.st. Warszawy dłużej niż 12 godzin.	
	33.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 **Treść uwagi:** **Wprowadzenie bezwzględnego zakazu umieszczania tablic reklamowych innych niż szyldy na elewacjach budynków** Przepis, którego dotyczy uwaga - § 9 Proponowany zapis: „§ 9 ust. 1. Zakazuje się sytuowania na budynkach tablic i urządzeń reklamowych niebędących szyldami. ust. 2 Zakaz określony w ust. 1 nie dotyczy umieszczania na dachach budynków wyższych niż 25 m, znajdujących się w obszarach „A” i „B” oraz wyższych niż 35 m na nieruchomościach w obszarze „C”, ażurowych liter lub znaków o wysokości nie przekraczającej 1/10 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 6 m. Uzasadnienie: Umieszczanie na elewacjach budynków, w tym także na elewacjach pozbawionych otworów okiennych, tablic i urządzeń reklamowych niebędących szyldami wpływa negatywnie na estetykę tych budynków. W konsekwencji oznacza to, że na walory estetyczne krajobrazu m.st. Warszawy, który w przeważającym stopniu jest kształtowany przez istniejącą na obszarze miasta zabudowę, zdecydowanie negatywnie oddziałuje umieszczanie na elewacjach budynków tablic i urządzeń reklamowych innych niż szyldy. Uzasadnia to wniosek o wprowadzenie bezwzględnego zakazu umieszczania tablic reklamowych innych niż szyldy na elewacjach budynków. W związku z powyższym proponuje się nadanie § 9 uchwały brzmienia jak wskazane powyżej. Wyjątek w tym zakresie stanowią umieszczane na dachach wysokich budynków ażurowych liter lub znaków.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ślepe elewacje techniczne, przeznaczone do zabudowy, stanowią nieatrakcyjny, pozbawiony walorów przestrzennych element krajobrazu miasta. Całkowity zakaz sytuowania na nich nośników reklamowych stanowiłby regulację nadmiernie restrykcyjną i niedostatecznie uzasadnioną wymogami ładu przestrzennego.
	33.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **Zniesienie strefy „B” poprzez włączenie jej obszaru do strefy „A”**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Przepis, którego dotyczy uwaga – uchwałodawca nie wprowadził w sposób wyraźny podziału m.st. na obszary, natomiast szczegółowe zapisy uchwały odnoszą się do strefy „A”, „B” i „C”. Proponowany zapis: odpowiednie zmiany w załączniku do uchwały Uzasadnienie: Projekt uchwały przewiduje podział obszaru m.st. Warszawy na trzy strefy („A”, „B” i „C”) o zróżnicowanych zasadach umieszczania nośników reklamowych. Największe ograniczenia co do form, gabarytów oraz intensywności sytuowania reklam zostały wprowadzone w strefie „A”. Strefa ta obejmuje jedynie ok. 3% całości obszaru m.st. Warszawy. Tym samym, zdaniem uchwałodowcy, jedynie taki obszar m.st. Warszawy zasługuje na wprowadzenie najwyższych zaproponowanych przez uchwałodawcę standardów w kwestii ochrony krajobrazu przed nadmierną obecnością reklamy. Powyższe ujęcie nie może być uznane za właściwe. Reprezentacyjny charakter centralnych obszarów m.st. Warszawy, będącego Stolicą Rzeczypospolitej Polskiej, przemawia za przyjęciem rozwiązania, zgodnie z którym strefa „A” obejmowałaby obszar zarówno wskazany w projekcie uchwały, jak i strefę „B”. Stąd też należy znieść strefę „B”, natomiast jej obszar włączyć do strefy „A”.	Podział na obszary „A”, „B” i „C” nie jest przypadkowy i opiera się na wypracowanym w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego m.st. Warszawy podziale miasta na strukturalne centrum i strefy funkcjonalne. W szczególności granice obszaru „A” są bardzo czytelne w przestrzeni miasta, dotycząc obszaru historycznie najintensywniej zurbanizowanego i zbliżonego do zasięgu terytorium Warszawy w XIX w. Należy ponadto wskazać, że założeniem projektu Uchwały jest daleko posunięta unifikacja standardów i zapewnienie realizacji zasad ładu przestrzennego na całym obszarze m.st. Warszawy, w związku z czym podział na strefy „A”, „B” i „C” posiada w praktyce jedynie znaczenie uzupełniające.
	33.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 11 lit. c **Treść uwagi:** **Zmniejszenie maksymalnej wysokości konstrukcji nośników reklamowych formatu dużego** Przepis, którego dotyczy uwaga: § 2 pkt 11 lit. c Proponowany zapis: nadanie § 2 pkt 11 lit. c uchwały następującego brzmienia: „zachowania wysokości konstrukcji – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 9 m” Uzasadnienie: Zgodnie z definicją nośnika reklamowego formatu dużego, przyjętą w § 2 pkt 11 projektu uchwały, wysokość konstrukcji tego nośnika nie może przekraczać 12m. Ten rodzaj nośnika, ze względu na swoje gabaryty (powierzchnia ekspozycyjna tego nośnika może przekraczać 18 m2) stanowi element bardzo silnie wpływający na krajobraz. Negatywne oddziaływanie tego nośnika na estetykę przestrzeni wzmacnia dodatkowo jego instalowanie na odpowiedniej wysokości, tak by był widoczny z możliwie dużej odległości. Przyjęta w projekcie maksymalna wysokość tych nośników (12 m) w sposób znaczący oddziałuje na przestrzeń powodując, że w terenie o mniej zwartej/niższej zabudowie nośniki te będę widoczne z odległości 1 km, czy nawet większej. Negatywnie wpływa to na walory estetyczne krajobrazu. Z tego względu, dążąc do ograniczenia powyższego efektu, proponuje się zmianę brzmienia § 2 pkt 11 projektu uchwały poprzez określenie, że wysokość konstrukcji tego nośnika nie może przekraczać 9 m.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W związku z bardzo ograniczonym dopuszczeniem przestrzennym nośnika reklamowego formatu dużego w projekcie Uchwały, uznano, że w specyficznych uwarunkowaniach przestrzennych wytypowanych w tym zakresie ciągów komunikacyjnych sytuowanie nośników o wysokości 12 m jest dopuszczalne z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	33.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 1 pkt 3 **Treść uwagi:** **Zwiększenie odległości pomiędzy tablicami reklamowymi sytuowanymi na słupku przedstawiających kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę** Przepis, którego dotyczy uwaga: § 11 ust. 1 pkt 3 Proponowany zapis: nadanie § 11 ust. 1 pkt 3 uchwały następującego brzmienia: „sytuowanych na słupku tablic reklamowych o wysokości 1,05 m i szerokości 0,63 m, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę, w minimalnej odległości 200 m od innych takich tablic reklamowych sytuowanych na słupkach bądź latarniach po tej samej stronie jezdni: w pasach drogowych” Uzasadnienie: § 11 ust. 1 pkt 3 projektu uchwały przewiduje, że minimalna odległość pomiędzy tablicami reklamowymi sytuowanymi na słupku przedstawiających kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę wynosi 50m. Oznacza to, że wzdłuż drogi uchwałodawca dopuścił	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Tablice tego typu są obecnie sytuowane przez zarządcę pasa drogowego w ramach miejskiego systemu informacji i nie wywołują negatywnych skutków dla ładu przestrzennego.

		zagęszczenie tego rodzaju nośnika reklamowego w ilości 20 tablic na każdy km drogi (40 tablic/ 1 km uwzględniając dopuszczalność sytuowania tych tablic po obu stronach jezdni). Taki współczynnik powoduje, że będzie to jedna z dominujących form reklamy. Oprócz negatywnego wpływu na przestrzeń, sposób sytuowania tych reklam - bezpośrednio przy pasie drogowym – stwarzać będzie także niebezpieczeństwo w ruchu drogowym (przesłanianie znaków drogowych, odwracanie uwagi kierujących od obserwacji ruchu drogowego). Proponuje się ustalenie minimalnej odległości pomiędzy tymi nośnikami na 200m. Ponadto, dążąc do zachowania estetyki przestrzeni poprzez redukcję dopuszczalnych gabarytów reklam, jak również konieczność zachowania bezpieczeństwa w ruchu drogowym, tablice te nie powinny być wyższe niż 1,05 m., w związku z czym należy zakazać umieszczania tych tablic o wysokości 2,07m. Z tożsamych względów należy przyjąć mniejszą ich szerokość niż zaproponowana w projekcie – proponuje się ustalenie maksymalnej szerokości na 0,63 m.	
	33.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 7 ust. 2 pkt 5 lit. a **Treść uwagi:** **Zmniejszenie maksymalnej wysokości szyldów w formie wolnostojącej dla restauracji umożliwiających zakup bezpośrednio z samochodu** Przepis, którego dotyczy uwaga: § 7 ust. 2 pkt 5 lit. a Proponowany zapis: nadanie § 7 ust. 2 pkt 5 lit. a uchwały następującego brzmienia: „dla restauracji o powierzchni użytkowej powyżej 250 m2, umożliwiających zakup bezpośrednio z samochodu – maksymalnie 8 m wysokości, a także o szerokości nie większej niż 20% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m” Uzasadnienie: Zgodnie z § 7 ust. 2 pkt 5 lit. a, dla szyldów w formie wolnostojącej, w przypadku restauracji o powierzchni użytkowej powyżej 250 m2, umożliwiających zakup bezpośrednio z samochodu, ustala się w obszarze „C” maksymalną ich wysokość na 20 m (21 m z uwzględnieniem 5% tolerancji wymiarów, o której mowa w § 3 pkt 1). Tak wysoki obiekt budowlany stanowi bardzo wyraźną dominantę w krajobrazie. Oddziaływanie tego typu nośnika reklamowego na przestrzeń staje się tym bardziej wyraźnie, jeśli uwzględnić, że w wielu obszarach strefy „C” występuje niska zabudowa, o wysokości nieprzekraczającej 12 m. Trzeba też wskazać, że w przypadku nośników reklamowych formatu dużego maksymalna wysokość konstrukcji jest znacznie mniejsza i wynosi 12 m (por. § 2 pkt 11). Nadto warto zauważyć, że w państwach odznaczających się znacznie wyższym poziomem estetyki przestrzeni, w tym zwłaszcza w sferze reklamowej (np. Niemcy), na terenie miast przyjmuje się znacznie niższą dopuszczalną wysokość tego typu nośników reklamowych. Równocześnie, proponowany zapis jednoznacznie faworyzuje przedsiębiorców, którzy prowadzą działalność umożliwiającą zakup bezpośrednio z samochodu (w szczególności sieć restauracji McDonalds, KFC, Burger King) i ma charakter dyskryminujący np. w stosunku do przedsiębiorców prowadzających działalność handlową (np. tego typu nośnik reklamowy wykorzystują sieci dyskontów, takie jak Biedronka, Lidl i in.). Z tego względu § 7 ust. 2 pkt 5 lit. a uchwały narusza konstytucyjną zasadę równości. Trzeba zauważyć, ze wybrana przez projektodawcę cecha - prowadzenie sprzedaży umożliwiające zakup bezpośrednio z samochodu - nie ma charakteru relewantnego, nie stanowi zatem dopuszczalnego kryterium pozwalającego na zróżnicowanie podmiotów podobnych, a więc z jednej strony sieci restauracji umożliwiających zakup bezpośrednio z samochodu, z drugiej strony innych przedsiębiorców prowadzących działalność handlową bądź usługową, także z branży restauracyjnej. Uwzględniając powyższe należy wnosić o ustalenie maksymalnej wysokości szyldów w formie wolnostojącej dla restauracji umożliwiających zakup bezpośrednio z samochodu w strefie „C” na 8 m, tj. regulacji tożsamej z proponowaną dla obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży 1.001-29.999 m2 (por. § 7 ust. 2 pkt 5 lit. b).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozwiązanie przyjęte w projekcie Uchwały równoważy wymogi ładu przestrzennego i dążenie do unikania nadmiernej restrykcyjności zapisów. Analiza stanu obecnego wskazuje, że sytuowane od wielu lat wysokie pylony wąskiej grupy podmiotów (centra handlowe, restauracje umożliwiające zakup z samochodu) stanowią na obszarach o mniejszej intensywności zabudowy rozwiązanie standardowe, a jednocześnie, z uwagi na ograniczoną liczebność i lokalizację przy dużych ciągach komunikacyjnych, nie tworzą rażącego problemu kompozycyjnego.
	33.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **Zmniejszenie maksymalnej wysokości szyldów obejmujących „cennik stacji paliw”** Przepis, którego dotyczy uwaga: § 7 ust. 2 pkt 4 Proponowany zapis: nadanie § 7 ust. 2 pkt 4 uchwały następującego brzmienia: „dla cenników stacji	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozwiązanie przyjęte w projekcie Uchwały równoważy wymogi ładu przestrzennego i dążenie do unikania nadmiernej restrykcyjności zapisów.

		paliw – maksymalnie jeden na każdą przyległą do nieruchomości drogę publiczną, o wysokości maksymalnie 6 m lub maksymalnie 8 m dla nieruchomości przyległych do drogi wojewódzkiej, a także o szerokości stanowiącej nie więcej niż 30% wysokości, przy zastrzeżeniu, że na obiektach ochrony konserwatorskiej maksymalna wysokość nie może przekraczać 6 m” Uzasadnienie: Zgodnie z § 7 ust. 2 pkt 4, dla szyldów w formie wolnostojącej dla cenników stacji paliw ustala się maksymalną ich wysokość na 8 m (10 m dla nieruchomości przyległych do drogi wojewódzkiej). Tak wysoki nośnik reklamowy (jeżeli uwzględnić, że wysokość wolnostojącego budynku restauracji umożliwiającej zakup bezpośrednio z samochodu nie przekracza 7m) stanowi istotną dominantę w krajobrazie. Zakładając, że nośnik ten pełni funkcję informacyjną wskazując lokalizację stacji paliw, za uzasadnione można uznać znaczną wysokość tych nośników poza obszarem zabudowanym. Powyższa przesłanka nie występuje natomiast na obszarze m.st. Warszawy, na terenie którego obowiązuje przy tym co do zasady ograniczenie prędkości do 50 km/h. Nie ma zatem potrzeby, aby cennik stacji paliw, pełniący również funkcję informacyjną (nie tyle jednak w aspekcie cen paliw, ale samej lokalizacji stacji), był widoczny ze znacznej odległości. Stąd też wystarczające jest, aby dla cennika stacji paliw została ustalona wysokość na 6m (8m dla nieruchomości przyległych do drogi wojewódzkiej). Ponownie wskazać też należy, że w innych państwach odznaczających się znacznie wyższym poziomem estetyki przestrzeni, w tym zwłaszcza w sferze reklamowej (np. Niemcy), na terenie miast przyjmuje się znacznie niższą dopuszczalną wysokość tego typu nośników reklamowych.	Analiza stanu obecnego wskazuje, że sytuowane od wielu lat pylony wąskiej grupy podmiotów, jakim są stacje benzynowe, stanowią na obszarach o mniejszej intensywności zabudowy rozwiązanie standardowe, a jednocześnie, z uwagi na ograniczoną liczebność i lokalizację przy dużych ciągach komunikacyjnych, nie tworzą rażącego problemu kompozycyjnego.
	33.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 7 ust. 2 pkt 4 **Treść uwagi:** **Wyłącznie cennika stacji paliw z pojęcia szyldu** Przepis, którego dotyczy uwaga: § 7 ust. 2 pkt 4 Proponowany zapis: wykreślenie § 7 ust. 2 pkt 4 Uzasadnienie: Zgodnie z art. 2 pkt 16d ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, szyldem jest tablica reklamowa informująca o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują. Ze względu na szczególne uwarunkowania związane z sytuowaniem szyldów (np. w przeciwieństwie do tablic i urządzeń reklamowych niebędących szyldami uchwałodawca nie może wprowadzić zakazu umieszczania szyldów) pojęcie szyldu należy rozumieć w sposób ścisły, tzn. jest nim tylko i wyłącznie tablica reklamowa informująca o działalności prowadzonej na nieruchomości. Na szyldzie nie mogą być zatem umieszczane żadne inne dane, nie stanowiące informacji o działalności prowadzonej na nieruchomości. Informacja o cenach produktów (in concreto - cennik stacji paliw) nie zalicza się do informacji o działalności prowadzonych na nieruchomości (do takich danych zaliczyć można nazwę stacji, oznaczenie podmiotu prowadzącego stację, dane teleadresowe, logo stacji). Oznacza to, że uznanie cennika stacji paliw za formę szyldu (por. § 7 ust. 2 pkt 4) jest niezgodne z art. 2 pkt 16d ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Stąd też należy wnosić o wykreślenie § 7 ust. 2 pkt 4.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Definicję szyldu z art. 2 pkt 16d ustawy należy odczytywać w kontekście definicji tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego, których rodzajem pozostaje, a więc nośników reklamy, oznaczającej „upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne”. Tym samym, szyld należy traktować jako nośnik informacji promującej wszystkie ww. aspekty, pod warunkiem prowadzenia poświęconej im działalności na nieruchomości, a nie jako informację o czynności w sensie dosłownym. Przy takim rozumieniu jako szyld kwalifikowałaby się znikoma część nośników reklamowych, bowiem w praktyce nośniki powszechnie rozumiane jako szyldy informują głównie o towarach bądź markach, a nie o czynnościach.
	33.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **Wprowadzenie definicji pojęcia „nośnik reklamowy”** Przepis, którego dotyczy uwaga: słowniczek do uchwały (§ 2) Proponowany zapis: brak możliwości ustalenia ze względu na nieokreślenie przez uchwałodawcę znaczenia pojęcia „nośnik reklamowy”. Uzasadnienie: Uchwałodawca posługuje się pojęciem „nośnik reklamowy”, jednak pojęcie to nie zostało zdefiniowane na gruncie uchwały reklamowej. Stwarza to wątpliwości co do nadawania temu pojęciu właściwego znaczenia. W tym stanie powyższe pojęcie powinno zostać zdefiniowanie w uchwale reklamowej.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niezrozumiała – projekt Uchwały definiuje pojęcia nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego, i tylko takie zastosowania tego terminu pojawiają się w treści dokumentu.

	33.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 14 pkt 2 **Treść uwagi:** **Skrócenie terminu, o którym mowa w § 14 pkt 2 uchwały, do 1 roku** Przepis, którego dotyczy uwaga: § 14 pkt 2 Proponowany zapis: nadanie § 14 pkt 2 uchwały następującego brzmienia: „pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – 1 rok od wejścia w życie Uchwały” Uzasadnienie: Uchwałodawca ustanowił dwuletni okres na dostosowanie innych niż szyldy tablic i urządzeń reklamowych do zasad i warunków określonych w uchwale. Dla dostosowania tablic i urządzeń reklamowych przez podmioty, które je umieściły w przestrzeni, w zupełności wystarczający się minimalny okres przewidziany w art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu, tj. okres 1 roku. Pozwoli to na możliwie szybkie wprowadzenie w życie uregulowań, które służyć będą przywróceniu na obszarze m.st. Warszawy ładu przestrzennego w zakresie reklam.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Przepis ten nie przewiduje możliwości zróżnicowania okresu dostosowania dla reklam ze względu na ich usytuowanie lub formę własności. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Termin 12 miesięcy w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótki. Nie pozwoliłby on osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z zasadami określonymi w uchwale.
	33.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 7 ust. 2 pkt 3 **Treść uwagi:** **Ograniczenie wysokości masztu flagowego stanowiącego szyld do 6 m** Przepis, którego dotyczy uwaga: § 7 ust. 2 pkt 3 Proponowany zapis: nadanie § 7 ust. 2 pkt 3 uchwały następującego brzmienia: „dla szyldów flagowych – maksymalnie dwa na nieruchomość oraz dodatkowo na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m2, maksymalnie 6 m wysokości łącznie z masztem, przy zachowaniu minimalnej odległości między szyldami flagowymi stanowiącej dwukrotność ich wysokości” Uzasadnienie: Wysokość masztów szyldów flagowych stanowiący szyld została ustalona na 10 m (por. § 7 ust. 2 pkt 3). Przyjęte gabaryty powodują, że ten rodzaj nośnika reklamowego stanowić będzie obiekt w istotny sposób wpływający na przestrzeń. Jednocześnie uchwałodawca dopuścił sytuowanie masztów flagowych w odległości 2 m jeden od drugiego. Jest to zatem odległość znacznie mniejsza niż w przypadku pozostałych rodzajów nośników reklamowych przewidzianych w uchwale. Trzeba ponadto zauważyć, że multiplikowanie szyldów na tej samej nieruchomości prowadzić będzie do sytuacji, w której tracą one charakter szyldu. Funkcję szyldu jako tablicy informującej o działalności prowadzonej na nieruchomości w równym bowiem stopniu pełni pojedynczy szyld (*in concreto* – maszt flagowy). W tym stanie należy przyjąć, że maksymalna liczba masztów flagowych pełniących funkcję szyldów na danej nieruchomości powinna być nie większa niż 2. Proponuje się ponadto, aby odległość między masztami flagowymi stanowiła dwukrotność ich wysokości, a więc dla masztów o wysokości 6 m minimalna odległość między nimi powinna wynosić 12 m.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazane przesądzenie wynika z niewielkiego wpływu sytuowanych w ograniczonej liczbie szyldów flagowych na ład przestrzenny.
Stowarzyszenie Sąsiedzkie Włochy	**34.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** załącznik graficzny nr 1 do projektu uchwał **Treść uwagi:** Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu): Usunięcie ul. Dźwigowej i ul. Kleszczowej z wykazu ulic, na których dopuszcza się sytuowanie niebędących szyldami tablic reklamowych w formie wolnostojącej i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej – formatu średniego, małego po obu stronach ulic Uzasadnienie: Uwagę dot. ul. Dźwigowej zgłaszaliśmy już podczas konsultacji w lipcu 2017 roku i jest dla nas niezrozumiałe dlaczego nie została przez Państwa uwzględniona. Ulica Dźwigowa stanowi wjazd do historycznego Miasta Ogrodu Włochy i powinna docelowo stanowić wizytówkę i „bramę” do tej zabytkowej części Warszawy (mieszkańcy zabiegają m.in. o stworzenie wzdłuż tej ulicy reprezentacyjnego skweru). Wnosimy o niedopuszczanie lokalizowania na jej terenie żadnych tablic	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przesłanki stojące za uwagą uznano za zasadne z punktu widzenia ładu przestrzennego – zredukowano zakres dopuszczenia do nośników reklamowych formatu małego.

		reklamowych i urządzeń wolnostojących nie będących szyldami. Analogiczną uwagę wnosimy odnośnie ulicy Kleszczowej. Ani ul. Dźwigowej ani ul. Kleszczowej nie można porównywać np. z ulicą Wolską, czy al. Krakowską, które pełnią zupełnie inne role komunikacyjne, są znacznie szersze, o większym natężeniu ruchu, a na których dopuszczono analogiczne formaty reklamowe. Co ważne zarówno Rada Dzielnicy Włochy, jak i mieszkańcy wnioskowali do BAiPP m.st. Warszawy o dokonanie zmiany w studium Warszawy (będzie to także wniosek do nowego studium) przebiegu drogi wojewódzkiej nr 719 z trasy ul. Dźwigowa – Chrobrego- Kleszczowa na trasę ul. Połczyńska – al. 4 czerwca 1989 roku. Oczekiwaniem lokalnej społeczności jest bowiem uspokajanie ruchu na tych ulicach i przekształcanie ich w reprezentacyjne osie wjazdowe do historycznego Miasta Ogrodu Włochy.	
	34.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** załącznik graficzny nr 1 do projektu uchwał **Treść uwagi:** <u>Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu):</u> Wnosimy o rozszerzenie obszaru B o teren dzielnicy Włochy <u>Uzasadnienie</u>: Obszar C, do którego zakwalifikowano dzielnicę Włochy charakteryzuje się znacznie gorszymi zapisami pod względem reklamowym dopuszczając np. siatki reklamowe na ślepych ścianach budynków. Jest dla nas niezrozumiałe dlaczego mieszkańcy Włoch (mieszkający poza układem urbanistycznym miasta ogrodu Włochy wpisanym do gminnej ewidencji zabytków) mają mieć gorsze warunki estetyczne aniżeli mieszkańcy niedalekiej Ochoty czy Woli. Zaproponowany podział stanowi w naszej ocenie formę dyskryminacji estetycznej mieszkańców naszej dzielnicy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Podział miasta na obszary „A”, „B” i „C” nie jest przypadkowy i opiera się na wypracowanym w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego m.st. Warszawy podziale miasta na strukturalne centrum i strefy funkcjonalne. Różnicowanie przestrzenne regulacji dla gminy o tak dużym obszarze i różnorodności sposobu zagospodarowania jest uzasadnione merytorycznie, nie świadczy o dyskryminacji poszczególnych obszarów i realizuje dyspozycję art. 37a ust. 6 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Należy ponadto wskazać, że założeniem projektu Uchwały jest daleko posunięta unifikacja standardów i zapewnienie realizacji zasad ładu przestrzennego na całym obszarze m.st. Warszawy, w związku z czym podział na strefy „A”, „B” i „C” posiada w praktyce jedynie znaczenie uzupełniające.
	34.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 14 . Określa się termin dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale, istniejących w dniu jej wejścia w życie: 1) szyldów – 3 lata od wejścia w życie Uchwały; 2) pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych – 2 lata od wejścia w życie Uchwały; 3) obiektów małej architektury – 5 lat od wejścia w życie Uchwały. **Treść uwagi:** <u>Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu):</u> Skrócenie okresu przejściowego, o którym mowa w § 14 : dla szyldów do 24 miesięcy, a dla pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do 18 miesięcy. <u>Uzasadnienie</u>: Nie ma uzasadnienia dopuszczenia tak długiego okresu przejściowego, biorąc pod uwagę jak długo trwają już prace nad przyjęciem w Warszawie uchwały krajobrazowej.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Przepis ten nie przewiduje możliwości zróżnicowania okresu dostosowania dla reklam ze względu na ich usytuowanie lub formę własności. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Terminy na dostosowanie do zasad określonych w uchwale wynoszące 24 miesiące dla szyldów i i 18 miesięcy dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótkie. Nie pozwoliłyby one osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z zasadami określonymi w uchwale.
	34.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt 1) lit. b) c) **Treść uwagi:** <u>Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu):</u> Ograniczenie dopuszczalnych nośników na ślepych ścianach w § 9 pkt 1) lit. b) c) - w postaci siatki reklamowej i w postaci nośników reklamowych dużego formatu <u>Uzasadnienie</u>: Projekt Uchwały dopuszcza na tzw. ślepych ścianach budynków sytuowanie reklam w postaci siatek reklamowych oraz nośników reklamowych formatu dużego. Jesteśmy przeciwni takiemu rozwiązaniu – te formy reklamowe powinny zostać całkowicie wykluczone z możliwości wieszania na	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozwiązanie przyjęte w projekcie Uchwały równoważy wymogi ładu przestrzennego i dążenie do unikania nadmiernej restrykcyjności zapisów. Ślepe elewacje techniczne, przeznaczone do zabudowy, stanowią nieatrakcyjny, pozbawiony walorów przestrzennych element krajobrazu miasta. Całkowity zakaz sytuowania na nich nośników reklamowych w postaci siatek lub tablic reklamowych stanowiłby regulację nadmiernie restrykcyjną i niedostatecznie uzasadnioną wymogami ładu

		budynkach jako szpecące miejską architekturę.	przestrzennego.
	34.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** w par 12 ust.2) dla wyposażenia placów miejskich, a także poniżej wymienionych terenów dostępnych publicznie, wskazanych na Załączniku graficznym nr 2, dopuszcza się rozwiązania indywidualne, spójne w zakresie stylu w obrębie danego miejsca, inne niż określone w pkt 1 lit. b oraz e: a) obszar Starego Miasta, wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO, b) obszar Traktu Królewskiego, w szczególności ciąg ulic Krakowskie Przedmieście, Nowy Świat i Aleje Ujazdowskie wraz z łączącymi je przestrzeniami, c) ciąg ulic Mazowiecka, Szpitalna, Bracka wraz z łączącymi je przestrzeniami, d) ulica Targowa, e) zespół pl. Wileńskiego, pl. Weteranów 1863 r. oraz łączącego je odcinka al. „Solidarności”; **Treść uwagi:** Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu): Proponujemy dopisanie punktu f) zachowanych obszarów dawnych miast-ogrodów (m.in. Włochy) Uzasadnienie: Fragmenty Warszawy, które stanowią dawne miasta ogrody stanowią wielką wartość dodaną dla stolicy, ale obecnie małą docenianą i mało zauważaną. Są to miejsca, które posiadają swoją unikalną historyczną tożsamość, która niestety w żaden sposób nie jest podkreślona. Umożliwienie im tworzenia indywidualnych, charakterystycznych dla miast-ogrodów rozwiązań podniosłoby znacząco estetykę tych obszarów i pozwoliło podkreślić ich wyjątkowe dziedzictwo.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapisy projektu Uchwały nie wykluczają realizacji na obszarach miast-ogrodów indywidualnych rozwiązań projektowych dla obiektów małej architektury. Wskazany w uwadze przepis jedynie dopuszcza dla wybranych lokalizacji centralnych jeszcze szersze spektrum materiałowe i alternatywne rozwiązania kolorystyczne w stosunku do znacznego wachlarzu możliwości określonego w dokumencie dla pozostałych części miasta. Możliwość taka nie wydaje się być uzasadniona merytorycznie dla warszawskich miast-ogrodów.
Wspólnota Mieszkaniowa Al. Jerozolimskie 42	**35.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie nie uwzględnia prawa własności, walorów ekonomicznych, ważnego interesu prywatnego ani ochrony istniejącego stanu zagospodarowania terenów. Rozporządzenie ma za zadanie wprowadzać ład, a w obecnym kształcie uwzględnia jedynie zakazy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, w jaki sposób projekt uchwały godzi we wskazane wartości i prawa. Wprowadzanie ładu opiera się, co do zasady, na eliminowaniu, a więc zakazywaniu działań, które godzą w jego zasady. Należy ponadto podkreślić, że nadrzędnym celem i dyspozycją ustawową Uchwały nie jest wspieranie interesów ekonomicznych poszczególnych inwestorów, ale wspieranie interesu publicznego w drodze poprawy jakości przestrzeni publicznych i przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych.
	35.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały trafia w interesy właścicieli nieruchomości — szczególnie w przypadku gdy zawarli umowy z reklamodawcami na dłuższe okresy, a umowy nie przewidują możliwości zakończenia ich bez konieczności ponoszenia z tego tytułu kosztów (np. kary umowne). W jaki sposób miasto ma zamiar zrekompensować szkody i utracone korzyści wobec właścicieli nieruchomości, których zyski zostaną zmniejszone po wejściu w życie uchwały?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dyspozycja tworzenia jednolitych regulacji dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla obszaru całej gminy wraz z obowiązkiem dostosowawczym i zastąpienia przez nie dotychczasowych, fragmentarycznych i rozproszonych regulacji w tym zakresie, istniejących w treści poszczególnych miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, wynika z zapisów art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz art. 12 ust. 2 Ustawy z 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Dyspozycją ustawy jest ochrona interesu publicznego poprzez ograniczenie swobody funkcjonowania nośników reklamowych w przestrzeni publicznej, nie zaś bezterminowa ochrona projektowanych zysków podmiotów umieszczających nośniki reklamowe w przestrzeni publicznej. Należy również zauważyć, że – w aktualnych realiach funkcjonowania rynku reklamy zewnętrznej na terenie m.st. Warszawy – stronami umów z

			reklamodawcami nie są, co do zasady, właściciele nieruchomości, ale operatorzy nośników reklamowych.
	35.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak możliwości finansowania działalności właścicieli nieruchomości przez reklamodawców lub najemców lokali (szyldy) spowoduje, iż właściciele będą dysponować o wiele mniejszymi budżetami remontowymi i nie będą posiadali wystarczających środków na nowe inwestycje, a zatem uchwała w sposób pośredni przyczyni się do pogorszenia (lub braku poprawy) stanu nieruchomości. Przyniesienie ładu w sferze umiejscowienia nośników (szyldy, tablice, urządzenia reklamowe) spowoduje odwrotny skutek w postaci pogorszenia stanu istniejących budynków.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest czytelnego związku między dochodami właścicieli nieruchomości a dotyczącymi szyldów regulacjami, zawartymi w projekcie uchwały, bowiem nie zakazuje on ich sytuowania, a jedynie ogranicza skalę i lokalizację. Ewentualne rozliczenia między właścicielami nieruchomości a inwestorami szyldów pozostają przedmiotem swobodnych umów cywilnoprawnych i nie są regulowane w projekcie uchwały. Należy jednocześnie zauważyć, że ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	35.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Analiza obszaru miasta sugeruje konieczność wprowadzenia obok już istniejących definicji szyldu również definicję szyldu neonowego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia dla uwagi – szyldy neonowe mieszczą się w zawartej w projekcie Uchwały definicji formy ażurowej szyldów**.**
	35.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Z uwagi na częste oznaczanie działalności poprzez umieszczenia napisów w formie liter, neonów na budynkach w części ponad parterowej czy na dachach- zasadnym jest uregulowanie tej kwestii.	**Stanowisko:** Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zagadnienie jest już uregulowane w uchwale za pomocą zdefiniowanego pojęcia formy ażurowej tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
	35.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dodatkowo w projekcie wielokrotnie ukazane zostało zwiększenie nierównego traktowania beneficjentów nowych konstrukcji, takich jak szyldy, tablice i urządzenia. Godzi również w konstytucyjne prawa, wolności i zasady: zasadę proporcjonalności, wolności środków przekazu społecznego, wolności wyrażania poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji.	Uwaga nieuwzględniona. **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niejasna – nie wskazano, na czym polega nierówne traktowanie „beneficjentów nowych konstrukcji”. Brak jest również prawnych i logicznych przesłanek do uznania bezwarunkowego prawa do reklamy, tj. nieograniczonego rozpowszechniania informacji promującej m.in. osoby, przedsiębiorstwa, towary i usługi, za część wolności i praw konstytucyjnych wzmiankowanych w art. 14 i 54 Konstytucji RP. Należy podkreślić, że ograniczenia obecności reklamy w przestrzeni publicznej, sformułowane w projekcie Uchwały, opierają się na odpowiednich delegacjach ustawowych, w szczególności art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	35.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W tekście projektu możemy zauważyć chęć udzielenia monopolu dla: o reklam skarbu państwa i jednostek samorządu terytorialnego; o informowania tylko o inwestycjach z udziałem środków publicznych; o firm, które dysponują powierzchniami na wiatach przystankowych, obiektach do 15 m2 (kioski itp.), słupach oświetleniowych i trakcyjnych, na wejściach do metra, na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach metra; o wolnostojących słupów ogłoszeniowo-reklamowych;	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia, na czym miałby polegać monopol, tj. uniemożliwienie prowadzenia danej działalności przez konkurencyjne podmioty, na wskazanych polach działalności.

		○ tablic lub urządzeń reklamowych dotyczących instytucji kultury.	
	35.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt zawiera niezrozumiałe zróżnicowanie i określenie dłuższego okresu dostosowania się do uchwały dla szyldów (3 lata) niż dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych (2 lata). Reklamy wymagają więcej czasu w zakresie procesu dostosowawczego (§ 14 pkt 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Długość okresu wyznaczonego na Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. W uwadze nie wskazano, z jakiego powodu niezbędne jest przedłużenie okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	35.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W projekcie uchwały brak uzasadnienia dla sytuowania tablic i urządzeń wyłącznie na budynkach do 25 m wysokości. Uchwała ma wprowadzić ład, nie może stanowić nadużycia prawa oraz nie może wprowadzać niczym nieuzasadnionych zakazów, a zatem należałoby przyjąć, iż możliwe jest sytuowanie reklam na wszystkich budynkach bez względu na ich wysokość — zaś jedynie nośnik nie powinien być montowany na wysokości wyższej niż z góry określona tj. np. do wysokości 25 m. Takie rozwiązanie zapewni ład i nie będzie różnicował pozycji właścicieli różnych nieruchomości. W przeciwnym wypadku oznacza to nierówne traktowanie właścicieli wyższych nieruchomości, którzy mogą jedynie montować reklamy na dachach, a także niekorzystne traktowanie właścicieli niższych nieruchomości, którzy nie mają tego prawa (§ 9 pkt 1).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały nie może zawierać merytorycznego uzasadnienia poszczególnych regulacji, ponieważ byłoby to niezgodne z zasadami techniki prawodawczej. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	35.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wprowadzenie ograniczenia w zakresie przyszłych reklam remontowych w żaden sposób nie jest spójne z rzeczywistością i czasem trwania prac remontowych — reklamy często stanowią źródło finansowania prac. Dopuszczenie umieszczenia siatki reklamowej tylko na rusztowaniach, gdzie wykonywane są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku pomija takie okoliczności jak możliwość remontowania innych części budynku niż elewacja (§ 10 pkt 3 lit. b).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Przepis dopuszcza umieszczanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których prowadzone są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku, czyli rusztowaniach roboczych, ochronnych lub systemowych, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 6 lutego 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy podczas wykonywania robót budowlanych. Stosowanie rusztowań jest obowiązkowe podczas

			wykonywania robót murarskich i tynkarskich na wysokości powyżej 1 m. Do zabezpieczeń stanowisk pracy na wysokości służą również siatki ochronne i siatki bezpieczeństwa. Okna lokali mieszkalnych są przesłonięte podczas prowadzonych prac remontowych, w związku z czym projekt uchwały przewiduje możliwość umieszczenia na siatkach ochronnych i zabezpieczających nadruku reklamowego. Remont innych części budynku, np. klatek schodowych lub piwnic, nie wymaga rozstawienia rusztowań przy elewacji, w związku z czym nie istnieje konstrukcja, na której siatka reklamowa mogłaby zostać rozpięta. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków mieszkalnych na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
Wspólnota Mieszkaniowa nieruchomości przy ul. Bagno 3	**36.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie nie uwzględnia prawa własności, walorów ekonomicznych, ważnego interesu prywatnego ani ochrony istniejącego stanu zagospodarowania terenów. Możliwość umieszczania reklam wielkoformatowych na budynku częstokroć stanowi dla właścicieli nieruchomości / Wspólnot Mieszkaniowych zasadnicze źródło finansowania koniecznych remontów. Uchwała w sposób pośredni przyczyni się do pogorszenia substancji budynku lub braku poprawy stanu technicznego nieruchomości. Uregulowania, że nośniki reklamowe będą mogły być umieszczane tylko na ślepych ścianach budynków, praktycznie wyklucza budynki wielomieszkaniowe. Ponadto Uchwała godzi w słuszne interesy właścicieli nieruchomości, szczególnie w przypadku, gdy zawarli umowy z reklamodawcami na dłuższe okresy, a umowy nie przewidują możliwości zakończenia ich, bez konieczności ponoszenia z tego tytułu kosztów (np. kary umowne) lub w ogóle nie przewidują możliwości ich przedwczesnego zakończenia. Reklama o estetycznym wyglądzie może być poprawą wyglądu budynku, a dla Wspólnoty jest to istotny sposób na poprawę finansów, zwłaszcza, kiedy budynek jest stary i wymaga dużych inwestycji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, w jaki sposób projekt uchwały godzi we wskazane wartości i prawa. Nadrzędnym celem i dyspozycją ustawową Uchwały nie jest wspieranie interesów ekonomicznych poszczególnych inwestorów, ale wspieranie interesu publicznego w drodze poprawy jakości przestrzeni publicznych i przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych. Należy jednocześnie zauważyć, że ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	36.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Powinna zostać doprecyzowana kwestia usytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budynku, w sytuacji, w której posiada on więcej niż jedno wejście.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z zapisami projektu Uchwały, przepisy dotyczące sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych przy wejściu do budynku, odnoszą się do każdorazowo do pojedynczego wejścia, niezależnie od ich liczby w danym budynku.
	36.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała ta nierówno traktuje właścicieli nieruchomości, faworyzuje właścicieli nieruchomości w pasie drogowym i na działkach miejskich (przejścia podziemne, podziemne obiekty Metra Warszawskiego, czyli na reklamie zewnętrznej zarabiać będzie głównie Miasto. W tych wypadkach dopuszcza się bez ograniczeń tablice i urządzenia reklamowe. Dotyczy to również informacji o inwestycjach prowadzonych ze środków publicznych. Prowadzi to do monopolizacji rynku reklamowego dla reklam skarbu państwa i jednostek samorządu terytorialnego, informowania tylko o inwestycjach z udziałem środków publicznych (co z inwestycjami ze środków unijnych), czy firm, które dysponują powierzchniami na wiatach przystankowych, obiektach do 15 m2 (kioski itp.), słupach oświetleniowych i trakcyjnych, na wejściach do metra, na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach metra.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Z projektu Ustawy usunięto odniesienie do konkretnego podmiotu, tj. Metra Warszawskiego. Pozostałe wskazane w uwadze regulacje nie odnoszą się do konkretnych podmiotów, lecz wynikają z uwarunkowań ładu przestrzennego, tj. braku negatywnego oddziaływania na krajobraz nośników umieszczonych w przejściach podziemnych bądź niewielkiego oddziaływania nań ustandaryzowanych nośników o niewielkiej skali. Struktura własnościowa poszczególnych typów nośników nie może być przedmiotem regulacji Uchwały i podlega niezależnym procesom gry rynkowej. Informacja o inwestycjach z udziałem środków publicznych jest

			specyficznym typem informacji, który nie posiada charakteru komercyjnego i dotyczy ograniczonej liczby dóbr ogólnodostępnych. Za możliwością jej rozpowszechniania przemawia ważny interes publiczny, co uzasadnia wprowadzenie w tym wypadku odmiennych rozwiązań, niż w przypadku działalności podmiotów promujących nieograniczoną ilość odpłatnych towarów i usług.
	36.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W uchwale brak jest zapisów dotyczących ekspozycji materiałów wyborczych i zasad ich sytuowania oraz wyglądu. Okres kampanii wyborczej, zwłaszcza okres przedwyborczy trwający zwykle kilka tygodni przed wyborami, to jest okres wzmożonego zanieczyszczania wizualnego miasta.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Delegacja ustawowa, na której opiera się projekt Uchwały, wypływa z zapisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Brak jest odpowiedniej delegacji w ustawie kodeks wyborczy, co nie daje podstaw do ewentualnego zawężania w Uchwale jego przepisów, w szczególności art. 110 i 114.
	36.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 14 ust. 2 **Treść uwagi:** Uchwała zawiera niezrozumiałe zróżnicowanie i określenie dłuższego okresu dostosowania do uchwały dla szyldów (3 lata) niż dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych (2 lata). Reklamy wymagają więcej czasu w zakresie procesu dostosowawczego (§ 14 ust. 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. W uwadze nie wskazano, z jakiego powodu niezbędne jest przedłużenie okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	36.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 ust. 1 **Treść uwagi:** Nie występuje merytoryczne uzasadnienie dla uprzywilejowania właścicieli nieruchomości, w których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy z pasem drogowym (§ 9 ust. 1).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta, w której elewacje frontowe budynków przylegają do pasów drogowych ulic. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta budynkach wzniesionych w ramach wolnostojących struktur modernistycznych. Ściany szczytowe takich budynków, choć często ślepe, nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	36.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 8 ust. 2 pkt c **Treść uwagi:** Nie występuje merytoryczne uzasadnienie dla uprzywilejowania działek miejskich np. przejścia podziemne lub podziemne obiekty Metra Warszawskiego dla których dopuszcza się bez dodatkowych ograniczeń tablice reklamowe i urządzenia reklamowe (§ 8 ust. 2 pkt c).	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Z projektu Ustawy usunięto odniesienie do konkretnego podmiotu, tj. Metra Warszawskiego. Regulacja dotycząca przejść podziemnych nie odnosi się do konkretnego podmiotu, a obiekty takie znajdują się również na nieruchomościach niebędących we władaniu m.st. Warszawy; przepis wynika z uwarunkowań ładu przestrzennego, tj. braku negatywnego oddziaływania na krajobraz nośników umieszczonych w przejściach

			podziemnych.
	36.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 ust. 2 **Treść uwagi:** Dopuszczenie tablic i urządzeń reklamowych na dachach budynków wyższych niż 25 m na obszarach A i B, oraz niż 35 m na obszarze C, dyskryminuje właścicieli niższych nieruchomości, którzy nie mają tego prawa (§ 9 ust. 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Różnicowanie przepisów projektu Uchwały w zależności od sposobu zagospodarowania terenu jest podstawowym warunkiem ich dopasowania do wymogów ładu przestrzennego. Wskazana regulacja wynika z konieczności uniknięcia masowości zjawiska sytuowania nośników reklamowych na dachach i jego ograniczenia wyłącznie do obiektów stanowiących odpowiednio wyróżniający się akcent wysokościowy.
	36.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 ust. 2 **Treść uwagi:** Dopuszczenie tablic i urządzeń reklamowych na elewacjach szczytowych budynków niższych niż 25 m, położonych na granicy działki z pasem drogowym, dyskryminuje właścicieli wyższych nieruchomości oraz nieruchomości, których elewacja frontowa nie znajduje się w pasie drogowym (§ 9 ust. 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Różnicowanie przepisów projektu Uchwały w zależności od sposobu zagospodarowania terenu jest podstawowym warunkiem ich dopasowania do wymogów ładu przestrzennego. Wskazana regulacja wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	36.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 ust 3 **Treść uwagi:** Dopuszczenie umieszczenia siatki reklamowej przesłaniającej okno tylko na rusztowaniach, podczas prac remontowych lub budowlanych na elewacji budynku, pomija takie okoliczności jak możliwość remontowania innych części budynku niż elewacja (§ 10 ust 3). Ponadto narzucenie maksymalnego okresu ekspozycji siatki reklamowej - 9 miesięcy co 5 lat, nie uwzględnia specyfiki robót budowlanych, gdzie proces inwestycyjny może trwać dłużej niż 9 m-cy (§ 10 ust 3 pkt b).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Przepis dopuszcza umieszczanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których prowadzone są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku, czyli rusztowaniach roboczych, ochronnych lub systemowych, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 6 lutego 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy podczas wykonywania robót budowlanych. Stosowanie rusztowań jest obowiązkowe podczas wykonywania robót murarskich i tynkarskich na wysokości powyżej 1 m. Do zabezpieczeń stanowisk pracy na wysokości służą również siatki ochronne i siatki bezpieczeństwa. Okna lokali mieszkalnych są

			przesłonięte podczas prowadzonych prac remontowych, w związku z czym projekt uchwały przewiduje możliwość umieszczenia na siatkach ochronnych i zabezpieczających nadruku reklamowego. Remont innych części budynku, np. klatek schodowych lub piwnic, nie wymaga rozstawienia rusztowań przy elewacji, w związku z czym nie istnieje konstrukcja, na której siatka reklamowa mogłaby zostać rozpięta. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków mieszkalnych na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	36.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 ust. 2 i 3 **Treść uwagi:** Postanowienia uchwały wprowadzają nierówne traktowanie podmiotów prowadzących na danej nieruchomości działalność poprzez określenie ilości szyldów (§ 4 ust. 3). Liczba szyldów powinna być uzależniona od wielkości budynku lub wielkości inwestycji. Dodatkowo zakaz sytuowania szyldów zmiennych wykracza poza zakres ustawowy - Rada Gminy nie ma kompetencji do wprowadzania zakazu w zakresie sytuowania szyldów (§ 4 ust. 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ograniczenie liczby szyldów sytuowanych przez podmiot na nieruchomości wynika wprost z dyspozycji art. 37a ust. 2 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Jednocześnie brak jest przekonującego uzasadnienia dla uzależnienia liczby szyldów, którą może umieścić na nieruchomości podmiot, od wielkości budynku – duży budynek może być siedzibą bardzo wielu podmiotów, przez co taka regulacja powodowałaby chaos przestrzenny. Nie jest również jasne, dlaczego liczba szyldów sytuowanych przez podmiot miałaby zależeć od wielkości prowadzonej przez ten podmiot inwestycji i jak należałoby tę wielkość mierzyć. Projekt Uchwały nie przewiduje zakazu sytuowania szyldów w ogóle, lecz jedynie określonych typów szyldów. Zakres tej regulacji nie przekracza kompetencji gminy wynikających z upoważnienia ustawowego, z definicji każda regulacja stanowi bowiem zakaz prowadzenia określonych działań, niemieszczących się w przewidzianym w regulacji zakresie.
M.G.	**37.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Na początku chciałam podnieść sprawę nie uwzględnienia w **uchwale** ochrony praw nabytych, a więc zasadnym wydaje się być potrzeba dodania ust. 11 do art. 37a do Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym **ustępu** o następującej treści: *„Uchwała nie ma zastosowania do urządzeń reklamowych zrealizowanych w oparciu o skutecznym ich zgłoszeniu i o pozwoleniu na ich budowę”.* Powyższa proponowana zmiana będzie miała również na celu eliminację być może wielu spraw sądowych związanych z obniżeniem wartości nieruchomości.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z

			wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
PKP S.A.	**37.2.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Mieszkańcy naszego budynku w sposób szczególny narażeni są na zanieczyszczone powietrze. Okna naszego budynku „wychodzą na" bardzo ruchliwe (dwa) przystanki autobusowe w kierunku Pragi, na podjazd ogromnych autobusów wycieczkowych do hotelu. Latem przez wiele godzin w ciągu dnia nasłonecznienie budynku jest ogromne. Wszyscy bez wyjątku właściciele lokali i mieszkańcy zaakceptowali siatkę przed oknami swoich okien. Także Miasto Stołeczne Warszawa finansowo partycypuje w przychodach uzyskanych z reklam na siatkach zasłaniających okna, chroniących elewację budynku, oraz z reklamy na Dachu Budynku.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Kryterium, na którym mogą opierać się przesądzenia projektu Uchwały, są wymogi ładu przestrzennego, nie zaś indywidualne preferencje mieszkańców poszczególnych nieruchomości.
	38.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III, rozdział 3, paragraf 11 ust. 1 **Treść uwagi:** Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu): W § 10 dodaje się pkt 10 o następującej treści: „na dworcach kolejowych i budynkach infrastruktury kolejowej wraz z peronami" Uzasadnienie: Możliwość sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na wiatach przystankowych komunikacji miejskiej – pominięcie infrastruktury kolejowej, Bez przedmiotowej poprawki uchwała będzie faworyzować w nieuzasadniony sposób obiekty transporty miejskiego kosztem obiektów innych form transportu.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ujednoznaczniono możliwość umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w budynkach, o ile nośniki te nie są widoczne z przestrzeni dostępnej publicznie, przy czym doprecyzowano definicję tego terminu. Rozszerzono dopuszczenie na wszystkie wiaty przystankowe publicznego transportu zbiorowego.
	38.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III, paragraf 9 **Treść uwagi:** Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu): W § 9 należy dodać pkt 3 o następującej treści: „na elewacjach i dachach usytuowanych na dworcach kolejowych i budynkach infrastruktury kolejowej". Uzasadnienie: Bez tego dodatkowego postanowienia zostanie wprowadzony faktyczny zakazu reklam na terenie Dworca Centralnego (reklamy na budynkach i budowlach) – tym samym ograniczenie prawa do informacji pasażerów oraz , jak i z uwagi na specyfikę obiektu.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sytuowanie nośników reklamowych na reprezentacyjnych budynkach dworców jest niewłaściwe z punktu widzenia zasad ładu przestrzennego. Informacja pasażerska, zgodnie z art. 2 pkt 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, nie mieści się w definicji reklamy i nie jest objęta regulacjami projektu Uchwały.
	38.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III, Rozdział 3, § 10 pkt 7 **Treść uwagi:** Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu): „na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach podziemnych obiektów Metra Warszawskiego, ścianach przejść podziemnych dworców kolejowych i budynkach infrastruktury kolejowej;" Uzasadnienie: Wprowadzenie możliwości sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami bez ograniczeń w przejściach podziemnych i podziemnych obiektach Metra Warszawskiego – pominięcie infrastruktury związanej z ruchem kolejowym. Bez przedmiotowej poprawki uchwała będzie faworyzować w nieuzasadniony sposób obiekty Metra kosztem innych form transportu.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis został usunięty jako zbędny – dublujący zapisy § 8 pkt 2 lit. c

	38.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział IV, paragraf 16 punkt 1-3 **Treść uwagi:** Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu): Wprowadzenie zapisów rozgraniczających te dwie formy. Uzasadnienie: Kwestia naruszenia praw nabytych – konieczność dostosowania szyldów, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz obiektów małej architektury niezależnie od tego czy je posadowiono w oparciu o skuteczne zgłoszenie czy pozwolenie na budowę.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uchwała, zgodnie z art. 37 a ust. 4 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, jest aktem prawa miejscowego i stanowi ustawowe ograniczenie prawa własności, o którym mowa w art. 54 Konstytucji. Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
	38.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I, paragraf 3 punkt 37 **Treść uwagi:** Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu): „wyświetlaczu – należy przez to rozumieć taki typ tablicy reklamowej, który eksponuje zmieniające się nie częściej niż co 10 s treści reklamowe…” – *usunąć zapis nieruchome* Uzasadnienie: Wyeliminowanie nowoczesnej technologii – wprowadzenie pojęcia wyświetlacza, który nie dopuszcza możliwości korzystania z ruchomych obrazów.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Kryterium, na którym mogą opierać się przesądzenia projektu Uchwały, są wymogi ładu przestrzennego, nie zaś dostępne możliwości technologiczne. Ruchome obrazy stanowią bardzo intensywny bodziec wizualny, który negatywnie wpływa zarówno na ład przestrzenny w krajobrazie miasta, jak i na bezpieczeństwo ruchu.
	38.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II, rozdział 4, paragraf 7. ust. 1 pkt 2 **Treść uwagi:** Sugerowana zmiana (konkretny sugerowany zapis paragrafu i punktu): Dodać lit. h) o następującej treści „stanowi informację o transporcie kolejowym” Uzasadnienie: Szyld zmienny pozwalający na zmianę eksponowanej treści dopuszczalny jest wyłącznie jako cennik stacji paliwowej lub informację o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych . Oznacza to brak możliwości informowania np. o godzinach odjazdów / przyjazdów pociągów.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozkład jazdy, zgodnie z art. 2 pkt 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, wykracza poza definicję reklamy i nie jest objęty regulacjami projektu Uchwały.
Warszawska Fundacja Filmowa	**39.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Załącznik nr 2 **Treść uwagi:**	Uwaga częściowo nieuwzględniona

		Dotyczy zał.2 (brak słupów reklamowych niepodświetlanych). Zwracamy się z uprzejmą prośbą o NIE LIKWIDOWANIE słupów reklamowych niepodświetlanych typu „Traffic". Słupy te od wielu, wielu lat są wykorzystywane przez WFF przy organizacji kolejnych edycji WARSZAWSKIEGO MIĘDZYNARODOWEGO FESTIWALU FILMOWEGO. Jest to znacznie TAŃSZA!!! forma reklamy niż słupy podświetlane, co nie jest bez znaczenia przy organizacji imprez kulturalnych, które zawsze borykają się z brakiem pieniędzy. Słupy niepodświetlane są bardziej ekonomiczne, ponieważ nie zużywają prądu i są w pełni „wykorzystywane" przez mieszkańców Warszawy w ciągu dnia, ponieważ większość mieszkańców stolicy w nocy śpi. Poza tym słupy niepodświetlane wpisują się w krajobraz Warszawy od wielu pokoleń. LIKWIDACJA SŁUPÓW NIEPODŚWIETLANYCH UDERZY W KULTURĘ.  	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W związku z zasadnością uwagi, rozbudowano Załącznik nr 2, zawierający wzory słupów ogłoszeniowo-reklamowych, o nowy wzór słupa przeznaczonego dla plakatów wyklejanych.
Przedsiębiorstwo Projektowania i Realizacji Inwestycji Specjalnych BIPROMASZ Sp. z o.o.	**40.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie nie uwzględnia prawa własności, walorów ekonomicznych, ważnego interesu prywatnego ani ochrony istniejącego stanu zagospodarowania terenów. Rozporządzenie ma za zadanie wprowadzać ład, a w obecnym kształcie uwzględnia jedynie zakazy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, w jaki sposób projekt uchwały godzi we wskazane wartości i prawa. Niejasne jest, na czym polega wskazana w uwadze sprzeczność między tworzeniem ładu a wprowadzaniem zakazów – przestrzeganie ładu opiera się, co do zasady, właśnie na powstrzymywaniu działań, które godzą w jego zasady. Należy ponadto podkreślić, że celem i dyspozycją ustawową Uchwały nie jest wspieranie interesów ekonomicznych poszczególnych inwestorów, ale wspieranie interesu publicznego w drodze poprawy jakości przestrzeni publicznych i przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych.
	40.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak możliwości finansowania działalności właścicieli nieruchomości przez reklamodawców lub najemców lokali (szyldy) spowoduje, iż właściciele będą dysponować o wiele mniejszymi budżetami remontowymi i nie będą posiadali wystarczających środków na nowe inwestycje, a zatem uchwała w sposób pośredni przyczyni się do pogorszenia (lub braku poprawy) stanu nieruchomości. Przyniesienie ładu w sferze umiejscowienia nośników (szyldy, tablice, urządzenia reklamowe) spowoduje odwrotny skutek w postaci pogorszenia stanu istniejących budynków.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest czytelnego związku między dochodami właścicieli nieruchomości a dotyczącymi szyldów regulacjami, zawartymi w projekcie uchwały, bowiem nie zakazuje on ich sytuowania, a jedynie ogranicza skalę i lokalizację. Ewentualne rozliczenia między właścicielami nieruchomości a inwestorami szyldów pozostają przedmiotem swobodnych umów cywilnoprawnych i nie są regulowane w projekcie uchwały. Należy jednocześnie zauważyć, że ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez

			ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	40.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała godzi w słuszne interesy właścicieli nieruchomości - szczególnie w przypadku gdy zawarli umowy z reklamodawcami na dłuższe okresy, a umowy nie przewidują możliwości zakończenia ich bez konieczności ponoszenia z tego tytułu kosztów (np. kary umowne).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dyspozycja tworzenia jednolitych regulacji dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla obszaru całej gminy wraz z obowiązkiem dostosowawczym i zastąpienia przez nie dotychczasowych, fragmentarycznych i rozproszonych regulacji w tym zakresie, istniejących w treści poszczególnych miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, wynika z zapisów art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz art. 12 ust. 2 Ustawy z 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Dyspozycją ustawy jest ochrona interesu publicznego poprzez ograniczenie swobody funkcjonowania nośników reklamowych w przestrzeni publicznej, nie zaś bezterminowa ochrona projektowanych zysków podmiotów umieszczających nośniki reklamowe w przestrzeni publicznej. Należy również zauważyć, że – w aktualnych realiach funkcjonowania rynku reklamy zewnętrznej na terenie m.st. Warszawy – stronami umów z reklamodawcami nie są, co do zasady, właściciele nieruchomości, ale operatorzy nośników reklamowych.
	40.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dodatkowo w projekcie wielokrotnie ukazane zostało zwiększenie nierównego traktowania beneficjentów nowych konstrukcji, takich jak szyldy, tablice i urządzenia. Godzi również w konstytucyjne prawa, wolności i zasady: zasadę proporcjonalności, wolności środków przekazu społecznego, wolności wyrażania poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niejasna – nie wskazano, na czym polega nierówne traktowanie „beneficjentów nowych konstrukcji”. Brak jest również prawnych i logicznych przesłanek do uznania bezwarunkowego prawa do reklamy, tj. nieograniczonego rozpowszechniania informacji promującej m.in. osoby, przedsiębiorstwa, towary i usługi, za część wolności i praw konstytucyjnych wzmiankowanych w art. 14 i 54 Konstytucji RP. Należy podkreślić, że ograniczenia obecności reklamy w przestrzeni publicznej, sformułowane w projekcie Uchwały, opierają się na odpowiednich delegacjach ustawowych, w szczególności art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	40.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W tekście projektu możemy zauważyć chęć udzielenia monopolu dla: o reklam skarbu państwa i jednostek samorządu terytorialnego; o informowania tylko o inwestycjach z udziałem środków publicznych; o firm, które dysponują powierzchniami na wiatach przystankowych, obiektach do 15 m2 (kioski itp.), słupach oświetleniowych i trakcyjnych, na wejściach do metra, na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach metra ; o wolnostojących słupów ogłoszeniowo-reklamowych; o tablic lub urządzeń reklamowych dotyczących instytucji kultury.	Uwaga nieuwzględniona. **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia, na czym miałby polegać monopol, tj. uniemożliwienie prowadzenia danej działalności przez konkurencyjne podmioty, na wskazanych polach działalności.
	40.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 14 pkt 2 **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Projekt zawiera niezrozumiałe zróżnicowanie i określenie dłuższego okresu dostosowania się do uchwały dla szyldów (3 lata) niż dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych (2 lata). Reklamy wymagają więcej czasu w zakresie procesu dostosowawczego (§ 14 pkt 2).	Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. W uwadze nie wskazano, z jakiego powodu niezbędne jest przedłużenie okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	40.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt 1 **Treść uwagi:** W projekcie uchwały brak uzasadnienia dla sytuowania tablic i urządzeń wyłącznie na budynkach do 25 m wysokości. Uchwała ma wprowadzić ład, nie może stanowić nadużycia prawa oraz nie może wprowadzać niczym nieuzasadnionych zakazów, a zatem należałoby przyjąć, iż możliwe jest sytuowanie reklam na wszystkich budynkach bez względu na ich wysokość zaś jedynie nośnik nie powinien być montowany na wysokości wyższej niż z góry określona tj. np. do wysokości 25 m. Takie rozwiązanie zapewni ład i nie będzie różnicował pozycji właścicieli różnych nieruchomości. W przeciwnym wypadku oznacza to nierówne traktowanie właścicieli wyższych nieruchomości, którzy mogą jedynie montować reklamy na dachach, a także niekorzystne traktowanie właścicieli niższych nieruchomości, którzy nie mają tego prawa (§ 9 pkt 1).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały nie może zawierać merytorycznego uzasadnienia poszczególnych regulacji, ponieważ byłoby to niezgodne z zasadami techniki prawodawczej. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	40.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 3 lit. b **Treść uwagi:** Wprowadzenie ograniczenia w zakresie przyszłych reklam remontowych w żaden sposób nie jest spójne z rzeczywistością i czasem trwania prac remontowych reklamy często stanowią źródło finansowania prac. Dopuszczenie umieszczenia siatki reklamowej tylko na rusztowaniach, gdzie wykonywane są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku pomija takie okoliczności jak możliwość remontowania innych części budynku niż elewacja (§ 10 pkt 3 lit. b).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Przepis dopuszcza umieszczanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których prowadzone są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku, czyli rusztowaniach roboczych, ochronnych lub systemowych, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 6 lutego 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy podczas wykonywania robót budowlanych. Stosowanie rusztowań jest obowiązkowe podczas wykonywania robót murarskich i tynkarskich na wysokości powyżej 1 m. Do zabezpieczeń stanowisk pracy na wysokości służą również siatki ochronne i siatki bezpieczeństwa. Okna lokali mieszkalnych są przesłonięte podczas prowadzonych prac remontowych, w związku z czym projekt uchwały przewiduje możliwość umieszczenia na siatkach ochronnych i zabezpieczających nadruku reklamowego. Remont innych części budynku, np. klatek schodowych lub piwnic, nie wymaga

			rozstawienia rusztowań przy elewacji, w związku z czym nie istnieje konstrukcja, na której siatka reklamowa mogłaby zostać rozpięta. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	40.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt 1 **Treść uwagi:** W projekcie nie występuje merytoryczne uzasadnienie dla uprzywilejowania właścicieli nieruchomości, w których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy z pasem drogowym (§ 9 pkt 1).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta, w której elewacje frontowe budynków przylegają do pasów drogowych ulic. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta budynkach wzniesionych w ramach wolnostojących struktur modernistycznych. Ściany szczytowe takich budynków, choć często ślepe, nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
„RUCH” S.A. w restrukturyzacji	**41.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 **Treść uwagi:** Zgodnie z art. 37a ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (dalej: „Ustawa”) uchwała Rady Gminy może określać m.in. zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym pojęcia te są zdefiniowane w Ustawie (odpowiednio w art. 2 pkt 16 b) i c), poprzez odwołanie do definicji reklamy. Reklama oznacza natomiast (zgodnie z art. 2 pkt 16a) Ustawy) upowszechnianie w jakikolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Oznacza to, że definicja reklamy zawężona została przez ustawodawcę jedynie do informacji promującej m.in. określone towary czy przedsiębiorstwa. W świetle powyższego zasadne jest zatem wyłączenie z kategorii reklamy tego rodzaju informacji, które nie mając charakteru perswazyjnego i promującego dane towary/usługi zasadniczo jedynie informują o dostępności danego rodzaju towarów bądź usług w lokalu. Należy podkreślić, że na niewielkich obiektach, typu kiosk, często umieszczane są tablice, na których zamieszcza się informacje o dostępnych usługach — w tym w szczególności usługach z zakresu użyteczności publicznej lub o szczególnym znaczeniu dla miasta a także komunikatów mających znaczenia dla konsumentów (np. informacje dotyczące biletów komunikacji miejskiej, możliwości płatności kartą lub dostępności usług pocztowych — np. możliwości odbioru paczki w kiosku). Należy podkreślić, że tego rodzaju tablice nie pełnią funkcji reklamowej i mają charakter zasadniczo informacyjny. Jak wynika z utrwalonego orzecznictwa wojewódzkich sądów administracyjnych oraz Naczelnego Sądu Administracyjnego, dla odróżnienia treści reklamowych od informacyjnych, kluczowe znaczenie ma to,	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Obiekty i elementy niespełniające definicji reklamy, sformułowanej w art. 2 pkt 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, nie mogą być objęte regulacjami Uchwały.

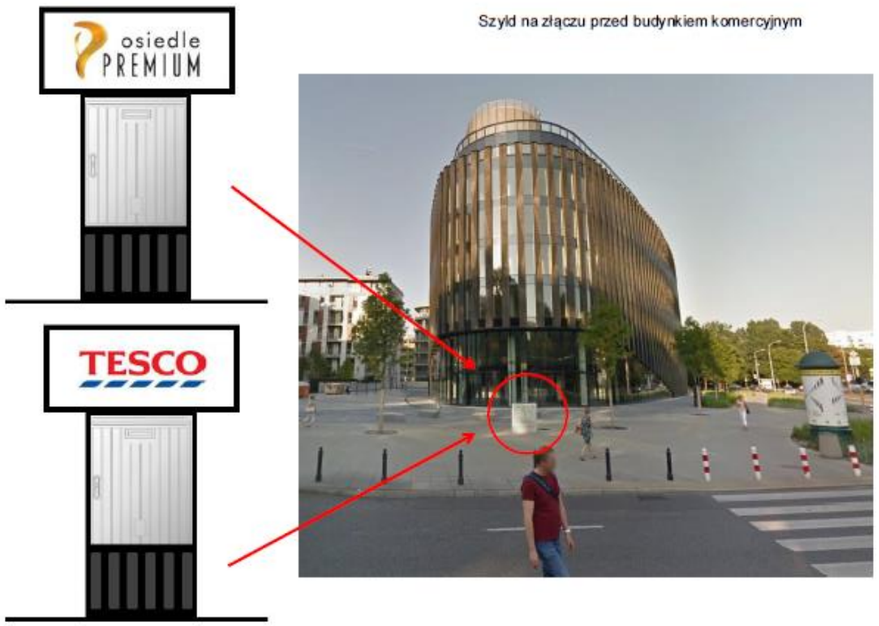
		czy dane oznaczenia maja na celu tylko informować o prowadzonej przez określony podmiot działalności, czy też zawierają sformułowania mające ma celu wpływanie też na kształtowanie się popytu, zwiększenie zbytu, rozszerzenie klienteli (wyrok NSA z dnia 30 maja 2005 roku, OSK 1096/04). Z powyższego wynika, że w przypadku, gdy komunikat jest pozbawiony elementów perswazyjnych, mających na celu przekonanie klienta do zakupu określonego towaru lub usługi, nie można zaklasyfikować go jako reklamy. Taką interpretację potwierdził Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z dnia 14 listopada 2002 roku, w którym stwierdzono, że *Informacja, w przeciwieństwie do reklamy, jest pozbawiona wszelkich elementów zachęty do kupna, aprobaty opisywanego towaru, chwalenia kogoś lub czegoś (l SA/Wr 628/02)*. Tak jak wskazano powyżej, w przypadku kiosków stosuje się tablice służące do informowania o możliwości nabycia biletów komunikacji miejskiej, odbioru paczki pocztowej czy dostępności w kiosku terminali do płatności kartą. Wizualizacja przykładowej tablicy informacyjnej umieszczanej przez „RUCH" S.A. w restrukturyzacji na kioskach, znajduje się w Załączniku A do niniejszego dokumentu. Należy podkreślić, że przy tak małych gabarytach obiektu, nie ma innej możliwości poinformowania konsumenta o dostępności określonych usług, niż właśnie poprzez zamieszczenie tej informacji na tablicy informacyjnej na ścianie obiektu. Jednocześnie zakomunikowanie informacji istotnych zarówno dla konsumentów (możliwość płatności kartą, usługi pocztowe) jak i dla funkcjonowania miasta (sprzedaż biletów miejskich i prasy samorządowej) ma istotne znaczenie dla codziennego funkcjonowania mieszkańców Warszawy i dla ich komfortu. W związku z powyższym tego rodzaju informacje nie powinny być traktowane jako reklama i nie powinno się wyłączać możliwości lokowania tablic zawierających tego rodzaju informacje. Zatem w celu rozwiania wątpliwości co do możliwości sytuowania tego rodzaju informacji niestanowiących reklamy proponujemy rozbudowanie katalogu definicji pojęć stosowanych w projekcie uchwały Rady Miasta Stołecznego Warszawy z 4 września 2018 r. (dalej „Uchwała") o definicję tablicy informacyjnej np. w poniżej podanym brzmieniu: „*38) tablicy informacyjnej należy przez to rozumieć tablicę, o powierzchni nieprzekraczającej 0,6 m ^{2}, na której zamieszcza się informacje o dostępnych usługach, w tym w szczególności mających znaczenie dla miasta, jego społeczności lub użytecznych publicznie, informacje o dostępnej prasie lokalnej, a także informacje wymagane przepisami prawa, takie jak w szczególności informacje o usługach pocztowych, płatniczych, informacje o zakazie sprzedaży wyrobów tytoniowych itp., prezentowanych w formie plakatów, naklejek zawierających logo usługi, piktogramów, ogłoszeń itp. Tablice informacyjne nie stanowią urządzeń reklamowych.* "	
	41.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 30) **Treść uwagi:** Omawiana Uchwała w § 2 pkt 30) wprowadza definicję szyldu tablicowego przez który należy rozumieć szyld o głębokości 5 mm do 3 cm włącznie. Definicja ta została skonstruowana w sposób bardzo szeroki, co może powodować wątpliwości interpretacyjne w zakresie rozumienia omawianej regulacji. Należy zwrócić uwagę, iż oprócz szyldów tablicowych, w powszechnym użyciu znajdują się także niebędące szyldami tablicowymi wysięgniki, które informują o dostępności określonej usługi czy towaru. W przypadku kiosku powyższym towarem lub usługą, którą zamieszcza się na wysięgnikach są aktualne wydania prasy. Wskazać należy, że takich urządzeń nie można uznać za reklamę — skoro bowiem zawierają dostępne egzemplarze prasy, należy je traktować jako ofertę handlową. Prasa umieszczona na wysięgniku jest dostępna w sprzedaży, a zatem wysięgnik jest ekspozytorem towaru, nie reklamy. Należy ponadto zauważyć, że urządzenia z prasą, umieszczone na kioskach, są ujednolicone stylistycznie i kolorystycznie i nie wpływają na degradację przestrzeni miejskiej. Wpisały się także w sposób trwały w miejski krajobraz i stanowią obecnie jeden z jego charakterystycznych elementów	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ekspozycja towaru, bez treści go promujących, nie spełnia definicji reklamy, sformułowanej w art. 2 pkt 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, i nie może być objęta regulacjami Uchwały.

		Wizualizacja przykładowego wysięgnika umieszczanego przez „RUCH” S.A. w restrukturyzacji na kioskach, znajduje się w Załączniku B do niniejszego dokumentu. Wobec powyższego proponujemy, by wyraźnie wyłączyć tego rodzaju nośniki z definicji szyldu tablicowego poprzez nadanie przedmiotowej regulacji następującego brzmienia: „*30) szyldzie tablicowym — należy przez to rozumieć szyld o głębokości od 5 mm do 3 cm włącznie, z wyłączeniem nośników umocowanych na elewacji, służących w szczególności do prezentacji aktualnych wydań prasy, loga, lub dostępnych usług*.”	
	41.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 6 pkt 1) lit. b) **Treść uwagi:** Zgodnie z § 6 pkt 1) lit. b) na tymczasowych obiektach budowlanych dopuszczono możliwość sytuowania: szyldów semaforowych wyłącznie „*na fragmencie elewacji znajdującym się pomiędzy polami szyldowymi (...) jeśli stanowią one integralną część szyldu usytuowanego w polu szyldowym*” . Wskazana wyżej regulacja, może powodować szereg wątpliwości interpretacyjnych na tle rozumienia pojęcia integralności szyldu z szyldem usytuowanym w polu szyldowym. Na kioskach RUCH umieszczane są m.in. szyldy semaforowe LOTTO lub My Way Cafe, które stanowią trwałą kompozycję brył kiosków. Od wielu lat w kioskach RUCH dostępne są bowiem do nabycia gry loteryjne LOTTO. My Way Cafe stanowi markę własną RUCH i tylko z kioskami RUCH wstępuje logo My Way Cafe. Nie zawsze można jednak udzielić odpowiedzi na pytanie czy szyld LOTTO lub My Way Cafe stanowi integralną część szyldu usytuowanego w polu szyldowym. W związku z powyższym proponujemy wprowadzenie zmian i nadanie przedmiotowej regulacji brzmienia: *„§ 6 pkt 1) lit. b) „na fragmencie elewacji znajdującym się pomiędzy polami szyldowymi: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych i szyldów semaforowych, przy czym jeżeli odległość między polami szyldowymi przekracza 1 m, to szyldy tablicowe, kasetonowe i muralowe muszą posiadać formę ażurową*”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga słusznie wskazuje na wątpliwości co do prawidłowej interpretacji przepisu. Przepis przeredagowano, znosząc wymóg integralności dla szyldów semaforowych.
	41.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 6 pkt 1) lit. c) **Treść uwagi:** W przytoczonym przepisie uchwała dopuszcza umieszczanie szyldów wyłącznie na fragmencie elewacji w taki sposób, żeby nie wystawały poza obrys bryły. W przypadku „RUCH” S.A. w restrukturyzacji oraz innych przedsiębiorców prowadzących kioski, wprowadzenie powyższej regulacji byłoby bardzo uciążliwe pod względem finansowym. Powodem tego są szyldy, które wystają poza obręb bryły. W świetle uchwały szyldy znajdujące się obecnie na kioskach musiałyby zostać usunięte. Stanowiłoby to konieczność poniesienia przez Spółkę ogromnych kosztów związanych z dodatkowymi pracami i nakładami, a jednocześnie stratę dla krajobrazu miejskiego, ponieważ szyldy RUCH stały się jego nieodłącznym elementem. Wobec powyższego zasadnym wydaje się wprowadzenie możliwości wystawania szyldów poza obrys bryły lokalu na odległość 25 cm. Ponadto wymagana wysokość 50 cm sprawia, że w niektórych przypadkach szyld może być zbyt mały, aby być czytelnym, w związku z czym będzie on niewidoczny dla konsumentów, a przez to nie będzie także w sposób należyty pełnić swojej funkcji polegającej na informowaniu konsumentów o prowadzonej w danym obiekcie działalności. W świetle powyższego zasadne jest zatem zwiększenie proponowanej wysokości szyldu do 1 m. Wizualizacja przykładowych szyldów umieszczanych przez „RUCH” S.A. w restrukturyzacji na kioskach, znajduje się w Załączniku C do niniejszego dokumentu. W związku z powyższym proponujemy wprowadzenie zmiany poprzez nadanie przedmiotowej regulacji	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sformułowanie zakazujące umieszczania szyldów w sposób wykraczający poza obrys bryły rodziło wątpliwości interpretacyjne i zostało usunięte z projektu Uchwały. Postulat zwiększenia wysokości szyldu uznano za niewłaściwy z punktu widzenia ładu przestrzennego – obecnie standardowe rozwiązania tego typu na kioskach Ruch SA mają wysokość 50 cm i nie powodują trudności identyfikacyjnych.

		brzmienia: „*§ 6 pkt 1) lit. c) na fragmencie elewacji przesłaniającej dach lub powyżej górnej krawędzi elewacji: szyldów muralowych, szyldów tablicowych i szyldów kasetonowych, tak, by nie wystawały one poza jej obrys na odległość większą niż 25 cm, a ich wysokość nie przekraczała 1 m*”.	
	41.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 2) **Treść uwagi:** Zgodnie z § 10 pkt 2) Uchwały dopuszczono sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych „*na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 15 m^2, pełniących funkcje handlowe i sytuowanych w pasach drogowych — do dwóch jednostronnych nośników reklamowych formatu małego*”. Ograniczenie powierzchni kiosków na których możliwe jest umieszczanie tablic i urządzeń reklamowych do 15 m^2 stanowi znaczne obostrzenie i może spowodować konieczność demontażu niektórych brył kiosków oraz likwidacji niektórych punktów sprzedaży. Możliwe jest bowiem, że część tymczasowych obiektów budowlanych stanowiących kioski przekroczy powierzchnię 15 m^2 . W związku z powyższym wnosimy o zwiększenie wskazanie powierzchni do 20 m^2 Ponadto w powyższym projekcie wyłączono więc możliwość umieszczania m.in. flag reklamowych. W naszej opinii regulacja taka jest zbyt rygorystyczna i nieproporcjonalna do zamierzonego celu. Tablice reklamowe o niewielkich wymiarach oraz estetycznym wykonaniu nie wpłyną degradująco na otaczający krajobraz miejski, a dzięki ich usytuowaniu konsumenci będą mogli zostać w sposób należyty poinformowani o najróżniejszych wydarzenia lub ofertach. Ograniczenie licznych gablot ekspozycyjnych do maksymalnie jednej gabloty w przypadku kiosków stanowi znaczne utrudnienia dla funkcjonowania punktów sprzedaży detalicznej RUCH. Spółka „RUCH” S.A. w restrukturyzacji pragnie zaznaczyć, że powszechne umieszcza na swoich kioskach dwie gabloty ekspozycyjne znajdujące się na przeciwległych elewacjach kiosku. Na kioskach znajdują się jednak jeszcze inne urządzenia reklamowe takie jak flagi, tablice informujące o dostępności usług loteryjnych LOTTO. Wprowadzenie powyższej regulacji skutkowałoby zmuszeniem właścicieli kiosków do demontażu placówki lub przeprowadzenia innych znacznych zmian w konstrukcji kiosku. To z kolei miałoby wpływ na pogorszenie sytuacji ekonomicznej niektórych placówek, a w konsekwencji ich zamknięcie. W świetle powyższego, wnosimy o zmianę omawianego przepisu i nadanie mu brzmienia: „*na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 20 m^2 pełniących funkcje handlowe i sytuowanych w pasach drogowych — do sześciu jednostronnych nośników reklamowych formatu małego oraz flagi reklamowej*”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis uznano po części za nadmiernie restrykcyjny – limit powierzchni użytkowej obiektu podniesiono do 30 m^2, usunięto ograniczenie lokalizacji do pasa drogowego. Projekt Uchwały dopuszcza sytuowanie na kioskach flag reklamowych, o ile będą one spełniać kryteria sprecyzowane dla szyldów semaforowych. Dopuszczenie na kioskach większej liczby nośników reklamowych formatu małego niż 2 wpływałoby negatywnie na ład przestrzenny.
	41.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 **Treść uwagi:** Omawiana regulacja, wskazując na dopuszczalne nośniki reklamowe, nie odnosi się do możliwości umieszczania reklam na urządzeniach niewielkich rozmiarów, takich jak bankomaty, lodówki, czy automaty do sprzedaży żywności. Problem ten szczególnie wyraźnie może rysować się w odniesieniu do bankomatów, w sytuacji bowiem, gdy poszczególne instytucje finansowe pobierają opłaty od wypłat gotówki z urządzeń innych banków, wyraźne oznaczenie tych urządzeń logo operatora nabiera szczególnego znaczenia. Również w odniesieniu do automatów do sprzedaży przekąsek i napojów, szczególnie istotne z punktu widzenia konsumentów jest wyraźne i widoczne oznaczenie producenta sprzedawanych produktów. Jako uzasadnienie propozycji zmian należy ponadto wskazać, że urządzenia o jakich mowa powyżej, na stałe wpisały się w krajobraz miast i nie mają degradującego wpływu na estetykę przestrzeni miejskiej. Brak możliwości umiejscawiania reklam na powyższych urządzeniach może obniżyć ich rentowność, a w konsekwencji doprowadzić do ich zniknięcia z przestrzeni publicznej — co wpłynie negatywnie na jakość	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Biorąc pod uwagę wymogi ładu przestrzennego, brak jest uzasadnienia dla dopuszczenia do sytuowania na obiektach opisanych w uwadze tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, te zaś dopuszczone zostały w § 6 pkt 5 projektu Uchwały.

		życia i wygodę mieszkańców miasta. Mając na uwadze powyższe, wnosimy o dodanie w § 10 pkt 10) w brzemieniu: „*10) na urządzeniach technicznych służących użytkowi publicznemu, takich jak bankomaty, lodówki lub automaty do sprzedaży napojów lub przekąsek*”.	
		Załączniki do uwag nr 43: Załącznik A – Wizualizacja przykładowej tablicy informacyjnej stosowanej przez „RUCH” S.A. w restrukturyzacji  Załącznik B – Wizualizacja przykładowego wysięgnika zawierającego aktualne wydania prasy umieszczanego przez „RUCH” S.A. w restrukturyzacji na kioskach 	

		Załącznik C – Wizualizacja szyldów „RUCH" S.A. w restrukturyzacji, umieszczonych na każdej elewacji kiosku.   	
INNOGY POLSKA SPÓŁKA AKCYJNA	**42.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wprowadzenie możliwości posadowienia nośnika reklamowego oraz szyldów na urządzeniach infrastruktury elektroenergetycznej, w tym na złączu kablowym.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sytuowanie nośników reklamowych w miejscu istniejących urządzeń infrastruktury elektroenergetycznej należy uznać za dopuszczalne z punktu widzenia wymogów ładu przestrzennego, o ile forma tych nośników całkowicie integrować będzie urządzenia w swojej bryle i jednocześnie spełniać będzie kryteria zdefiniowanych przez projekt Uchwały typów wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, a nośniki spełniać będą także wskazane w § 11 kryteria odległościowe. Jeśli nośniki takie będą posiadać samodzielną konstrukcję, to ich sytuowanie będzie możliwe w ramach zawartych już w projekcie Uchwały dopuszczeń sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	42.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:**	Uwaga częściowo nieuwzględniona

		Dopuszczenie lokalizowania urządzeń reklamowych oraz szyldów na stacjach ładowania samochodów elektrycznych.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za zasadną w zakresie szyldów, brak jest uzasadnienia przestrzennego dla przekształcania urządzeń technicznych w dodatkowy typ nośnika reklamy niebędącej szyldem.
	42.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie umieszczania murali na budowlach infrastruktury elektroenergetycznej.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Z punktu widzenia wymogów ładu przestrzennego, obiekty infrastruktury energetycznej powinny być jak najlepiej zintegrowane z krajobrazem, m.in. przy użyciu zieleni. Udostępnienie ich elewacji na potrzeby działalności reklamowej skutkowałoby radykalnym wzrostem ich ekspozycji w przestrzeni miasta oraz dążeniem do usuwania otaczającej je zieleni, co należy uznać za zdecydowanie niewłaściwe.
		Załączniki graficzne: 	



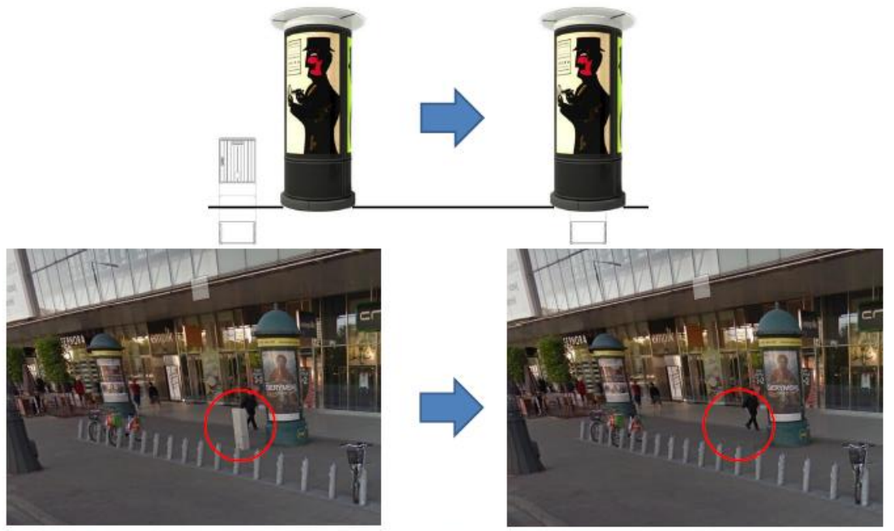
Uzasadnienie: Za takim rozwiązaniem przemawia fakt, że w obliczu aktów wandalizmu oraz nieumyślnego niszczenia skrzynek technicznych, trudne jest utrzymanie ich estetycznego wyglądu. Wprowadzenie wprost możliwości umieszczenia na nich nośników reklamowych i ich zabudowy wpłynęłoby z pewnością na ich estetykę. Ponadto, obecnie nie wykorzystuje się ich potencjału (złączy kablowych), umożliwiającego wprowadzenie względem nich innowacyjnych rozwiązań służących społeczeństwu (np. możliwości ładowania telefonu komórkowego, zapewnienia monitoringu czy też dostępu do wifi, jak również wskazania aktualnych warunków atmosferycznych). Dodatkowo, urządzenia reklamowe (digitalowe wyświetlacze) są korzystne dla społeczeństwa ze względu na ich niskie koszty wymiany i aktualizacji treści, np. komunikatów Urzędu Miasta. Taka funkcja znajdzie zastosowanie w sytuacjach kryzysowych (wypadkach, zagrożeniach terrorystycznych) w ramach systemu zarządzania kryzysowego, a ponadto nośniki mogą służyć do bieżącej komunikacji społecznej, w tym przekazywać treści ostrzegawcze oraz informacyjne.

4



Uzasadnienie: Projektowane rozwiązanie jest bardzo funkcjonalne – umożliwia łatwy dostęp do urządzeń infrastruktury elektroenergetycznej, a zarazem zapewnia wykorzystywanie urządzeń technicznych w sposób dający szansę na poprawę jakości życia mieszkańców Warszawy..

5

		 **Uzasadnienie:** Proponowane rozwiązanie zakłada ograniczenie zajętej przestrzeni publicznej – nie jest uzasadnione posadowienie urządzeń reklamowych obok urządzeń 6	
	42.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 **Treść uwagi:** <u>Połączenie złącza kablowego z nośnikiem reklamowym – dodanie pkt 10 do § 10</u> Uchwała Krajobrazowa w obecnym jej brzmieniu nie dopuszcza wprost możliwości posadowienia nośnika reklamowego na złączu kablowym. Istnieje możliwość posadowienia urządzenia reklamowego jedynie obok złącza kablowego, co wydaje się być nieracjonalnym rozwiązaniem (w ten sposób zajęta zostaje większa część przestrzeni publicznej oraz nie wykorzystuje się potencjału złączy kablowych). Dodatkowo nie jest jasne, czy całkowite zabudowanie urządzeń technicznych (tj. przykładowo skrzynek teletechnicznych) tak, że nie są one w ogóle widoczne z zewnątrz i użytkownik ma wrażenie, że widzi jedynie urządzenie reklamowe wolnostojące, jest regulowane na mocy przepisów Działu III z Rozdziału 3 (dotyczy posadowienia urządzeń reklamowych na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych), czy też z Rozdziału 4 (dot. posadowienia urządzeń reklamowych jako wolnostojących). <u>Obecne uregulowanie w Uchwale Krajobrazowej:</u> ***DZIAŁ III, Rozdział 3*** ***§ 10.*** *Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8,* ***<u>wyłącznie:</u>*** • ***na wiatach przystankowych*** *(...)* • ***na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych****, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 15 m^2, pełniących funkcje handlowe (...)* • ***na rusztowaniach*** *(...)* • ***na wolnostojących słupach oświetleniowych oraz słupach trakcyjnych*** *(...)* • ***na urządzeniach stacji sieci rowerów publicznych*** *(...)* • ***na wejściach do podziemnych obiektów Metra Warszawskiego*** *(...)* • ***na ścianach przejść podziemnych*** *(...)* • ***na drogowych obiektach inżynierskich*** *innych niż ściany przejść podziemnych (...)* • ***na tymczasowych ogrodzeniach placów budowy*** *(...)* <u>Cel proponowanej zmiany:</u> Postuluje się dopuszczenie wprost możliwości sytuowania urządzeń reklamowych na urządzeniach technicznych (przez które należy rozumieć w szczególności złącza kablowe, skrzynki elektroenergetyczne, trafostacje, system sterowania oświetleniem i sygnalizacją). Postuluje się również wprowadzenie definicji „urządzeń technicznych” (patrz nasze uwagi w pkt 3 poniżej).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sytuowanie nośników reklamowych w miejscu istniejących urządzeń infrastruktury elektroenergetycznej należy uznać za dopuszczalne z punktu widzenia wymogów ładu przestrzennego, o ile forma tych nośników całkowicie integrować będzie urządzenia w swojej bryle i jednocześnie spełniać będzie kryteria zdefiniowanych przez projekt Uchwały typów wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, a nośniki spełniać będą także wskazane w § 11 kryteria odległościowe. Jeśli nośniki takie będą posiadać samodzielną konstrukcję, to ich sytuowanie będzie możliwe w ramach zawartych już w projekcie Uchwały dopuszczeń sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.

		Proponowany zapis Uchwały Krajobrazowej: **Dodanie pkt 10 do § 10 (DZIAŁ III, Rozdział 3).** **DZIAŁ III, Rozdział 3** **§ 10.** Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, **wyłącznie:** **(…)** **10)** na urządzeniach technicznych (w szczególności infrastrukturze elektroenergetycznej oraz stacjach ładowania samochodów elektrycznych), o ile spełniają one warunki określone dla nośnika reklamowego formatu małego. (*Proponowana definicja „urządzeń technicznych" znajduje się poniżej*). **Alternatywne rozwiązanie:** **DZIAŁ III, Rozdział 3** **§ 10.** Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, **wyłącznie:** **(…)** **10) na skrzynkach technicznych, o ile spełniają one warunki określone dla nośnika reklamowego formatu małego.** Uzasadnienie proponowanego rozwiązania: • Ograniczenie zajętej przestrzeni publicznej – nie jest uzasadnione posadowienie urządzeń reklamowych obok urządzeń technicznych, skoro istnieje możliwość ich posadowienia na urządzeniach technicznych, z korzyścią dla przestrzeni publicznej. • Nie jest uzasadnione, dlaczego urządzenia reklamowe mogłyby być umieszczane jako obiekty wolnostojące, a nie byłoby możliwości ich lokalizowania na obiektach urządzeń technicznych. • Możliwość przykrycia nieestetycznych urządzeń technicznych. • Zaprezentowane rozwiązanie gwarantuje, że urządzenia techniczne będą stale konserwowane i że zachowają one na przestrzeni czasu estetyczny wygląd. • W Uchwale Krajobrazowej przewiduje się podobne wykorzystanie jedynie części elementów infrastruktury miejskiej, przy czym nie jest jasne, dlaczego różnicuje się urządzenia techniczne (w tym elementy infrastruktury elektroenergetycznej) od - przykładowo – wolnostojących słupów oświetleniowych oraz trakcyjnych czy wiat przystankowych. • Możliwość wykorzystywania potencjału urządzeń technicznych (w tym złączy kablowych) poprzez wykorzystanie ich funkcji i wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań służących społeczeństwu (np. możliwości ładowania telefonu komórkowego czy też umożliwienia dostępu do wifi na urządzeniu reklamowym), czego nie uwzględnia obecne brzmienie Uchwały. • Alternatywnie, gdyby wprowadzenie możliwości posadowienia urządzeń reklamowych na urządzeniach technicznych wydawało się być zbyt rewolucyjnym rozwiązaniem, wskazane jest wprowadzenie definicji „skrzynka techniczna" i dopuszczenie możliwości umieszczania urządzeń reklamowych na skrzynkach technicznych.	
	42.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 12 lit. c **Treść uwagi:** **Głębokość gabloty do 25 cm – doprecyzowanie definicji „nośnika reklamowego formatu małego"** Uchwała Krajobrazowa przewiduje zachowanie głębokości nieprzekraczającej 25 cm dla nośnika reklamowego formatu małego, nawet jeśli jest on dwustronny. Ponadto zgodnie z obecnym brzmieniem Uchwały Krajobrazowej 25 cm powinna mieć odległość pomiędzy dwoma powierzchniami ekspozycyjnymi dwóch gablot wraz z elementami konstrukcyjnymi czy też formą szkieletową podtrzymującą samą powierzchnię ekspozycyjną reklamy. Jednakże, w świetle obecnego brzmienia Uchwały Krajobrazowej (zwłaszcza analizując definicję „głębokości"), nie można jednoznacznie potwierdzić, czy głębokość dotyczy całego nośnika reklamowego, czy też tylko jednej jego gabloty (z jednej strony nośnika), jak również czy obejmuje ona jedynie powierzchnię ekspozycyjną, czy też ramy/obudowę. Obecnie brak jest technologicznej możliwości produkowania cyfrowych urządzeń reklamowych dwustronnych o głębokości całkowitej 25 cm. Obecnie najnowszy zewnętrzny nośnik cyfrowy jednego z wiodących producentów zajmuje przynajmniej 20 cm głębokości dla rozwiązania jednostronnego (tj.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga, wskazywana w podobnej formie przez szereg podmiotów, jest zasadna z uwagi na technologię budowy dwustronnych nośników o charakterze wyświetlaczy – dopuszczalną głębokość powiększono do 40 cm, tj. minimalnej wartości postulowanej przez podmioty.

		około 40 cm przy rozwiązaniu dwustronnym), bez uwzględnienia głębokości konstrukcji wspierającej gablotę. Obecne uregulowanie w Uchwale Krajobrazowej: ***DZIAŁ I, PRZEPISY OGÓLNE*** ***§ 2. Ilekroć w dalszych przepisach Uchwały jest mowa o:*** ***9) głębokości*** *– należy przez to rozumieć* ***wymiar tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego****, mierzony prostopadle do płaszczyzny elewacji lub ogrodzenia, na których są one sytuowane, bądź* ***prostopadle do płaszczyzny ekspozycyjnej*** *w przypadku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej;* ***12) nośniku reklamowym formatu małego*** *– należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub* ***urządzenie reklamowe w postaci gabloty, także w formie dwustronnej*** *o równoległych do siebie* ***powierzchniach ekspozycyjnych****, spełniające łącznie warunki:* ***c)*** *zachowania* ***głębokości nieprzekraczającej 25 cm****,* Cel proponowanej zmiany: Dopuszczenie możliwości lokalizowania gablot po obu stronach złącza kablowego (lub innej konstrukcji/szkieletu) o głębokości do 25 cm na jedną gablotę po obu stronach konstrukcji/szkieletu. Proponowany zapis Uchwały Krajobrazowej: **Powrót do definicji "nośnika reklamowego formatu małego" z poprzedniej wersji uchwały krajobrazowej - § 2 pkt 12 lit. c. DZIAŁ I, PRZEPISY OGÓLNE** **§ 2. Ilekroć w dalszych przepisach Uchwały jest mowa o:** **12) nośniku reklamowym formatu małego -** należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci gabloty, także w formie dwustronnej o równoległych do siebie powierzchniach ekspozycyjnych, **połączonych ze sobą konstrukcją wsporczą,** spełniające łącznie warunki: **c)** zachowania głębokości **nieprzekraczającej 25 cm w przypadku gabloty jednostronnej oraz nieprzekraczającej 25 cm na każdą z dwustronnych gablot, przy czym w przypadku nośnika dwustronnego do maksymalnej głębokości nośnika nie wlicza się głębokości konstrukcji wsporczej.** Uzasadnienie proponowanego rozwiązania: W celu uniknięcia wątpliwości interpretacyjnych wskazane jest przeredagowanie definicji „nośnika reklamowego małego formatu” tak, żeby dopasować go do definicji „głębokości” i uwzględnić współczesne możliwości technologiczne. Biorąc pod uwagę obecny rozwój technologii nie ma technicznej możliwości posadowienia urządzeń reklamowych o głębokości maksymalnej 25 cm przypadających na gabloty z obu stron urządzenia. Ograniczenie możliwości posadowienia urządzeń reklamowych do nośników o głębokości obu dwustronnych gablot do 25 cm może ograniczyć rozwój technologii (w tym w zakresie reklam typu outdoor) i wprowadzanie innych rozwiązań w przyszłości, które byłyby korzystne dla mieszkańców.	
	42.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **Brak definicji urządzenia technicznego – proponowane wprowadzenie definicji „urządzenia technicznego” oraz „skrzynki technicznej”** W Uchwale Krajobrazowej, jak również w ustawie Prawo budowlane brak jest definicji pojęcia „urządzenie techniczne”. W świetle Uchwały Krajobrazowej nie wiadomo, czym różni się urządzenie techniczne od urządzenia budowlanego ani od budowli. Urządzenie budowlane i budowla są co prawda zdefiniowane w ustawie Prawo budowlane, jednakże definicje tam zawarte służą innym celom. Dopiero w § 6 Uchwały Krajobrazowej są wyliczone takie przykładowe urządzenia techniczne jak bankomaty, biletomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami. Istnieje w związku z tym wątpliwość, jak należy klasyfikować skrzynki telekomunikacyjne, złącza kablowe i trafostacje, tj. czy można je uznać za urządzenia techniczne. Obecne uregulowanie w Uchwale Krajobrazowej: *Brak definicji urządzenia technicznego w Dziale I, Przepisach Ogólnych, § 2.* ***DZIAŁ II, Rozdział 3 - Szyldy na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych, urządzeniach budowlanych i technicznych*** ***§ 6.*** *Dopuszcza się sytuowanie* ***szyldów*** *na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów § 4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach:*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Pojęcie urządzenia technicznego, jako stosowane w ustawie prawo budowlane, nie może podlegać dodatkowemu definiowaniu przez akt prawny niższego rzędu.

		***5) na samoobsługowych urządzeniach technicznych**, takich jak bankomaty, biletomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami (...).* Cel proponowanej zmiany: Doprecyzowanie, że złącza kablowe, skrzynki teletechniczne i elektroenergetyczne oraz trafostacje należy klasyfikować jako urządzenia techniczne. Postulat zawarcia w Uchwale Krajobrazowej przykładów poszczególnych obiektów zaliczanych do kategorii urządzeń technicznych. Proponowany zapis Uchwały Krajobrazowej: **Proponowane wprowadzenie definicji „urządzenia technicznego" oraz „skrzynki technicznej".** **DZIAŁ I, PRZEPISY OGÓLNE** **§ 2. Ilekroć w dalszych przepisach Uchwały jest mowa o:** **Urządzeniu technicznym** – należy przez to rozumieć urządzenie związane z obiektem budowlanym, zapewniające możliwość użytkowania obiektu zgodnie z jego przeznaczeniem, jak również elementy infrastruktury technicznej, elektroenergetycznej oraz infrastruktury miejskiej, w tym w szczególności maszty i urządzenia instalacyjne, złącza kablowe, skrzynki techniczne (telekomunikacyjne oraz elektroenergetyczne), a także urządzenia do sterowania sygnalizacją świetlną i miejskim oświetleniem, trafostacje, budowle ochronne, jak również inne urządzenia pełniące funkcje społecznie użyteczne, takie jak bankomaty, biletomaty, parkomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami, jak również stacje ładowania samochodów elektrycznych. **Skrzynce technicznej** - należy przez to rozumieć skrzynkę telekomunikacyjną oraz elektroenergetyczną, złącze kablowe oraz urządzenia do sterowania sygnalizacją świetlną i miejskim oświetleniem. Uzasadnienie proponowanego rozwiązania: • Obecnie brak jest definicji „urządzenie techniczne" w Uchwale Krajobrazowej, co może budzić wątpliwości interpretacyjne. Urządzenia techniczne występują niezwykle często w przestrzeni publicznej, dlatego wprowadzenie tej definicji wydaje się być konieczne. • Definicje zawarte w ustawie Prawo budowlane służą innym celom, są to pojęcia nieostre i mogą być różnie interpretowane w danym przypadku (co potwierdza bogate orzecznictwo sądów), dlatego wskazane jest uregulowanie pojęcia „urządzenie techniczne" bezpośrednio w Uchwale Krajobrazowej. • W przypadku, gdyby wprowadzenie możliwości posadowienia urządzeń reklamowych na urządzeniach technicznych wydawało się być zbyt rewolucyjnym rozwiązaniem, wskazane jest wprowadzenie definicji „skrzynka techniczna" i dopuszczenie możliwości umieszczania urządzeń reklamowych na skrzynkach technicznych (poprzez dodanie pkt 10 do § 10 (DZIAŁ III, Rozdział 3 - patrz nasze uwagi w pkt 1 poniżej).	
	42.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 6 **Treść uwagi:** **Niejasność, jak należy rozumieć definicję „forma wolnostojąca"** Nie jest jasne, czy urządzenia reklamowe posadowione na urządzeniach technicznych należy klasyfikować jako formę wolnostojącą w przypadku, gdy (i) nie są one trwale przymocowane do urządzeń technicznych – tj. urządzenia techniczne nie stanowią ich konstrukcji lub też (ii) urządzenia reklamowe przykrywają całe urządzenie techniczne tak, że urządzenie techniczne jest niewidoczne dla zewnętrznego obserwatora, który ma wrażenie, że widzi jedynie urządzenie reklamowe. W konsekwencji nie wiadomo, czy całkowite zabudowanie urządzeń technicznych jest regulowane na mocy przepisów Działu III z Rozdziału 3 (dotyczy posadowienia urządzeń reklamowych na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych), czy też z Rozdziału 4 (dot. posadowienia urządzeń reklamowych jako wolnostojących)? Obecne uregulowanie w Uchwale Krajobrazowej: ***DZIAŁ I, PRZEPISY OGÓLNE*** ***§ 2. Ilekroć w dalszych przepisach Uchwały jest mowa o:*** ***6) formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której posiadają one własną konstrukcję nośną, posadowioną na gruncie;* ***DZIAŁ III Uchwały Krajobrazowej*** ***TABLICE REKLAMOWE I URZĄDZENIA REKLAMOWE NIEBĘDĄCE SZYLDAMI*** ***Rozdział 3** - Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami – **usytuowane na***	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Pojęcie wolnostojącego sposobu usytuowania, jako stosowane w ustawie prawo budowlane, nie może podlegać dodatkowemu definiowaniu przez akt prawny niższego rzędu.

		budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych ***Rozdział 4 -*** *Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami –* ***wolnostojące*** Cel proponowanej zmiany: Dopuszczenie możliwości uznania urządzenia reklamowego za formę wolnostojącą w przypadku: • gdy urządzenie reklamowe posiada własną konstrukcję nośną, ale zostało umieszczone nad innym obiektem, z którym nie jest trwale połączone; • urządzenie reklamowe przykrywa całą powierzchnię urządzenia technicznego (lub innego obiektu) tak, że urządzenie techniczne jest niewidoczne dla zewnętrznego obserwatora. Proponowany zapis Uchwały Krajobrazowej: **Doprecyzowanie definicji "formy wolnostojącej" - § 2 pkt 6.** **DZIAŁ I, PRZEPISY OGÓLNE** **§ 2. Ilekroć w dalszych przepisach Uchwały jest mowa o:** **6) formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której posiadają one własną konstrukcję nośną posadowioną na gruncie **lub posadowione są na urządzeniach technicznych, tak, że w całości przykrywają urządzenie techniczne, które jest niewidoczne z zewnątrz.** Uzasadnienie proponowanego rozwiązania: • Ograniczenie zajętej przestrzeni publicznej – nie jest uzasadnione posadowienie urządzeń reklamowych obok urządzeń technicznych, skoro istnieje możliwość ich posadowienia na urządzeniach technicznych, z korzyścią dla przestrzeni publicznej. • Nie jest uzasadnione, dlaczego urządzenia reklamowe mogłyby być umieszczane jako obiekty wolnostojące, a nie byłoby możliwości ich lokalizowania na obiektach urządzeń technicznych. • Możliwość przykrycia nieestetycznych urządzeń technicznych. • Zaprezentowane rozwiązanie gwarantuje, że urządzenia techniczne będą stale konserwowane i że zachowają one na przestrzeni czasu estetyczny wygląd. • Możliwość wykorzystywania potencjału urządzeń technicznych (w tym złączy kablowych) przez wykorzystanie ich funkcji i wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań służących społeczeństwu (np. możliwości ładowania telefonu komórkowego czy też umożliwienia dostępu do wifi na urządzeniu reklamowym) oraz systemu informacyjno-reklamowego (możliwość przekazywania treści publicznych), czego nie uwzględnia obecne brzmienie Uchwały.	
	42.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **Pojęcie terenu zieleni urządzonej – dodanie definicji „terenu zieleni urządzonej” oraz doprecyzowanie zakazu z § 8 pkt 1 lit. c** Pomimo, iż Uchwała Krajobrazowa przewiduje zakaz sytuowania urządzeń reklamowych na terenach zieleni urządzonej, Uchwała Krajobrazowa nie reguluje, jak ten termin należy rozumieć – czy obejmuje on przykładowo również trawniki przy jezdni oraz skwery zieleni. Zgodnie z Uchwałą Krajobrazową termin ten powinien zostać określony w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego. Odesłanie do definicji terenu zieleni urządzonej w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego ma ten skutek, że: (i) w różnych dzielnicach termin ten będzie rozumiany w inny sposób, zgodnie z danym planem miejscowym; (ii) w stosunku do terenu, dla którego nie został uchwalony miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego, pojawia się wątpliwość, czy jest dopuszczalna możliwość lokalizowania urządzeń reklamowych, czy też nie. Termin „teren zieleni urządzonej” nie jest zdefiniowany ani w ustawie Prawo budowlane, ani w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody zawiera jedynie definicję "tereny zieleni". Obecne uregulowanie w Uchwale Krajobrazowej: ***DZIAŁ III, Rozdział 1 - Regulacje ogólne*** ***§ 8.*** *Określa się generalne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami:* *1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na:* *c) terenach parków, cmentarzy i ogrodów jordanowskich* ***oraz terenach wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego jako tereny zieleni urządzonej****;* Cel proponowanej zmiany: Postuluje się umieszczenie własnej definicji terenów zieleni urządzonej w Uchwale Krajobrazowej, jak	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Założeniem projektu Uchwały jest generalny zakaz sytuowania nośników reklamowych na terenach stanowiących czytelnie wyodrębnione obszary zieleni publicznej; zmiana tego założenia byłaby posunięciem jednoznacznie niekorzystnym dla ładu przestrzennego. Jednocześnie należy zauważyć, że zasadnicze trudności praktyczne rodzi jednoznaczne zdefiniowanie granic terenów zieleni publicznej innych niż wyodrębnione pod względem administracyjnym obszary parków, cmentarzy, ogrodów jordanowskich itp., a zatem np. skwerów i zieleńców. W związku z powyższym, niezbędne jest odwołanie się do jednoznacznych wskazań obszarowych, czynionych w tym zakresie w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.

		również zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami tylko na terenach zieleni urządzonej według definicji wskazanej w Uchwale Krajobrazowej. • Alternatywnie postuluje się dopuszczenie lokalizacji urządzeń informacyjno-reklamowych na terenach publicznych, w tym terenach zieleni urządzonej – o ile pełnią one funkcje społeczne (np. zapewniają dostęp do wifi, możliwość ładowania telefonu czy też wskazują aktualne warunki atmosferyczne, umożliwiające przekazywanie komunikatów publicznych) oraz za zgodą właściciela terenu. Proponowany zapis Uchwały Krajobrazowej: **Dodanie definicji "terenu zieleni urządzonej" oraz doprecyzowanie zakazu z § 8 pkt 1 lit. c.** **DZIAŁ I, PRZEPISY OGÓLNE** **§ 2. Ilekroć w dalszych przepisach Uchwały jest mowa o: terenie zieleni urządzonej** – należy przez to rozumieć tereny urządzone pokryte roślinnością, pełniące funkcje publiczne, wymienione poniżej: parki, ogrody botaniczne, ogrody zoologiczne, ogrody jordanowskie, cmentarze, zieleń towarzyszącą zabytkowym fortyfikacjom. **DZIAŁ III, Rozdział 1 - Regulacje ogólne** **§ 8.** Określa się generalne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami: 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na: **c)** terenach parków, cmentarzy i ogrodów jordanowskich **oraz innych terenach zieleni urządzonej;** **Alternatywne rozwiązanie:** **DZIAŁ III, Rozdział 1 - Regulacje ogólne** **§ 8.** Określa się generalne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami: 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na: c) terenach parków, cmentarzy i ogrodów jordanowskich **oraz innych terenach zieleni urządzonej, o ile nie pełnią one funkcji społecznie użytecznych (takich jak np. dostęp do wifi, możliwość ładowania telefonu, wskazanie wysokości aktualnych warunków atmosferycznych) oraz nie zostały one umieszczone za zgodą właściciela terenu;** Uzasadnienie proponowanego rozwiązania: • Uniknięcie wątpliwości czy można lokalizować urządzenia reklamowe na terenach zieleni urządzonej w przypadku, kiedy nie uchwalono miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego. • Urządzenia reklamowe (digitalowe wyświetlacze) umieszczone w przestrzeni publicznej (w tym na terenach zieleni urządzonej) nie muszą powodować dewastacji tej przestrzeni. Ponadto nośniki odpowiednio zaprojektowane, zgodne z zasadami estetyki miejskiej, mogą wręcz pozytywnie wpływać na odbiór tej przestrzeni przez mieszkańców. Z jednej strony mają one szansę pełnić funkcje społecznie użyteczne przez udostępnienie różnego rodzaju usług mieszkańcom, jak np. możliwość ładowania telefonu, skorzystania z wifi, czy uzyskania informacji dotyczących prognozy pogody, przekazywanie komunikatów publicznych. Z drugiej – w szczególnych przypadkach mogą one maskować inne, znajdujące się na terenach zieleni urządzonej, nieestetyczne elementy miejskiej architektury, takie jak np. różnego rodzaju urządzenia techniczne, w tym złącza kablowe. • Urządzenia reklamowe (digitalowe wyświetlacze) umieszczone w przestrzeni publicznej (w tym na terenach zieleni urządzonej) są korzystne dla społeczeństwa ze względu na ich niskie koszty wymiany i aktualizacji treści (a tym samym ich estetyczność). • Urządzenia reklamowe (digitalowe wyświetlacze) przydają się w sytuacjach kryzysowych (wypadkach, zagrożeniach terrorystycznych), bowiem mogą one wyświetlać informacje przydatne społecznie. • Urządzenia reklamowe (digitalowe wyświetlacze) mogą służyć do bieżącej komunikacji społecznej, w tym przekazywać treści ostrzegawcze oraz informacyjne. • Urządzenia reklamowe (w tym w szczególności digitalowe wyświetlacze) przyczyniają się do tworzenia ekosystemu informacyjnego w ramach koncepcji Smart City. • Uchwała Krajobrazowa powinna dążyć do wyeliminowania agresywnej reklamy, a nie ograniczać funkcjonalność urządzeń reklamowych i rozwój technologiczny Miasta.	
	42.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **Nieuzasadnione różnicowanie obiektów, na których mogą zostać posadowione szyldy**	Uwaga nieuwzględniona

		Z obecnego brzmienia Uchwały Krajobrazowej nie wynika jednoznacznie, czy istnieje możliwość lokalizacji szyldów na urządzeniach technicznych, tj. skrzynkach teletechnicznych i telekomunikacyjnych, trafostacjach, złączach kablowych czy stacjach ładowania pojazdów elektrycznych. Wykluczenie takiej możliwości nie wydaje się być niczym uzasadnione. Obecne uregulowanie w Uchwale Krajobrazowej: ***DZIAŁ II, Rozdział 3 - Szyldy na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych, urządzeniach budowlanych i technicznych*** ***§ 6.*** *Dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów § 4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach:* *1)* ***na budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych, pełniących funkcje handlowe i usługowe*** *(...)* *2)* ***na zewnętrznych ścianach i w obrysie witryn lokali handlowych*** *w przejściach podziemnych (...)* *3)* ***na ogrodzeniach*** *nie stanowiących wygrodzeń ogródka gastronomicznego (...)* ***na zadaszeniu stanowisk służących obsłudze pojazdów****, np. stacji benzynowych i myjni, szyldów tablicowych i kasetonowych na opasce otaczającej dach, o maksymalnej wysokości 1,00 m; 5)* ***na samoobsługowych urządzeniach technicznych****, takich jak bankomaty, biletomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami: szyldów naklejkowych o maksymalnej powierzchni 0,50 m .* Cel proponowanej zmiany: Możliwość lokalizowania szyldów tablicowych, naklejkowych i kasetonowych na urządzeniach technicznych. Proponowany zapis Uchwały Krajobrazowej: **Dodanie do § 6 pkt 6 (DZIAŁ II, Rozdział 3)** **DZIAŁ II, Rozdział 3 - Szyldy na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych, urządzeniach budowlanych i technicznych** **§ 6.** Dopuszcza się sytuowanie szyldów tablicowych, szyldów naklejkowych oraz szyldów kasetonowych na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów § 4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: **6) na urządzeniach technicznych** (w szczególności na elementach infrastruktury elektroenergetycznej, skrzynkach technicznych, złączach kablowych, trafostacjach, jak również systemie sterowania oświetleniem i sygnalizacją). Uzasadnienie proponowanego rozwiązania: • Lokalizacja szyldów na złączach kablowych, skrzynkach teletechnicznych i elektroenergetycznych oraz trafostacjach jest szczególnie uzasadniona ze względu na możliwość zakrycia złącza kablowego, wykorzystywanie ich funkcjonalności oraz energooszczędności. • Szyld informowałby przykładowo o nazwie nieruchomości, inwestycji, inwestorze, przedsiębiorcy, czerpiąc energię ze złącza kablowego.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z przepisem art. 2 pkt. 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, reklama to upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne. Z kolei zgodnie z art. 2 pkt. 16d, szyld to tablica reklamowa bądź urządzenie reklamowe (a więc przedmioty służące do ekspozycji reklamy), informujące o działalności prowadzonej na nieruchomości, na której ta tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe się znajdują. W tym kontekście informacja promocyjna, umieszczona na urządzeniu technicznym, niedostępnym dla klientów, stanowiłaby nośnik reklamowy niebędący szyldem – dana nieruchomość nie byłaby bowiem ani miejscem zawierania umowy między stronami, ani siedzibą sprzedawcy, lecz jedynie przestrzenią o charakterze tranzytowym dla świadczonej usługi, w której umieszczona została niezbędna infrastruktura techniczna.

II. UWAGI OGÓLNE DO PROJEKTU UCHWAŁY KRAJOBRAZOWEJ – PROBLEM STACJI ŁADOWANIA SAMOCHODÓW ELEKTRYCZNYCH

Nasza propozycja – Dopuszczenie lokalizowania urządzeń reklamowych oraz szyldów na stacjach ładowania samochodów elektrycznych oraz stacjach ładowania innych pojazdów elektrycznych (np. hulajnogi elektryczne, skutery elektryczne).





Ogólne przedstawienie problemu:

Niewielka liczba pojazdów elektrycznych w Polsce, a tym samym niewielkie przychody z ich ładowania sprawiają, że budowa stacji do ładowania samochodów elektrycznych jest nieopłacalna, a koszt utrzymania stacji nie pokrywają opłaty za ładowanie. Użytkownicy samochodów elektrycznych skarżą się zaś na rzadką dostępność stacji ładowania, a brak odpowiedniej infrastruktury wskazywany jest jako jedna z największych barier rozwoju elektromobilności. Równocześnie ustawa z dnia 11 stycznia 2018 r. o elektromobilności i paliwach alternatywnych nakłada na jednostki samorządu terytorialnego obowiązek wsparcia tworzenia takich stacji. Ze względu na brak przychodów z samego ładowania, konieczne jest znalezienie dodatkowych źródeł przychodów, które zachęcą inwestorów do rozwoju sieci stacji. Dobrym rozwiązaniem może być dopuszczenie możliwości lokowania reklam na stacjach ładowania.

Jesienią 2018 r. w Warszawie pojawiły się hulajnogi elektryczne w modelu współdzielonym, które mogą być pozostawione w dowolnym miejscu. Wygodna dla użytkowników dostępność, z punktu widzenia ładu przestrzeni miejskiej jest problemem. Hulajnogi często zostawiane są w miejscach, w których stanowią przeszkodę, a nawet zagrożenie dla ruchu pieszego. Podobnego problemu nie ma system bazowy oparty na stacjach ładowania, który sprawdził się już w przypadku miejskich rowerów. Rozwój takiego systemu byłby również korzystny dla skuterów elektrycznych.

17



Uzasadnienie: Samochody elektryczne pełnią szczególne funkcje korzystne dla całego społeczeństwa - sprzyjają one środowisku i przyczyniają się do poprawy warunków w mieście (ograniczają smog, zmniejszają hałas oraz ilość spalin, nie emitują niekorzystnych substancji szkodzących zabytkom, zapewniają większe bezpieczeństwo podczas wypadków). Jednostki samorządu terytorialnego są zobowiązane podejmować kroki sprzyjające ich popularyzacji, m.in. poprzez rozbudowę stacji ładowania samochodów elektrycznych. Obecnie przy niewielkiej liczbie samochodów elektrycznych opłaty za ich ładowanie nie pokryją kosztów inwestycji budowy stacji ładowania – umieszczanie urządzeń reklamowych i promowanie podmiotu utrzymującego stację to jedyny sposób na finansowanie rozwoju sieci.

18

	42.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** **Urządzenia reklamowe na stacjach ładowania samochodów elektrycznych – dodanie pkt 10 do §10** Przeoczeniem wydaje się dopuszczenie możliwości umieszczenia urządzeń reklamowych jedynie na	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia przestrzennego dla przekształcania stacji ładowania pojazdów elektrycznych w dodatkowy typ nośnika reklamy niebędącej

		urządzeniach stacji sieci rowerów publicznych, z pominięciem uwzględnienia stacji ładowania samochodów elektrycznych i innych pojazdów elektrycznych, pełniących podobną funkcję. Obecne uregulowanie w Uchwale Krajobrazowej: ***DZIAŁ III, Rozdział 3*** ***§ 10.*** *Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8,* ***wyłącznie:*** *5)* ***na urządzeniach stacji sieci rowerów publicznych*** *(...)* Cel proponowanej zmiany: Wymienienie w § 10 Uchwały Krajobrazowej stacji ładowania samochodów elektrycznych i stacji ładowania innych pojazdów elektrycznych, tj. dopuszczenie sytuowania urządzeń reklamowych niebędących szyldami, również na stacji ładowania samochodów elektrycznych i stacji ładowania innych pojazdów elektrycznych (np. hulajnogi elektryczne, skutery elektryczne). Proponowany zapis Uchwały Krajobrazowej: **Dodanie pkt 10 do § 10 (DZIAŁ III, Rozdział 3) lub alternatywnie zmiana pkt 5.** **DZIAŁ III, Rozdział 3** **§ 10.** Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, **wyłącznie: (…)** **10) na urządzeniach technicznych** (w szczególności na urządzeniach stacji ładowania samochodów elektrycznych), o ile spełniają one warunki określone dla nośnika reklamowego formatu małego. **Alternatywne rozwiązanie:** **DZIAŁ III, Rozdział 3** **§ 10.** Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, **wyłącznie:** 5) **na urządzeniach stacji sieci rowerów publicznych**, **stacjach ładowania samochodów elektrycznych oraz stacjach ładowania innych pojazdów elektrycznych, takich jak hulajnogi elektryczne i skutery elektryczne** - a) w postaci naklejek na frontowej i tylnej ścianie jednego terminala, o łącznej powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 1 m^2 na każdej z 2 ścian w stosunku do stacji sieci rowerów publicznych oraz o łącznej powierzchni ekspozycyjnej nieprzekraczającej 1 m na każdej ze ścian stacji ładowania samochodów elektrycznych oraz stacji ładowania innych pojazdów elektrycznych, b) w postaci naklejek w formie ażurowej na słupkach dokujących rowery; Uzasadnienie proponowanego rozwiązania: • Stacje ładowania samochodów elektrycznych i innych pojazdów elektrycznych pełnią analogiczne funkcje do urządzeń stacji sieci rowerów publicznych – również sprzyjają one środowisku i przyczyniają się do poprawy warunków w mieście (ograniczają smog). • Za możliwością posadowienia reklam na stacji ładowania przemawia fakt, że przychody z samego ładowania samochodów i innych pojazdów elektrycznych nie zapewniają finansowania dalszego rozwoju sieci stacji ładowania. Należy podkreślić, że ustawa z dnia 11 stycznia 2018 r. o elektromobilności i paliwach alternatywnych nakłada na samorządy obowiązek rozwoju ekologicznego transportu, w tym zapewnienia użytkowania stacji ładowania. Zgodnie z art. 60 ust. 1 ww. ustawy minimalna liczba punktów ładowania zainstalowanych do dnia 31 grudnia 2020 r. w ogólnodostępnych stacjach ładowania zlokalizowanych w gminach powinna wynosić 1000 (dot. gmin o liczbie mieszkańców wyższej niż 1 000 000, w których zostało zarejestrowanych co najmniej 600 000 pojazdów samochodowych i na 1000 mieszkańców przypada co najmniej 700 pojazdów samochodowych). • Obecnie przy niewielkiej liczbie samochodów elektrycznych opłaty za ich ładowanie nie pokryją	szyldem. Projekt Uchwały dopuszcza jednak sytuowanie na tych urządzeniach szyldów, co umożliwia prezentację treści przez operatora danego urządzenia.

		wszystkich kosztów inwestycji budowy stacji ładowania – reklama to jeden ze sposobów na finansowanie rozwoju sieci.	
	42.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 6 pkt 5 **Treść uwagi:** **Szyldy na stacjach ładowania samochodów elektrycznych – zmiana pkt 5 do § 6** Przeoczeniem wydaje się pominięcie stacji ładowania samochodów elektrycznych oraz stacji ładowania innych pojazdów elektrycznych w wyliczeniu samoobsługowych urządzeń technicznych wymienionych w § 6 pkt 5 Uchwały Krajobrazowej. Stacja ładowania samochodów elektrycznych i innych pojazdów elektrycznych pełni podobną funkcję do biletomatu. Obecne uregulowanie w Uchwale Krajobrazowej: ***DZIAŁ II, Rozdział 3 - Szyldy na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych, urządzeniach budowlanych i technicznych § 6.*** *Dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów § 4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach:* ***5) na samoobsługowych urządzeniach technicznych****, takich jak bankomaty, biletomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami: szyldów naklejkowych o maksymalnej powierzchni 0,50 m^2.* Cel proponowanej zmiany: Wymienienie w § 6 pkt 5 Uchwały Krajobrazowej stacji ładowania samochodów elektrycznych i stacji ładowania innych pojazdów elektrycznych, tj. dopuszczenie sytuowania szyldów, z uwzględnieniem zapisów § 4, na stacjach ładowania samochodów elektrycznych i stacjach ładowania innych pojazdów elektrycznych. Proponowany zapis Uchwały Krajobrazowej: **Zmiana pkt 5 do § 6 (DZIAŁ II, Rozdział 3).** **DZIAŁ II, Rozdział 3 - Szyldy na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych, urządzeniach budowlanych i technicznych** **§ 6.** Dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych oraz urządzeniach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów § 4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: **5) na samoobsługowych urządzeniach technicznych**, takich jak bankomaty, biletomaty, **stacje ładowania samochodów elektrycznych, stacjach ładowania innych pojazdów elektrycznych**, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami: szyldów naklejkowych o maksymalnej powierzchni 1 m^2. Uzasadnienie proponowanego rozwiązania: • Stacja ładowania samochodów elektrycznych i innych pojazdów elektrycznych pełni analogiczne funkcje do samoobsługowych urządzeń technicznych, takich jak bankomaty, biletomaty, automaty, parkomaty. • Za możliwością posadowienia szyldów na stacji ładowania samochodów elektrycznych przemawia fakt, że z samego ładowania samochodów nie można osiągnąć przychodu, a sieć ładowania samochodów musi podlegać rozwojowi, mimo braku rentowności. Należy podkreślić, że ustawa z dnia 11 stycznia 2018 r. o elektromobilności i paliwach alternatywnych nakłada na samorządy obowiązek rozwoju ekologicznego transportu, w tym zapewnienia użytkowania stacji ładowania.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dopuszczenie możliwości sytuowania szyldów na stacjach ładowania pojazdów elektrycznych jest uzasadnione. Wprowadzono rozwiązanie dopuszczające sytuowanie ażurowego szyldu muralowego lub naklejkowego na każdej ścianach urządzenia, każdorazowo o maksymalnej powierzchni 0,55 m^2.

	42.13	**Wskazanie zakresu, jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt 1, § 10 pkt 8 **Treść uwagi:** **Dopuszczenie lokalizowania murali na budowlach** W chwili obecnej Uchwała Krajobrazowa dopuszcza jedynie możliwość umieszczania murali na budynkach, jak również na drogowych obiektach inżynierskich innych niż ściany przejść podziemnych. Nieuzasadnionym wydaje się pominięcie możliwości umieszczenia murali na ścianach budowli. Obecne uregulowanie w Uchwale Krajobrazowej: DZIAŁ III, Rozdział 2 Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami – usytuowane na budynkach § 9. Dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: 1) na elewacjach szczytowych niższych niż 25 m, pozbawionych dekoracji architektonicznej oraz otworów okiennych o łącznej powierzchni przekraczającej 5% powierzchni elewacji (…) a) w postaci murali, DZIAŁ III, Rozdział 3 § 10. Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: 8) na drogowych obiektach inżynierskich innych niż ściany przejść podziemnych – w postaci murali pozbawionych nazw handlowych, znaków handlowych i innych elementów promujących towary lub usługi o charakterze komercyjnym; Cel proponowanej zmiany: Możliwość malowania murali na budowlach, takich jak przykładowo stacje transformatorowe czy inne budowle infrastruktury elektroenergetycznej. Proponowany zapis Uchwały Krajobrazowej: Dodanie pkt 11 do § 10 (DZIAŁ III, Rozdział 3) DZIAŁ III, Rozdział 3 § 10. Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: 11) na budowlach – w postaci murali, z zastrzeżeniem, że murale mogą być umieszczone najwyżej na dwóch ślepych ścianach budowli (bez otworów okiennych). Alternatywne rozwiązanie: DZIAŁ III, Rozdział 3 § 10. Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: 11) na budowlach infrastruktury elektroenergetycznej – w postaci murali, z zastrzeżeniem, że murale mogą być umieszczone najwyżej na dwóch ślepych ścianach budowli (bez otworów okiennych). Uzasadnienie proponowanego rozwiązania: Poprawa estetyki przestrzeni publicznej. Umożliwienie umieszczania murali na budowlach przeciwdziałać będzie samowolnemu obklejaniu ścian budowli reklamami posadowionymi bez zezwolenia czy też malowania ich sprayem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Z punktu widzenia wymogów ładu przestrzennego, obiekty infrastruktury energetycznej powinny być jak najlepiej zintegrowane z krajobrazem, m.in. przy użyciu zieleni. Udostępnienie ich elewacji na potrzeby działalności reklamowej skutkowałoby radykalnym wzrostem ich ekspozycji w przestrzeni miasta oraz dążeniem do usuwania otaczającej je zieleni, co należy uznać za zdecydowanie niewłaściwe.

Tesco (Polska) Sp. z o.o.	**43.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 3) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „elewację” należy rozumieć „zewnętrzną ścianę budynku lub budowli wraz z otworami np. okiennymi bądź drzwiowymi”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „elewację” należy rozumieć „zewnętrzną ścianę budynku lub budowli lub tymczasowego obiektu budowlanego lub pojazdu typu foodtruck wraz z otworami np. okiennymi bądź drzwiowymi”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z art. 3 pkt 5 ustawy prawo budowlane, tymczasowy obiekt budowlany jest budynkiem lub budowlą, a zatem proponowana zmiana nie jest celowa. Regulacja sposobu sytuowania nośników reklamowych na pojazdach, używanych do celów transportowych, znajduje się poza zakresem kompetencji projektu Uchwały.
	43.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 4) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „formę ażurową” należy rozumieć „taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której składają się one z pozbawionych tła elementów takich, jak napis, symbol lub kompozycja graficzna, nie mają cech siatki reklamowej i nie są płaszczyzną perforowaną, a powierzchnia tych elementów, mierzona w rzucie poziomym, nie przekracza 60% powierzchni prostokąta opisanego na najbardziej oddalonych punktach tych elementów; powierzchnię takiego prostokąta przyjmuje się za powierzchnię ekspozycyjną tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „formę ażurową” należy rozumieć „taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której składają się one z pozbawionych tła elementów takich, jak napis, symbol lub kompozycja graficzna, nie mają cech siatki reklamowej i nie są płaszczyzną perforowaną, a powierzchnia tych elementów, mierzona w rzucie poziomym, nie przekracza 80% powierzchni prostokąta opisanego na najbardziej oddalonych punktach tych elementów; powierzchnię takiego prostokąta przyjmuje się za powierzchnię ekspozycyjną tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana zmiana wpłynęła by niekorzystnie na ład przestrzenny, w istotny sposób ograniczając walor ażurowości, kluczowy dla właściwego komponowania się nośnika reklamowego z otoczeniem.
	43.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I § 2 pkt 5a) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest brak definicji „formy wielostronnej”. Tesco wnosi o dodanie w Dziale I § 2 po pkt 5) punktu 5a) o następującej treści: „5a) formie wielostronnej - należy przez to rozumieć taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której posiadają one więcej niż dwie takiej samej wielkości powierzchnie ekspozycyjne usytuowane na jednakowym poziomie i skierowane w różne strony.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sytuowanie niebędących szyldami nośników reklamowych o więcej niż dwóch stronach oddziaływałoby negatywnie na ład przestrzenny.
	43.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I § 2 pkt 11) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez **„**nośnik reklamowy formatu dużego” należy rozumieć tablice reklamową, także w formie dwustronnej, która spełnia łącznie warunki: a) korzystania ze sztywnych powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości nieprzekraczającej 3,40 m i 6,40 m, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 9 m2, lecz nieprzekraczających 18 m2, c) zachowania wysokości konstrukcji – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 12 m.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez **„**nośnik reklamowy formatu dużego” należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, także w formie dwustronnej lub wielostronnej, które spełnia łącznie warunki: a) korzystania ze sztywnych powierzchni ekspozycyjnych w kształcie prostokąta o maksymalnych	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przesądzenia dotyczące dopuszczanych w uchwale wymiarów nośników reklamowych oparte są na analizach wpływu poszczególnych formatów na krajobraz miasta. Zwiększanie dopuszczalnych wymiarów nośników reklamowych formatu dużego wpłynęłoby negatywnie na ład przestrzenny.

		wymiarach 8 m i 18,00 m, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 9 m2, lecz nieprzekraczających 144,00 m2, c) zachowania wysokości konstrukcji – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 30,00 m, d) oświetlenia światłem stałym bądź braku oświetlenia.	
	43.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I § 2 pkt 12) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „nośnik reklamowy formatu małego” należy rozumieć „tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci gabloty, także w formie dwustronnej o równoległych do siebie powierzchniach ekspozycyjnych, spełniające łącznie warunki: a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni bądź na wyświetlaczu, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w układzie pionowym, o wysokości i szerokości nieprzekraczającej odpowiednio 2 m i 1,40 m, c) zachowania głębokości nieprzekraczającej 25 cm, d) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych nieprzekraczających każdorazowo 2,5 m2, e) zachowania wysokości konstrukcji – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 3 m, f) oświetlenia od wewnątrz bądź braku oświetlenia.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „nośnik reklamowy formatu małego” należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, także w formie dwustronnej, spełniające łącznie warunki: a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni bądź na wyświetlaczu, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w kształcie prostokąta, o maksymalnych wymiarach 2 m i 2,50 m, d) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych nieprzekraczających każdorazowo 5 m2, e) zachowania wysokości konstrukcji – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 8 m, f) oświetlenia światłem stałym bądź braku oświetlenia.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przesądzenia dotyczące dopuszczanych w uchwale wymiarów nośników reklamowych oparte są na analizach wpływu poszczególnych formatów na krajobraz miasta. Zwiększanie dopuszczalnych wymiarów nośników reklamowych formatu małego wpłynęłoby negatywnie na ład przestrzenny.
	43.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I § 2 pkt 13) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „nośnik reklamowy formatu średniego” należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci gabloty, także w formie dwustronnej o równoległych do siebie powierzchniach ekspozycyjnych, spełniające łącznie warunki: a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości nieprzekraczającej odpowiednio 2,80 m i 3,80 m, c) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 3 m2, lecz nieprzekraczających 9 m2, d) oświetlenia od wewnątrz bądź braku oświetlenia, e) zachowania głębokości nieprzekraczającej 60 cm, f) zachowania maksymalnej wysokości – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 6 m. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „nośnik reklamowy formatu średniego” należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, także w formie dwustronnej, spełniające łącznie warunki:	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przesądzenia dotyczące dopuszczanych w uchwale wymiarów nośników reklamowych oparte są na analizach wpływu poszczególnych formatów na krajobraz miasta. Zwiększanie dopuszczalnych wymiarów nośników reklamowych formatu średniego wpłynęłoby negatywnie na ład przestrzenny.

		a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni bądź na wyświetlaczu, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w kształcie prostokąta o wymiarach nieprzekraczających 10m i 5 m, c) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 5 m2, lecz nieprzekraczających 50 m2, d) oświetlenia światłem stałym bądź braku oświetlenia, e) zachowania głębokości nieprzekraczającej 60 cm, f) zachowania maksymalnej wysokości – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 15 m.	
	43.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt 15) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „pole szyldowe” należy rozumieć „położony nad witryną obszar strefy parteru; jego dolną granicę stanowi linia wyznaczona przez górną krawędź witryny, boczne granice – linie wyznaczone przez maksymalny zasięg witryny po obu stronach wraz z ewentualnymi opaskami, zaś górną granicę – linia wyznaczona przez element architektoniczny oddzielający wizualnie kolejną kondygnację, a w przypadku jego braku linia wyznaczona przez dolną krawędź najniżej położonego na elewacji elementu kolejnej kondygnacji (otwór okienny lub drzwiowy, płyta balkonowa, dekoracja architektoniczna) z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez dodanie określenia, że przez „pole szyldowe” w obiektach o przeważającej funkcji handlowo-usługowej o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2, w których elewacja nie jest wyraźnie podzielona na kondygnacje należy rozumieć obszar, którego dolną granicę stanowi linia wyznaczona przez dolną krawędź witryny, boczne granice – linie wyznaczone przez granice elewacji po obu stronach wraz z ewentualnymi opaskami, zaś górną granicę – linia wyznaczona przez dach;”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Pole szyldowe jest pojęciem wypracowanym przede wszystkim na potrzeby standardowej zabudowy miejskiej i powiązanym z szeregiem opierających się nim regulacji możliwości regulacji szyldów w powiązaniu z witrynami. Rozciąganie go na całą powierzchnię elewacji obiektów handlu wielkopowierzchniowego tworzyłoby szereg komplikacji definicyjnych, a kwestię sytuowania szyldów powyżej standardowo rozumianego pola szyldowego lepiej regulują inne narzędzia projektu Uchwały. Ponadto, uwaga nie zawiera argumentacji uzasadniającej liberalizację kryterium powierzchni sprzedaży obiektów handlowo-usługowych, umożliwiającego stosowanie szczególnych przepisów kompozycyjnych na elewacji, z 1000 do 500 m^2.
	43.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 20) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „stopień ażurowości ogrodzenia” należy rozumieć „wyrażony w procentach stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia, z wyłączeniem fragmentów o szerokości do 2 m przylegających do bram i furtek;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „stopień ażurowości ogrodzenia” należy rozumieć „wyrażony w procentach stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia, z wyłączeniem fragmentów o szerokości do 2 m przylegających do bram i furtek oraz z wyłączeniem słupów, filarów i murków wchodzących w jego skład;”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia dla składanej uwagi – wypracowany w projekcie uwagi współczynnik ażurowości uwzględnia obecność w konstrukcji ogrodzenia słupków, filarów, murków i innych elementów nieprzeziernych. Wyłączenie ww. elementów z kalkulacji współczynnika ażurowości rodziłoby zasadnicze wątpliwości co do wyznaczenia ich granic, a w konsekwencji możliwość faktycznego omijania ustaleń dotyczących ażurowości ogrodzeń.
	43.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 25) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „szyld kasetonowy” należy rozumieć „szyld o głębokości od 3 cm do 20 cm włącznie;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „szyld kasetonowy” należy rozumieć „szyld o głębokości od 3 cm do 80 cm włącznie;”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie przekształciłoby szyldy kasetonowe w masywne obiekty, sprzeczne z wymogami ładu przestrzennego. Uwagę uwzględniono w ograniczonym zakresie, powiększając dopuszczalną głębokość szyldów kasetonowych do 25 cm.
	43.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 37 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „wyświetlacz” należy rozumieć „taki typ tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, który eksponuje na ekranie, poza okresem między godzinami 24 a 6, zmienne, ale zmieniające się bez przerw i nie częściej niż co 10 s nieruchome	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze brak jest argumentacji, przemawiającej za proponowanymi zmianami. Należy jednak podkreślić, że reklamy w postaci wyświetlaczy szczególnie silnie ingerują w swoje otoczenie. Ruchome obrazy stanowią

		treści reklamowe, przy czym w czasie pełnego nasłonecznienia maksymalna jasność ekranu, wyposażonego w urządzenie automatycznie dostosowujące jasność obrazu do jasności otoczenia, mierzona w odległości 1 m prostopadle do środka matrycy, nie może przekraczać 2500 cd/m2, zaś po zmroku – 350 cd/m2, a ekran wykonany jest: a) w technologii ciekłokrystalicznej, przy czym dla powierzchni ekspozycyjnych nie większych niż 3 m2 oraz dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych wielkość piksela nie może przekraczać 2 mm, lub b) z diod elektroluminescencyjnych technologii Surface Mounted Device (SMD), przy czym dla powierzchni ekspozycyjnych nie większych niż 3 m2 oraz dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych wielkość piksela nie może przekraczać 2 mm;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „wyświetlacz” należy rozumieć „taki typ tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, który eksponuje na ekranie, poza okresem między godzinami 24 a 6, zmienne, ale zmieniające się bez przerw, treści reklamowe, przy czym w czasie pełnego nasłonecznienia maksymalna jasność ekranu, wyposażonego w urządzenie automatycznie dostosowujące jasność obrazu do jasności otoczenia, mierzona w odległości 1 m prostopadle do środka matrycy, nie może przekraczać 3000 cd/m2, zaś po zmroku – 350 cd/m2, a ekran wykonany jest: a) w technologii ciekłokrystalicznej lub b) z diod elektroluminescencyjnych technologii Surface Mounted Device (SMD);”.	dodatkowo bardzo intensywny bodziec wizualny, który negatywnie wpływa zarówno na ład przestrzenny w krajobrazie miasta, jak i na bezpieczeństwo ruchu.
	43.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §3 pkt. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że „w zakresie ustalanych w uchwale wymiarów i wartości: 1) dopuszcza się tolerancję błędu wykonawczego dla podawanych gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ich powierzchni ekspozycyjnych w wysokości 5%;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „w zakresie ustalanych w uchwale wymiarów i wartości: 1) dopuszcza się tolerancję błędu wykonawczego dla podawanych gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ich powierzchni ekspozycyjnych w wysokości 10%;”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wprowadzono tolerancję błędu wykonawczego.
	43.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt 1 lit a) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) w polu szyldowym: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów semaforowych i szyldów muralowych, z tym zastrzeżeniem, że: a) na jednym budynku, w obrębie pól szyldowych usytuowanych na tej samej wysokości, nakazuje się sytuowanie szyldów o jednolitej wysokości i w jednej, poziomej osi symetrii;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez dodanie określenia, że „wymóg ten nie dotyczy obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia kompozycyjnego i funkcjonalnego dla proponowanej zmiany.

	43.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt 1 lit b) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) w polu szyldowym: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów semaforowych i szyldów muralowych, z tym zastrzeżeniem, że: 2) szyldy, z wyłączeniem szyldów semaforowych, podlegają następującym regulacjom: – w obrębie danego pola szyldowego możliwe jest jedynie sytuowanie szyldu dotyczącego działalności lokalu znajdującego się za witryną poniżej pola; wykorzystanie danego pola szyldowego przez lokal znajdujący się za witryną powyżej pola (w kolejnej kondygnacji strefy parteru) dozwolone jest wyłącznie w przypadku, gdy nie posiada on własnego pola szyldowego i nie posiada szyldu usytuowanego na witrynie, – maksymalna wysokość szyldów sytuowanych w obrębie pola szyldowego nie może przekraczać 90 cm ani 25% wysokości witryny, nad którą to pole się znajduje, chyba że powierzchnia szyldu jest mniejsza niż 1,50 m2,”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) w polu szyldowym: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów semaforowych i szyldów muralowych, z tym zastrzeżeniem, że: b) szyldy, z wyłączeniem szyldów semaforowych, podlegają następującym regulacjom: - w obrębie danego pola szyldowego możliwe jest jedynie sytuowanie szyldu dotyczącego działalności lokalu znajdującego się za witryną poniżej pola; wykorzystanie danego pola szyldowego przez lokal znajdujący się za witryną powyżej pola (w kolejnej kondygnacji strefy parteru) dozwolone jest wyłącznie w przypadku, gdy nie posiada on własnego pola szyldowego i nie posiada szyldu usytuowanego na witrynie, wymóg ten nie dotyczy obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2; - maksymalna wysokość szyldów sytuowanych w obrębie pola szyldowego nie może przekraczać 90 cm ani 25% wysokości witryny, nad którą to pole się znajduje, chyba że powierzchnia szyldu jest mniejsza niż 1,50 m2; w obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2 maksymalna wysokość szyldów sytuowanych w obrębie pola szyldowego nie może przekraczać 4m,”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapis dotyczący możliwości wykorzystania pola szyldowego przez poszczególne podmioty został usunięty jako nadmiernie restrykcyjny. Pole szyldowe jest pojęciem wypracowanym przede wszystkim na potrzeby standardowej zabudowy miejskiej. Tak duża liberalizacja dopuszczalnych w jego ramach gabarytów szyldów podważałaby sens koncepcji idei pola szyldowego, a kwestię sytuowania szyldów powyżej pola lepiej regulują inne narzędzia projektu Uchwały. Jednocześnie, uwaga nie zawiera argumentacji uzasadniającej liberalizację kryterium powierzchni sprzedaży obiektów handlowo-usługowych, umożliwiającego stosowanie szczególnych przepisów kompozycyjnych na elewacji, z 1000 do 500 m^2.
	43.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt. 3 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 3)w obrysie witryn, nad którymi istnieje pole szyldowe: szyldów muralowych lub szyldów naklejkowych, o ile ich wysokość nie przekracza 90 cm i nie przesłaniają one więcej, niż 20% powierzchni prześwitu witryny, oraz szyldów markizowych, które mogą wykraczać maksymalnie 1 m poza obrys witryny;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 3)w obrysie witryn, nad którymi istnieje pole szyldowe: szyldów muralowych lub szyldów naklejkowych, o ile ich wysokość nie przekracza 1,20 cm i nie przesłaniają one więcej, niż 30% powierzchni prześwitu witryny, oraz szyldów markizowych, które mogą wykraczać maksymalnie 1 m poza obrys witryny;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepisy, do których odnosi się uwaga, zostały sformułowane przy wzięciu pod uwagę wymogów kompozycyjnych elewacji oraz utrzymania otwartego charakteru witryn. Liberalizacja zapisów miałaby negatywny wpływ na krajobraz miasta.
	43.15.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt 10 lit. a)	Uwaga nieuwzględniona

		Treść uwagi: Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 10) na dowolnym fragmencie elewacji, w sposób nieprzesłaniający otworów okiennych i drzwiowych: a) na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m2: – szyldów tablicowych w formie ażurowej lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej o wysokości nieprzekraczającej 1/3 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 3 m, o ile nie będą one wystawać poza obrys elewacji, – szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, umieszczonych na jednej wysokości, o ujednoliconych gabarytach, o jednostkowej powierzchni nieprzekraczającej 3 m2 i usytuowanych od siebie w odległości co najmniej 4 m,”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 10) na dowolnym fragmencie elewacji, w sposób nieprzesłaniający otworów okiennych i drzwiowych: a) na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2: – szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, lub szyldów naklejkowych lub szyldów muralowych lub szyldów w formie liter przestrzennych, o wysokości nieprzekraczającej 3/5 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 4 m, przy czym szyld może wykraczać poza obrys elewacji lub zostać umieszczonych na dachu obiektu, – szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, lub szyldów naklejkowych lub szyldów muralowych lub szyldów w formie liter przestrzennych, o jednostkowej powierzchni nieprzekraczającej 35 m2 i usytuowanych od siebie w odległości co najmniej 5 m,”.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga proponuje daleko idącą liberalizację przepisów regulujących sposób sytuowania szyldów na elewacji i byłaby niezgodna z wymogami ładu przestrzennego.
	43.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt. 7 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 7) na zadaszeniu nad wejściem do budynku i na zadaszeniu nad witrynami: szyldów tablicowych w formie ażurowej lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej, w obu przypadkach o maksymalnej wysokości równej 25% wysokości witryny, lecz nie większej niż 90 cm;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 7) na zadaszeniu nad wejściem do budynku i na zadaszeniu nad witrynami: szyldów tablicowych, szyldów tablicowych w formie ażurowej, szyldów kasetonowych lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej, we wszystkich przypadkach o maksymalnej wysokości równej 25% wysokości witryny, lecz nie większej niż 3 m;”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia dla liberalizacji przepisu. Ponadto, uwzględnienie uwagi w proponowanym brzmieniu powodowałoby istotną zmianę w wysokości szyldów umieszczonych jedynie nad witrynami o wysokości od 5 do 12 m, co wydaje się mieć niewielkie znaczenie praktyczne.
	43.17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt. 10 lit. a) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 10) na dowolnym fragmencie elewacji, w sposób nieprzesłaniający otworów okiennych i drzwiowych: a) na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m2: - szyldów tablicowych w formie ażurowej lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej o wysokości	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga proponuje daleko idącą liberalizację przepisów regulujących sposób sytuowania szyldów na elewacji i byłaby niezgodna z wymogami ładu przestrzennego.

		nieprzekraczającej 1/3 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 3 m, o ile nie będą one wystawać poza obrys elewacji, - szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, umieszczanych na jednej wysokości, o ujednoliconych gabarytach, o jednostkowej powierzchni nieprzekraczającej 3 m2 i usytuowanych od siebie w odległości co najmniej 4 m;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 10) na dowolnym fragmencie elewacji, w sposób nieprzesłaniający otworów okiennych i drzwiowych: a) na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2: - szyldów tablicowych, szyldów tablicowych w formie ażurowej, szyldów kasetonowych lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej o wysokości nieprzekraczającej 3/5 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 3 m, - szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, umieszczanych na jednej wysokości, o ujednoliconych gabarytach, o jednostkowej powierzchni nieprzekraczającej 35 m2 i usytuowanych od siebie w odległości co najmniej 1 m;”.	
	43.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 2 pkt. 1 lit. a) – d) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej granicy elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych oraz szyldów formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że: a) szyldy musza być realizowane w formie ażurowej, z wyłączeniem płaskorzeźb, b) szyldy musza być usytuowane poza obrysem otworów okiennych i drzwiowych, c) szyldy musza być usytuowane w jedne osi o pionowej lub poziomej, d) łączna powierzchnia ekspozycyjna szyldów nie może przekraczać 1/10 powierzchni elewacji,”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej granicy elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych oraz szyldów formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że: a) szyldy musza być usytuowane poza obrysem otworów okiennych i drzwiowych, b) szyldy musza być usytuowane w jedne osi o pionowej lub poziomej, c) łączna powierzchnia ekspozycyjna szyldów nie może przekraczać 1/3 powierzchni elewacji,”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Likwidacja wymogu ażurowości szyldów, a także radykalne zwiększenie dopuszczalnego stopnia przesłaniania elewacji byłyby niezgodne z wymogami ładu przestrzennego.
	43.19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** II Rozdział 2 §5 ust. 2 pkt 1 lit. e) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych oraz szyldów w formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że: e) wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej nie może przekraczać następujących wartości, z wyłączeniem szyldów umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m2: - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m,	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga proponuje istotną liberalizację przepisów regulujących sposób sytuowania szyldów na elewacji budynków niebędących obiektami handlowo-usługowymi, nie podając jednak przesłanek takiej zmiany, która byłaby niekorzystna z punktu widzenia ładu przestrzennego. Jednocześnie, uwaga nie zawiera argumentacji uzasadniającej liberalizację kryterium powierzchni sprzedaży obiektów handlowo-usługowych, umożliwiającego stosowanie szczególnych przepisów kompozycyjnych na elewacji, z 1000 do 500 m^2.

		- 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m, - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m,". Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych oraz szyldów w formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że: e) wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej nie może przekraczać następujących wartości, z wyłączeniem szyldów umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2: - 2/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, - 2/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 4 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m, - 1/3 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m, - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 8 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m,"	
	43.20.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 2 pkt 1 lit. f) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych oraz szyldów w formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że: f) wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej, umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m2, nie może przekraczać następujących wartości: - 1/3 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 3 m – dla elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży od 1.000 do 30.000 m2, - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5 m – dla elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży powyżej 30.000 m2,". Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych oraz szyldów w formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że: f) wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej, umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2, nie może przekraczać następujących wartości: - 4/5 szerokości elewacji, lecz nie więcej niż 10 m – dla elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży od 500 m2 do 30.000 m2, - 3/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 20 m – dla elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży powyżej 30.000 m2,".	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga proponuje radykalną liberalizację przepisów regulujących sposób sytuowania szyldów na elewacji obiektów handlowo-usługowych, nie podając jednak przesłanek takiej zmiany, która byłaby niekorzystna z punktu widzenia ładu przestrzennego. Jednocześnie, uwaga nie zawiera argumentacji uzasadniającej liberalizację kryterium powierzchni sprzedaży obiektów handlowo-usługowych, umożliwiającego stosowanie szczególnych przepisów kompozycyjnych na elewacji, z 1000 do 500 m^2.
	43.21.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 2 pkt 1 lit. g) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za zasadną w przypadku obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m^2.

		muralowych oraz szyldów w formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że: g) szyldy tablicowe, kasetonowe i muralowe na elewacji powyżej strefy parteru nie mogą być usytuowane na budynku, na którym szyld usytuowany jest także powyżej zwieńczenia elewacji;". Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów §4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych oraz szyldów w formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że: g) szyldy tablicowe, kasetonowe i muralowe na elewacji powyżej strefy parteru nie mogą być usytuowane na budynku, na którym szyld usytuowany jest także powyżej zwieńczenia elewacji; ograniczenie to nie dotyczy obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży od 500 m2;".	
	43.22.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 3 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na elewacjach powyżej górnej krawędzi elewacji wyłącznie na budynkach użyteczności publicznej (w tym obiektów handlowo-usługowych), według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów § 4, z tym zastrzeżeniem, że: 1) powyżej strefy parteru elewacji nie mogą znajdować się szyldy inne niż semaforowe; 2) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów kasetonowych w formie ażurowej i szyldów tablicowych w formie ażurowej; 3) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów nieprzekraczających następujących wysokości maksymalnych: a) 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, b) 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m, c) 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m, d) 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m." Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na elewacjach powyżej górnej krawędzi elewacji wyłącznie na budynkach użyteczności publicznej (w tym obiektach handlowo-usługowych), według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów § 4, z tym zastrzeżeniem, że: 1) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów kasetonowych, w tym liter przestrzennych i szyldów tablicowych, w tym liter przestrzennych; 2) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów nieprzekraczających następujących wysokości maksymalnych: - 2/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, - 2/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 4 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m, - 1/3 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m, - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 8 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m,".	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga proponuje radykalną liberalizację przepisów regulujących sposób sytuowania szyldów na elewacji, nie podając jednak przesłanek takiej zmiany, która byłaby niekorzystna z punktu widzenia ładu przestrzennego.

	43.23.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 3 §6 pkt.1 lit. a) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów §4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: 1) na budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych, pełniących funkcje handlowe i usługowe: a) w obrębie pola szyldowego lub fragmentu elewacji przesłaniającej dach: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych, o ile ich wysokość nie przekracza 50 cm,”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów §4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: 1) na budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych, pełniących funkcje handlowe i usługowe: a) w obrębie pola szyldowego lub fragmentu elewacji przesłaniającej dach: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych, o ile ich wysokość nie przekracza 1m,”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia dla tak znacznego zwiększania wysokości szyldu. Wysokość 50 cm zapewnia prawidłową czytelność szyldu niewielkich obiektów handlowych i właściwie komponuje się z krajobrazem miasta.
	43.24.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 3 §6 pkt.1 lit. c) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów §4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: 1) na budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych, pełniących funkcje handlowe i usługowe: c) na fragmencie elewacji przesłaniającej dach: szyldów muralowych, szyldów tablicowych i szyldów kasetonowych, tak, by nie wystawały one poza jej obrys i nie przekraczały 50 cm wysokości,”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów §4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: 1) na budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych, pełniących funkcje handlowe i usługowe: c) na fragmencie elewacji przesłaniającej dach: szyldów muralowych, szyldów tablicowych i szyldów kasetonowych, tak, by nie wystawały one w przeważającej części poza jej obrys i nie przekraczały 1m wysokości,”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis został usunięty jako dublujący przesądzenia §6 pkt.1 lit. a).
	43.25.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 3 §6 pkt. 4 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów §4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: 4) na zadaszeniu stanowisk służących obsłudze pojazdów, np. stacji benzynowych i myjni, szyldów tablicowych i kasetonowych na opasce otaczającej dach, o maksymalnej wysokości 1,00 m;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów §4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: 4) na zadaszeniu stanowisk służących obsłudze pojazdów, np. stacji benzynowych i myjni, szyldów tablicowych, naklejkowych i kasetonowych na opasce otaczającej dach, o maksymalnej wysokości 1,00 m w maksymalnej liczbie 8 szyldów na zadaszenie;”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Intencja uwagi jest niejasna. Kształt przepisu nie ogranicza liczby szyldów, o ile będą one umieszczone na opasce otaczającej dach.

	43.26.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 3 §6 pkt. 5 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów §4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: 5) na samoobsługowych urządzeniach technicznych, takich jak bankomaty, biletomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami: szyldów naklejkowych o maksymalnej powierzchni 0,50 m2.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na budowlach, tymczasowych obiektach budowlanych i technicznych, z uwzględnieniem zapisów §4, wyłącznie w wymienionych poniżej lokalizacjach: 5) na samoobsługowych urządzeniach technicznych, takich jak bankomaty, biletomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami: szyldów naklejkowych o maksymalnej powierzchni 1,5 m2.”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ograniczenie powierzchni szyldu uznano za zbyt restrykcyjne, a jednocześnie sformułowane w sposób niedostatecznie klarowny. Limit podwyższono do 1 m^2 łącznej powierzchni.
	43.27.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 1 pkt. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w formie wolnostojącej wyłącznie, jeśli spełniają co najmniej jeden z poniższych warunków, z uwzględnieniem zapisów §4: 1. są jedyną formą szyldu na nieruchomości, bądź inny szyld tego samego podmiotu prowadzącego działalność, usytuowany na budynku zlokalizowanym na nieruchomości, jest odległy od terenu dostępnego publicznie o co najmniej 50 m;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w formie wolnostojącej wyłącznie, jeśli spełniają co najmniej jeden z poniższych warunków, z uwzględnieniem zapisów §4: 1. są jedyną formą szyldu na nieruchomości, bądź inny szyld tego samego podmiotu prowadzącego działalność, usytuowany na budynku zlokalizowanym na nieruchomości, jest odległy od drogi publicznej o co najmniej 30 m;”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis uznano za nadmiernie restrykcyjny, odległość od drogi publicznej ustalono na 15 m.
	43.28.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 1 pkt. 2 lit. e) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w formie wolnostojącej wyłącznie, jeśli spełniają co najmniej jeden z poniższych warunków, z uwzględnieniem zapisów §4: 2. są szyldem, który: e) dotyczy działalności prowadzonej w obiektach handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży powyżej 1.000 m2 lub dotyczy działalności restauracji o powierzchni użytkowej powyżej 250 m2 umożliwiającej kupno z samochodu,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów w formie wolnostojącej wyłącznie, jeśli spełniają co najmniej jeden z poniższych warunków, z uwzględnieniem zapisów §4: 2. są szyldem, który: e) dotyczy działalności prowadzonej w obiektach handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2 lub dotyczy działalności restauracji o powierzchni użytkowej powyżej 250 m2 umożliwiającej kupno z samochodu,”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny.

	43.29.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 1) dla szyldu zbiorczego – maksymalnie jeden na nieruchomość lub na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m2, maksymalnie 4 m wysokości i maksymalnie 1,50 m szerokości;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: **1.** dla szyldu zbiorczego – maksymalnie jeden na nieruchomość lub na każdy budynek użyteczności publicznej (w tym obiektów handlowo-usługowych) o powierzchni użytkowej powyżej 500 m2, maksymalnie 4 m wysokości i maksymalnie 1,50 m szerokości;”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny.
	43.30.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 2 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 2) dla szyldów kasetonowych w formie ażurowej – maksymalnie jeden na nieruchomość oraz dodatkowo na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m2, maksymalnie 1,50 m wysokości;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 2. dla szyldów kasetonowych i w formie liter przestrzennych – maksymalnie cztery na nieruchomość oraz dodatkowo na każdy budynek użyteczności publicznej (w tym obiektów handlowo-usługowych) o powierzchni użytkowej powyżej 500 m2, maksymalnie 4 m wysokości;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny.
	43.31.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 4 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 4.dla cenników stacji paliw – maksymalnie jeden na każdą przyległą do nieruchomości drogę publiczną, o wysokości maksymalnie 8 m lub maksymalnie 10 m dla nieruchomości przyległych do drogi wojewódzkiej, a także o szerokości stanowiącej nie więcej niż 30% wysokości, przy zastrzeżeniu, że na obiektach ochrony konserwatorskiej maksymalna wysokość nie może przekraczać 6 m;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 4. dla cenników stacji paliw – maksymalnie jeden na każdą przyległą do nieruchomości drogę publiczną, o wysokości maksymalnie 9 m lub maksymalnie 10 m dla nieruchomości przyległych do drogi wojewódzkiej, a także o szerokości stanowiącej nie więcej niż 35% wysokości, przy zastrzeżeniu, że na obiektach ochrony konserwatorskiej maksymalna wysokość nie może przekraczać 6 m;”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Podwyższenie limitu wysokości cenników uznano za niewłaściwe z punktu widzenia ładu przestrzennego; zaburzałoby ono także wyznaczony w projekcie podział na drogi wojewódzkie i krajowe oraz pozostałe. Jako niewywierające istotnego wpływu na ład przestrzenny uznano podwyższenie dopuszczalnej szerokości cennika do 35% wysokości.
	43.32.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 5 lit. b) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 5. dla szyldów w formie wolnostojącej, dotyczących wymienionych poniżej działalności, dodatkowo: b) dla obiektów handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m2, ale mniejszej niż 30.000 m2 – maksymalnie 8 m wysokości oraz o szerokości nie większej niż 20% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m,”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny. Ponadto, proponowana w uwadze radykalna liberalizacja przepisu silnie ingerowałaby w krajobraz.

		Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 5. dla szyldów w formie wolnostojącej, dotyczących wymienionych poniżej działalności, dodatkowo: b) dla obiektów handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2, ale mniejszej niż 30.000 m2 – maksymalnie 30 m wysokości oraz o szerokości nie większej niż 35% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m,”.	
	43.33.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 5 lit. c) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 5. dla szyldów w formie wolnostojącej, dotyczących wymienionych poniżej działalności, dodatkowo: c) dla obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży większej lub równej 30.000 m2 – maksymalnie 8 m wysokości w obszarach „A” i „B” oraz 20 m w obszarze „C”, a także o szerokości nie większej niż 20% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m,”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 5. dla szyldów w formie wolnostojącej, dotyczących wymienionych poniżej działalności, dodatkowo: c) dla obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży większej lub równej 30.000 m2 – maksymalnie 8 m wysokości w obszarach „A” i „B” oraz 30 m w obszarze „C”, a także o szerokości nie większej niż 35% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m,”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana w uwadze, istotna liberalizacja przepisu wpłynęłaby negatywnie na ład przestrzenny.
	43.34.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 8 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 8) dla pozostałych szyldów w formie wolnostojącej – maksymalnie 1 sztuka na nieruchomość lub na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m2, przy zachowaniu następujących gabarytów: a) w obszarach „A” i „B” oraz na obiektach ochrony konserwatorskiej w obszarze „C”: - maksymalnie 2,50 m wysokości i 1,50 m szerokości, - o głębokości minimalnie 10 cm i maksymalnie 25 cm, b) w obszarze „C”, z wyłączeniem obiektów ochrony konserwatorskiej: - maksymalnie 3 m wysokości i 3 m szerokości, - o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 3 m2.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „liczba i gabaryty szyldów w formie wolnostojącej nie mogą przekraczać poniższych wartości: 8) dla pozostałych szyldów w formie wolnostojącej – maksymalnie 3 sztuki na nieruchomość lub na każdy budynek użyteczności publicznej (w tym obiektów handlowo-usługowych) o powierzchni użytkowej powyżej 500 m2, przy zachowaniu następujących gabarytów: a) w obszarach „A” i „B” oraz na obiektach ochrony konserwatorskiej w obszarze „C”: - maksymalnie 2,50 m wysokości i 1,50 m szerokości, - o głębokości minimalnie 10 cm i maksymalnie 25 cm, b) w obszarze „C”, z wyłączeniem obiektów ochrony konserwatorskiej: - maksymalnie 3 m wysokości i 3 m szerokości, - o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 9 m2.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny. W uwadze nie wskazano uzasadnienia dla trzykrotnego zwiększenia powierzchni ekspozycyjnej szyldów wolnostojących w obszarze „C”.

	43.35.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 2 §9 pkt. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 1. na elewacjach szczytowych niższych niż 25 m, pozbawionych dekoracji architektonicznej oraz otworów okiennych o łącznej powierzchni przekraczającej 5% powierzchni elewacji, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym i zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli, przy czym powierzchnie, na których sytuuje się tablicę reklamową bądź urządzenie reklamowe, muszą znajdować się bezpośrednio przy granicy działki:”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 1. na elewacjach szczytowych niższych niż 50 m, pozbawionych dekoracji architektonicznej oraz otworów okiennych o łącznej powierzchni przekraczającej 45% powierzchni elewacji, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym i zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli:”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera argumentacji, przemawiającej za radykalną liberalizacją wskazanego przepisu. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego. Ponadto, podwyższenie limitu udziału powierzchni otworów okiennych w powierzchni całej elewacji do 45% oznaczałoby dopuszczenie do sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ogromnej liczbie budynków, co byłoby rażąco niezgodne z wymogami ładu przestrzennego.
	43.36.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 2 §9 pkt. 1 lit. c) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 1. na elewacjach szczytowych niższych niż 25 m, pozbawionych dekoracji architektonicznej oraz otworów okiennych o łącznej powierzchni przekraczającej 5% powierzchni elewacji, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym i zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli, przy czym powierzchnie, na których sytuuje się tablicę reklamową bądź urządzenie reklamowe, muszą znajdować się bezpośrednio przy granicy działki: c) w postaci nośników reklamowych formatu średniego bądź dużego poza obszarem „A” oraz poza obiektami, obszarami, zespołami budowlanymi i układami urbanistycznymi wpisanymi do rejestru zabytków bądź ujętymi w gminnej ewidencji zabytków, pod warunkiem, że na elewacji usytuowane są maksymalnie dwie tablice o identycznym formacie, w jednej pionowej lub poziomej osi symetrii, o powierzchniach ekspozycyjnych równoległych do powierzchni elewacji i oddalonych od niej o maksymalnie 30 cm, oraz nie wykraczające poza obrys elewacji,”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 1. na elewacjach szczytowych niższych niż 50 m, pozbawionych dekoracji architektonicznej oraz otworów okiennych o łącznej powierzchni przekraczającej 45% powierzchni elewacji, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym i zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli: c)w postaci nośników reklamowych formatu średniego bądź dużego poza obszarem „A” oraz poza obiektami, obszarami, zespołami budowlanymi i układami urbanistycznymi wpisanymi do rejestru zabytków bądź ujętymi w gminnej ewidencji zabytków, pod warunkiem, że na elewacji	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera argumentacji, przemawiającej za radykalną liberalizacją wskazanego przepisu. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego. Ponadto, podwyższenie limitu udziału powierzchni otworów okiennych w powierzchni całej elewacji do 45% oznaczałoby dopuszczenie do sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ogromnej liczbie budynków, co byłoby rażąco niezgodne z wymogami ładu przestrzennego. Podwyższenie limitu maksymalnej liczby tablic reklamowych na elewacji budynku z 2 do 10 również uznać należy za niezgodne z wymogami ładu przestrzennego. Uwaga nie zawiera argumentacji, przemawiającej za funkcjonalną koniecznością zwiększenia dopuszczalnej odległości tablicy reklamowej od elewacji od 30 do 50 cm.

		usytuowanych jest maksymalnie dziesięć tablic o zbliżonym formacie, o powierzchniach ekspozycyjnych równoległych do powierzchni elewacji i oddalonych od niej o maksymalnie 50 cm, oraz nie wykraczające poza obrys elewacji,”.	
	43.37.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 2 §9 pkt. 1 lit. d) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 1. na elewacjach szczytowych niższych niż 25 m, pozbawionych dekoracji architektonicznej oraz otworów okiennych o łącznej powierzchni przekraczającej 5% powierzchni elewacji, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym i zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli, przy czym powierzchnie, na których sytuuje się tablicę reklamową bądź urządzenie reklamowe, muszą znajdować się bezpośrednio przy granicy działki: d. ażurowej formy tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, nieoświetlonych i nieświecących o maksymalnej wysokości 3 m i głębokości 30 cm;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 1. na elewacjach szczytowych niższych niż 50 m, pozbawionych dekoracji architektonicznej oraz otworów okiennych o łącznej powierzchni przekraczającej 45% powierzchni elewacji, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym i zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli: **d.** formy tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, nieświetlonych lub oświetlonych światłem stałym o maksymalnej wysokości 3,5 m i głębokości 50 cm;”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera argumentacji, przemawiającej za radykalną liberalizacją wskazanego przepisu. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego. Ponadto, podwyższenie limitu udziału powierzchni otworów okiennych w powierzchni całej elewacji do 45% oznaczałoby dopuszczenie do sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ogromnej liczbie budynków, co byłoby rażąco niezgodne z wymogami ładu przestrzennego. Zwiększenie limitu wysokości ażurowych tablic reklamowych bądź urządzeń reklamowych z 3 do 3,5 m uznano za akceptowalne z punktu widzenia wymogów ładu przestrzennego. Uwaga nie zawiera argumentacji, przemawiającej za funkcjonalną koniecznością zwiększenia dopuszczalnej głębokości nośników reklamowych od 30 do 50 cm.
	43.38.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 2 §9 pkt. 2 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 1. na dachach budynków wyższych niż 25 m, znajdujących się w obszarach „A” i „B” oraz wyższych niż 35 m na nieruchomościach w obszarze „C”: w postaci ażurowych liter lub znaków o wysokości nie przekraczającej 1/10 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 6 m.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: **1.** na dachach budynków wyższych niż 10 m, znajdujących się w obszarach „A” i „B” oraz wyższych niż 25 m na nieruchomościach w obszarze „C”: w postaci ażurowych liter lub znaków o wysokości nie przekraczającej 3/5 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 10 m.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazana regulacja wynika z konieczności uniknięcia masowości zjawiska sytuowania nośników reklamowych na dachach i jego ograniczenia wyłącznie do obiektów stanowiących odpowiednio wyróżniający się akcent wysokościowy. Proponowane rozwiązanie oznaczałoby radykalną liberalizację przepisu i byłoby niekorzystne dla ładu przestrzennego.
	43.39.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 3 §10 pkt. 2 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 2. na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 15 m2, pełniących funkcje handlowe i sytuowanych w pasach	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie oznaczałoby radykalną liberalizację przepisu i byłoby niekorzystne dla ładu przestrzennego.

		drogowych – do dwóch jednostronnych nośników reklamowych formatu małego;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: **2.** na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 15 m2, pełniących funkcje handlowe i użytkowe – do dwóch jednostronnych nośników reklamowych formatu średniego;”.	
	43.40.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 3 §10 pkt. 4 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 4. na wolnostojących słupach oświetleniowych oraz słupach trakcyjnych: a. w postaci tablic reklamowych w formie jedno- lub dwustronnej, o powierzchni ekspozycyjnej każdej ze stron nieprzekraczającej 2 m2 i szerokości nieprzekraczającej 50% wysokości, zwróconych ku pionowej osi słupa boczną krawędzią, dotyczących wydarzeń i rocznic o znaczeniu społecznym, kulturalnym bądź sportowym, b. w postaci tablic reklamowych o wysokości 1,05 m lub 2,07 m i szerokości 1,26 m, sytuowanych w obszarze pasa drogowego, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę, w minimalnej odległości 50 m od innych tablic reklamowych tego typu po tej samej stronie jezdni;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów §8, wyłącznie: 4. na wolnostojących słupach oświetleniowych oraz słupach trakcyjnych: a. w postaci tablic reklamowych w formie jedno- lub dwustronnej, o powierzchni ekspozycyjnej każdej ze stron nieprzekraczającej 2 m2 i szerokości nieprzekraczającej 50% wysokości, zwróconych ku pionowej osi słupa boczną krawędzią, dotyczących wydarzeń i rocznic o znaczeniu społecznym, kulturalnym bądź sportowym, b. w postaci tablic reklamowych o wysokości maksymalnej do 2,5 m i szerokości 1,50 m, sytuowanych w obszarze pasa drogowego, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę a także napisy grzecznościowe lub informacyjne typu „witamy” „zapraszamy ponownie” „obiekt czynny 24h”, w minimalnej odległości 35 m od innych tablic reklamowych tego typu po tej samej stronie jezdni;”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia proponowanej zmiany. Format wskazany przez przepis jest stosowany w ramach Miejskiego Systemu Informacji i prawidłowo komponuje się w przestrzeni miasta.
	43.41.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 1 pkt. 2 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie niebędących szyldami tablic reklamowych w formie wolnostojącej i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione warunki i w poniżej wymienionych lokalizacjach, z uwzględnieniem zapisów §8: 2. nośników reklamowych formatu dużego, średniego i małego: poza obszarami wpisanymi do rejestru zabytków lub ujętymi w ewidencji zabytków, wzdłuż ulic lub ich odcinków opisanych w Załączniku nr 1 i wskazanych w Załączniku graficznym nr 1, w maksymalnej odległości 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych oraz 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie niebędących szyldami tablic reklamowych w formie wolnostojącej i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione warunki i w poniżej wymienionych lokalizacjach, z uwzględnieniem zapisów §8: 2. nośników reklamowych formatu dużego, średniego i małego: poza obszarami wpisanymi do rejestru zabytków lub ujętymi w ewidencji zabytków, wzdłuż ulic lub ich odcinków opisanych w Załączniku nr	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego dla tworzenia w tym zakresie specjalnych uregulowań dla obiektów handlowo-usługowych.

		1 i wskazanych w Załączniku graficznym nr 1, w maksymalnej odległości 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych oraz 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg; ograniczenie to nie dotyczy obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2, o ile nośniki reklamowe będą ustawione w maksymalnej odległości 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych oraz 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg”.	
	43.42.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 1 pkt. 3 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie niebędących szyldami tablic reklamowych w formie wolnostojącej i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione warunki i w poniżej wymienionych lokalizacjach, z uwzględnieniem zapisów §8: 3. sytuowanych na słupku tablic reklamowych o wysokości 1,05 m lub 2,07 m i szerokości 1,26 m, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę, w minimalnej odległości 50 m od innych takich tablic reklamowych sytuowanych na słupkach bądź latarniach po tej samej stronie jezdni: w pasach drogowych;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie niebędących szyldami tablic reklamowych w formie wolnostojącej i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione warunki i w poniżej wymienionych lokalizacjach, z uwzględnieniem zapisów §8: **3.** sytuowanych na słupku tablic reklamowych o wysokości nie większej 2,5 m i szerokości 1,5 m, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę, a także napisy grzecznościowe lub informacyjne typu „witamy” „zapraszamy ponownie” „obiekt czynny 24h”, w minimalnej odległości 35 m od innych takich tablic reklamowych sytuowanych na słupkach bądź latarniach po tej samej stronie jezdni: w pasach drogowych;”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia proponowanej zmiany. Format wskazany przez przepis jest stosowany w ramach Miejskiego Systemu Informacji i prawidłowo komponuje się w przestrzeni miasta.
	43.43.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 2 pkt. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów § 8: 1. nakaz zachowania minimalnych odległości od innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej: a. dla nośnika reklamowego formatu małego oraz słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni, b. dla nośnika reklamowego formatu średniego: – 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych, – 150 m po tej samej stronie jezdni lub 100 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do innych nośników reklamowych formatu średniego, – 200 m w stosunku do innych nośników reklamowych formatu dużego; c. dla nośnika reklamowego formatu dużego: – 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych, – 200 m w stosunku do nośników reklamowych formatów średniego lub dużego;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów § 8: 1. nakaz zachowania minimalnych odległości od innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej:	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego dla tworzenia w tym zakresie specjalnych uregulowań dla obiektów handlowo-usługowych.

		a. dla nośnika reklamowego formatu małego oraz słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni, przy czym w przypadku obiektu handlowo-usługowego o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2 dopuszcza się ciągi złożone z nie więcej niż 5 nośników o ujednoliconych formatach, między którymi odległość może wynosić maksymalnie 2 m, a odległość między ciągami nośników nie może być mniejsza niż 5 m: b. dla nośnika reklamowego formatu średniego: – 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych, – 150 m po tej samej stronie jezdni lub 100 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do innych nośników reklamowych formatu średniego, – 200 m w stosunku do innych nośników reklamowych formatu dużego; – przy czym w przypadku obiektu handlowo-usługowego o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2 dopuszcza się ciągi złożone z nie więcej niż 5 nośników o ujednoliconych formatach, między którymi odległość może wynosić maksymalnie 2 m, a odległość między ciągami nośników nie może być mniejsza niż 5 m c. dla nośnika reklamowego formatu dużego: – 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych, – 200 m w stosunku do nośników reklamowych formatów średniego lub dużego; – w przypadku obiektu handlowo-usługowego o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2 dopuszcza się ciągi złożone z nie więcej niż 5 nośników o ujednoliconych formatach, między którymi odległość może wynosić maksymalnie 2 m, a odległość między ciągami nośników nie może być mniejsza niż 5 m”.	
	43.44.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 2 pkt. 2 lit. a) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo – reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów §8: 2. nakaz zachowania minimalnych odległości od następujących elementów przestrzeni: a. od budynków: – dla nośnika reklamowego formatu małego i słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 5 m, – dla nośnika reklamowego formatu średniego: 10 m, – dla nośnika reklamowego formatu dużego: 20 m,”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo – reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów §8: 2. nakaz zachowania minimalnych odległości od następujących elementów przestrzeni: a. od budynków: – dla nośnika reklamowego formatu małego i słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 5 m, – dla nośnika reklamowego formatu średniego: 10 m, – dla nośnika reklamowego formatu dużego: 20 m, – dla nośnika reklamowego umiejscowionego na terenie obiektu handlowo-usługowego o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2: 1m”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego dla tworzenia w tym zakresie specjalnych uregulowań dla obiektów handlowo-usługowych.

	43.45.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 2 pkt. 4 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo – reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów §8: 4. nakaz stosowania konstrukcji o wysokim standardzie jakościowym, przez co rozumie się konstrukcje: a. o długotrwałej odporności na proces starzenia, tj. wymagające kompleksowych zabiegów konserwacyjnych, zapobiegających zmianom obniżającym cechy użytkowe i estetykę, powtarzanych w okresach nie krótszych niż 10 lat, b. odporne na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych oraz wykonane z materiałów odpornych na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania tych czynników, c. wykonane z następujących materiałów budowlanych: aluminium, stal nierdzewna lub stal ocynkowana, beton klasy C30/37 lub wyższej, szkło bezpieczne lub tworzywo sztuczne barwione w masie;”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że: „dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo – reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów §8: 4. nakaz stosowania konstrukcji o wysokim standardzie jakościowym, przez co rozumie się konstrukcje: a. o długotrwałej odporności na proces starzenia, tj. wymagające kompleksowych zabiegów konserwacyjnych, zapobiegających zmianom obniżającym cechy użytkowe i estetykę, powtarzanych w okresach nie krótszych niż 5 lat, b. odporne na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych oraz wykonane z materiałów odpornych na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania tych czynników, c. wykonane z następujących materiałów budowlanych: aluminium, stal nierdzewna lub stal ocynkowana, beton klasy C30/37 lub wyższej, szkło bezpieczne lub tworzywo sztuczne barwione w masie, lub materiałów odpowiadających wskazanym materiałom pod względem trwałości i odporności;”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana zmiana nie zawiera uzasadnienia, ponadto dopuszczenie materiałów „odpowiadających wskazanym (…) pod względem trwałości i odporności” eliminuje kluczową dyspozycję przepisu, tj. wskazanie materiałów o wystarczającej jakości estetycznej.
	43.46.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 2 pkt.5 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo – reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów §8: 5.nakaz stosowania dla elementów konstrukcyjnych wykonanych z metalu, betonu lub tworzywa sztucznego o barwie achromatycznej, przy czym dopuszcza się malowanie wyłącznie elementów wykonanych z metalu pod warunkiem stosowania farb organicznych proszkowych drobnostrukturalnych o nawierzchni matowej perlistej.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo – reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów §8: 5. nakaz stosowania dla elementów konstrukcyjnych wykonanych z metalu, betonu lub tworzywa sztucznego o barwie achromatycznej, przy czym dopuszcza się malowanie wyłącznie elementów wykonanych z metalu pod warunkiem stosowania farb organicznych proszkowych drobnostrukturalnych o nawierzchni matowej perlistej. Ograniczenie to nie dotyczy terenów obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2, jeżeli użyte materiały będą spójne z koncepcją architektoniczną tego obiektu.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego dla tworzenia w tym zakresie specjalnych uregulowań dla obiektów handlowo-usługowych.

	43.47.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Obszary położenia sklepów Tesco, nie obejmuje obszarów objętych ochroną konserwatorską, tym samym charakter tego obszaru uzasadnia bardziej liberalne podejście do oznaczeń znajdujących się na nim nieruchomości. Prawidłowe oznakowanie działalności przedsiębiorców ma istotne znaczenie dla prowadzonej przez nich działalności oraz dla ich klientów. Brak zabytkowego charakteru tych części Gminy, nie uzasadnia tak daleko idące ograniczenia w szczególności co do formy i wielkości oznaczeń stosowanych na budynkach i budowlach znajdujących się w strefach C i niezabytkowych częściach strefy B. Obecnie znajdujące się na budynkach oznaczenia sklepu Tesco (Polska) Sp. z o.o. są estetyczne, nie mają charakteru nadmiernie intensywnego i nie zaburzają ładu przestrzennego panującego w Gminie. Dodatkowo zakazy, nakazy i ograniczenia przewidziane w Projekcie Uchwały dotyczące istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów, które objęte zostały, wydanymi przed dniem wejścia w życie uchwały, ostatecznymi decyzjami o pozwoleniu na budowę oraz zgłoszeniami, co do których nie wniesiono sprzeciwu, naruszają prawa nabyte podmiotów gospodarczych działających na terenie Gminy, którzy wykonali. Oznaczenia posiadane przez Tesco są efektywne i pełnią ważną rolę w prawidłowym funkcjonowaniu sklepu i lokalnej społeczności. Istotne jest również to, że konieczność wymiany tych oznaczeń, w wielu przypadkach stosunkowo nowych, jak również ponoszenia z tytułu ich utrzymania dodatkowych opłat, oznaczałaby konieczność poniesienia wysokich kosztów, co także negatywnie wpłynie na funkcjonowanie sklepu. W związku z powyższym wprowadzenie opisanych powyżej zakazów, nakazów i ograniczeń oraz uzależnionych od nich opłat należy uznać za zbyt restrykcyjne oraz nieuzasadnione gospodarczo i społecznie.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie wskazuje konkretnych przepisów projektu Uchwały, które zostały uznane za nieuzasadnione ani argumentacji, przemawiającej za taką oceną. Brak ochrony konserwatorskiej na danym obszarze nie oznacza, że jego przestrzeń pozbawiona jest wartości i potrzeby ochrony. Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
	43.48.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I § 2 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest brak uwzględnienia przez Projekt Uchwały specyfiki działalności gospodarczej prowadzonej przez wielkopowierzchniowe obiekty handlowo-usługowe oraz niezbędnych dla prowadzenia tej działalności istniejących uwarunkowań przestrzennych na terenach gdzie obiekty te są zlokalizowane. Tesco wnosi o dodanie definicji legalnej wielkopowierzchniowego obiektu handlowo-usługowego w Dziale I §2: „wielkopowierzchniowych obiektach handlowo-usługowych – należy przez to rozumieć obiekty budowlane o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2 wraz z obiektami budowlanymi, obiektami małej architektury, urządzeniami budowlanymi, drogami oraz innymi obiektami lub urządzeniami stanowiącymi infrastrukturę powiązaną z nimi w sposób funkcjonalny, w szczególności parkingi, drogi wewnętrzne, strefy dostaw, ciągi komunikacyjne i elementy infrastruktury technicznej.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana definicja nie określa w sposób jednoznaczny granic definiowanego obiektu, co jest zasadnicze dla możliwości jej praktycznego stosowania. Ponadto, brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny.
	43.49.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 3) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „elewację” należy rozumieć „zewnętrzną ścianę budynku lub budowli wraz z otworami np. okiennymi bądź drzwiowymi” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „elewację” należy rozumieć „zewnętrzną ścianę budynku lub budowli lub tymczasowego obiektu budowlanego lub pojazdu typu foodtruck wraz z otworami np. okiennymi bądź drzwiowymi”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z art. 3 pkt 5 ustawy prawo budowlane, tymczasowy obiekt budowlany jest budynkiem lub budowlą, a zatem proponowana zmiana nie jest celowa. Regulacja sposobu sytuowania nośników reklamowych na pojazdach, używanych do celów transportowych, znajduje się poza zakresem kompetencji projektu Uchwały.

	43.50.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 4) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „formę ażurową” należy rozumieć „taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której składają się one z pozbawionych tła elementów takich, jak napis, symbol lub kompozycja graficzna, nie mają cech siatki reklamowej i nie są płaszczyzną perforowaną, a powierzchnia tych elementów, mierzona w rzucie poziomym, nie przekracza 60% powierzchni prostokąta opisanego na najbardziej oddalonych punktach tych elementów; powierzchnię takiego prostokąta przyjmuje się za powierzchnię ekspozycyjną tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „formę ażurową” należy rozumieć „taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której składają się one z pozbawionych tła elementów takich, jak napis, symbol lub kompozycja graficzna, nie mają cech siatki reklamowej i nie są płaszczyzną perforowaną, a powierzchnia tych elementów, mierzona w rzucie poziomym, nie przekracza 80% powierzchni prostokąta opisanego na najbardziej oddalonych punktach tych elementów; powierzchnię takiego prostokąta przyjmuje się za powierzchnię ekspozycyjną tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana zmiana wpłynęła by niekorzystnie na ład przestrzenny, w istotny sposób ograniczając walor ażurowości, kluczowy dla właściwego komponowania się nośnika reklamowego z otoczeniem.
	43.51.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I § 2 pkt 11) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez **„**nośnik reklamowy formatu dużego” należy rozumieć tablice reklamową, także w formie dwustronnej, która spełnia łącznie warunki: a) korzystania ze sztywnych powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości nieprzekraczającej 3,40 m i 6,40 m, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 9 m2, lecz nieprzekraczających 18 m2, c) zachowania wysokości konstrukcji – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 12 m. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez **„**nośnik reklamowy formatu dużego” należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, także w formie dwustronnej, które spełnia łącznie warunki: a) korzystania ze sztywnych powierzchni ekspozycyjnych w kształcie prostokąta o maksymalnych wymiarach 8 m i 18,00 m, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 50 m2, lecz nieprzekraczających 144,00 m2, c) zachowania wysokości konstrukcji – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 26,00 m, d) oświetlenia światłem stałym bądź braku oświetlenia.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przesądzenia dotyczące dopuszczanych w uchwale wymiarów nośników reklamowych oparte są na analizach wpływu poszczególnych formatów na krajobraz miasta. Zwiększanie dopuszczalnych wymiarów nośników reklamowych formatu dużego wpłynęłoby negatywnie na ład przestrzenny.
	43.52.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I § 2 pkt 12) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „nośnik reklamowy formatu małego” należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci gabloty, także w formie dwustronnej o równoległych do siebie powierzchniach ekspozycyjnych, spełniające łącznie warunki: a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni bądź na wyświetlaczu, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w układzie pionowym, o wysokości i szerokości nieprzekraczającej odpowiednio 2 m i 1,40 m, c) zachowania głębokości nieprzekraczającej 25 cm, d) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych nieprzekraczających każdorazowo 2,5 m2, e) zachowania wysokości konstrukcji – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 3 m, f) oświetlenia od wewnątrz bądź braku oświetlenia. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „nośnik reklamowy formatu małego” należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, także w formie dwustronnej,	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przesądzenia dotyczące dopuszczanych w uchwale wymiarów nośników reklamowych oparte są na analizach wpływu poszczególnych formatów na krajobraz miasta. Zwiększanie dopuszczalnych wymiarów nośników reklamowych formatu małego wpłynęłoby negatywnie na ład przestrzenny.

		spełniające łącznie warunki: a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni bądź na wyświetlaczu, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w kształcie prostokąta, o maksymalnych wymiarach 2 m i 2,50 m, d) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych nieprzekraczających każdorazowo 5 m2, e) zachowania wysokości konstrukcji – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 10 m, f) oświetlenia światłem stałym bądź braku oświetlenia.	
	43.53.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I § 2 pkt 13) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „nośnik reklamowy formatu średniego” należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci gabloty, także w formie dwustronnej o równoległych do siebie powierzchniach ekspozycyjnych, spełniające łącznie warunki: a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości nieprzekraczającej odpowiednio 2,80 m i 3,80 m, c) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 3 m2, lecz nieprzekraczających 9 m2, d) oświetlenia od wewnątrz bądź braku oświetlenia, e) zachowania głębokości nieprzekraczającej 60 cm, f) zachowania maksymalnej wysokości – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 6 m. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „nośnik reklamowy formatu średniego” należy rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, także w formie dwustronnej, spełniające łącznie warunki: a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni bądź na wyświetlaczu, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w kształcie prostokąta o wymiarach nieprzekraczających 10m i 5 m, c) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 5 m2, lecz nieprzekraczających 50 m2, d) oświetlenia światłem stałym bądź braku oświetlenia, e) zachowania głębokości nieprzekraczającej 60 cm, f) zachowania maksymalnej wysokości – od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji – nieprzekraczającej 15 m.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przesądzenia dotyczące dopuszczanych w uchwale wymiarów nośników reklamowych oparte są na analizach wpływu poszczególnych formatów na krajobraz miasta. Zwiększanie dopuszczalnych wymiarów nośników reklamowych formatu średniego wpłynęłoby negatywnie na ład przestrzenny.
	43.54.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I p2 pkt 15) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „pole szyldowe” należy rozumieć „położony nad witryną obszar strefy parteru; jego dolną granicę stanowi linia wyznaczona przez górną krawędź witryny, boczne granice – linie wyznaczone przez maksymalny zasięg witryny po obu stronach wraz z ewentualnymi opaskami, zaś górną granicę – linia wyznaczona przez element architektoniczny oddzielający wizualnie kolejną kondygnację, a w przypadku jego braku linia wyznaczona przez dolną krawędź najniżej położonego na elewacji elementu kolejnej kondygnacji (otwór okienny lub drzwiowy, płyta balkonowa, dekoracja architektoniczna) z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez dodanie określenia, że przez „pole szyldowe” w obiektach o przeważającej funkcji handlowo-usługowej o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2, w których elewacja nie jest wyraźnie podzielona na kondygnacje należy rozumieć obszar, którego dolną granicę stanowi linia wyznaczona przez dolną krawędź witryny, boczne granice – linie wyznaczone przez granice elewacji po obu stronach wraz z ewentualnymi opaskami, zaś górną granicę – linia wyznaczona przez dach;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Pole szyldowe jest pojęciem wypracowanym przede wszystkim na potrzeby standardowej zabudowy miejskiej i powiązanym z szeregiem opierających się nim regulacji możliwości regulacji szyldów w powiązaniu z witrynami. Rozciąganie go na całą powierzchnię elewacji obiektów handlu wielkopowierzchniowego tworzyłoby szereg komplikacji definicyjnych, a kwestię sytuowania szyldów powyżej standardowo rozumianego pola szyldowego lepiej regulują inne narzędzia projektu Uchwały. Ponadto, uwaga nie zawiera argumentacji uzasadniającej liberalizację kryterium powierzchni sprzedaży obiektów handlowo-usługowych, umożliwiającego stosowanie szczególnych przepisów kompozycyjnych na elewacji, z 1000 do 500 m^2.

	43.55.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 20) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „stopień ażurowości ogrodzenia” należy rozumieć „wyrażony w procentach stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia, z wyłączeniem fragmentów o szerokości do 2 m przylegających do bram i furtek;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „stopień ażurowości ogrodzenia” należy rozumieć „wyrażony w procentach stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia, z wyłączeniem fragmentów o szerokości do 2 m przylegających do bram i furtek oraz z wyłączeniem słupów i filarów wchodzących w jego skład;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia dla składanej uwagi – wypracowany w projekcie uwagi współczynnik ażurowości uwzględnia obecność w konstrukcji ogrodzenia słupków, filarów, murków i innych elementów nieprzeziernych. Wyłączenie ww. elementów z kalkulacji współczynnika ażurowości rodziłoby zasadnicze wątpliwości co do wyznaczenia ich granic, a w konsekwencji możliwość faktycznego omijania ustaleń dotyczących ażurowości ogrodzeń.
	43.56.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 25) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „szyld kasetonowy” należy rozumieć „szyld o głębokości od 3 cm do 20 cm włącznie;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „szyld kasetonowy” należy rozumieć „szyld o głębokości od 3 cm do 80 cm włącznie.”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** roponowane rozwiązanie przekształciłoby szyldy kasetonowe w masywne obiekty, sprzeczne z wymogami ładu przestrzennego. Uwagę uwzględniono w ograniczonym zakresie, powiększając dopuszczalną głębokość szyldów kasetonowych do 25 cm.
	43.57.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §2 pkt. 37 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że przez „wyświetlacz” należy rozumieć „taki typ tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, który eksponuje na ekranie, poza okresem między godzinami 24 a 6, zmienne, ale zmieniające się bez przerw i nie częściej niż co 10 s nieruchome treści reklamowe, przy czym w czasie pełnego nasłonecznienia maksymalna jasność ekranu, wyposażonego w urządzenie automatycznie dostosowujące jasność obrazu do jasności otoczenia, mierzona w odległości 1 m prostopadle do środka matrycy, nie może przekraczać 2500 cd/m2, zaś po zmroku – 350 cd/m2, a ekran wykonany jest: a) w technologii ciekłokrystalicznej, przy czym dla powierzchni ekspozycyjnych nie większych niż 3 m2 oraz dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych wielkość piksela nie może przekraczać 2 mm, lub b) z diod elektroluminescencyjnych technologii Surface Mounted Device (SMD), przy czym dla powierzchni ekspozycyjnych nie większych niż 3 m2 oraz dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych wielkość piksela nie może przekraczać 2 mm;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że przez „wyświetlacz” należy rozumieć „taki typ tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, który eksponuje na ekranie, poza okresem między godzinami 24 a 6, zmienne, ale zmieniające się bez treści reklamowe, przy czym w czasie pełnego nasłonecznienia maksymalna jasność ekranu, wyposażonego w urządzenie automatycznie dostosowujące jasność obrazu do jasności otoczenia, mierzona w odległości 1 m prostopadle do środka matrycy, nie może przekraczać 3000 cd/m2, zaś po zmroku – 350 cd/m2, a ekran wykonany jest: a) w technologii ciekłokrystalicznej lub b) z diod elektroluminescencyjnych technologii Surface Mounted Device (SMD);”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze brak jest argumentacji, przemawiającej za proponowanymi zmianami. Należy jednak podkreślić, że reklamy w postaci wyświetlaczy szczególnie silnie ingerują w swoje otoczenie. Ruchome obrazy stanowią dodatkowo bardzo intensywny bodziec wizualny, który negatywnie wpływa zarówno na ład przestrzenny w krajobrazie miasta, jak i na bezpieczeństwo ruchu.
	43.58.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I §3 pkt. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że „dopuszcza się tolerancję błędu wykonawczego dla podawanych gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ich powierzchni ekspozycyjnych w wysokości 5%;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się tolerancję błędu wykonawczego dla podawanych gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ich powierzchni ekspozycyjnych w wysokości 10%;”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wprowadzono tolerancję błędu wykonawczego.

	43.59.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt 1 lit a) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że „na jednym budynku, w obrębie pól szyldowych usytuowanych na tej samej wysokości, nakazuje się sytuowanie szyldów o jednolitej wysokości i w jednej, poziomej osi symetrii;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez dodanie określenia, że „wymóg ten nie dotyczy obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2;”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dopuszczono sytuowanie szyldów w formie uporządkowanego układu, tj. zestawu szyldów, ponadto dla obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m^2 dopuszczono stosowanie dwóch prostych osi symetrii.
	43.60.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt 1 lit b) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że „szyldy, z wyłączeniem szyldów semaforowych, podlegają następującym regulacjom: - w obrębie danego pola szyldowego możliwe jest jedynie sytuowanie szyldu dotyczącego działalności lokalu znajdującego się za witryną poniżej pola; wykorzystanie danego pola szyldowego przez lokal znajdujący się za witryną powyżej pola (w kolejnej kondygnacji strefy parteru) dozwolone jest wyłącznie w przypadku, gdy nie posiada on własnego pola szyldowego i nie posiada szyldu usytuowanego na witrynie, - maksymalna wysokość szyldów sytuowanych w obrębie pola szyldowego nie może przekraczać 90 cm ani 25% wysokości witryny, nad którą to pole się znajduje, chyba że powierzchnia szyldu jest mniejsza niż 1,50 m2,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „szyldy, z wyłączeniem szyldów semaforowych, podlegają następującym regulacjom: - w obrębie danego pola szyldowego możliwe jest jedynie sytuowanie szyldu dotyczącego działalności lokalu znajdującego się za witryną poniżej pola; wykorzystanie danego pola szyldowego przez lokal znajdujący się za witryną powyżej pola (w kolejnej kondygnacji strefy parteru) dozwolone jest wyłącznie w przypadku, gdy nie posiada on własnego pola szyldowego i nie posiada szyldu usytuowanego na witrynie; wymóg ten nie dotyczy obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2; - maksymalna wysokość szyldów sytuowanych w obrębie pola szyldowego nie może przekraczać 90 cm ani 25% wysokości witryny, nad którą to pole się znajduje, chyba że powierzchnia szyldu jest mniejsza niż 1,50 m2; w obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2 maksymalna wysokość szyldów sytuowanych w obrębie pola szyldowego nie może przekraczać 5m,”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapis dotyczący możliwości wykorzystania pola szyldowego przez poszczególne podmioty został usunięty jako nadmiernie restrykcyjny. Pole szyldowe jest pojęciem wypracowanym przede wszystkim na potrzeby standardowej zabudowy miejskiej. Tak duża liberalizacja dopuszczalnych w jego ramach gabarytów szyldów podważałaby sens koncepcji idei pola szyldowego, a kwestię sytuowania szyldów powyżej pola lepiej regulują inne narzędzia projektu Uchwały. Jednocześnie, uwaga nie zawiera argumentacji uzasadniającej liberalizację kryterium powierzchni sprzedaży obiektów handlowo-usługowych, umożliwiającego stosowanie szczególnych przepisów kompozycyjnych na elewacji, z 1000 do 500 m^2.
	43.61.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt 10 lit. a) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest stwierdzenie, że „na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m2: - szyldów tablicowych w formie ażurowej lub szyldów kasetonowych w formie ażurowej o wysokości nieprzekraczającej 1/3 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 3 m, o ile nie będą one wystawać poza obrys elewacji, - szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, umieszczonych na jednej wysokości, o ujednoliconych gabarytach, o jednostkowej powierzchni nieprzekraczającej 3 m2 i usytuowanych od siebie w odległości co najmniej 4 m,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2: - szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, lub szyldów naklejkowych lub szyldów muralowych lub szyldów w formie liter przestrzennych lub szyldów banerowych, o wysokości nieprzekraczającej 3/4 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 7,50 m, przy czym szyld może wykraczać poza obrys elewacji lub zostać umieszczony na dachu obiektu, - szyldów tablicowych lub szyldów kasetonowych, lub szyldów naklejkowych lub szyldów muralowych lub szyldów w formie liter przestrzennych lub szyldów banerowych, o jednostkowej powierzchni nieprzekraczającej 150 m2 i usytuowanych od siebie w odległości co najmniej 5 m, przy czym szyld może wykraczać poza obrys elewacji lub zostać umieszczony na dachu obiektu”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga postuluje radykalną liberalizację przepisu pod względem dopuszczalnych gabarytów szyldów, a także dopuszcza stosowanie szyldów banerowych. Oba rozwiązania należy uznać za zdecydowanie negatywne z punktu widzenia ładu przestrzennego.

	43.62.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt. 3 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „w obrysie witryn, nad którymi istnieje pole szyldowe: szyldów muralowych lub szyldów naklejkowych, o ile ich wysokość nie przekracza 90 cm i nie przesłaniają one więcej, niż 20% powierzchni prześwitu witryny, oraz szyldów markizowych, które mogą wykraczać maksymalnie 1 m poza obrys witryny;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „w obrysie witryn, nad którymi istnieje pole szyldowe: szyldów muralowych lub szyldów naklejkowych, o ile ich wysokość nie przekracza 1,20 cm i nie przesłaniają one więcej, niż 30% powierzchni prześwitu witryny, oraz szyldów markizowych, które mogą wykraczać maksymalnie 1 m poza obrys witryny;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepisy, do których odnosi się uwaga, zostały sformułowane przy wzięciu pod uwagę wymogów kompozycyjnych elewacji oraz utrzymania otwartego charakteru witryn. Liberalizacja zapisów miałaby negatywny wpływ na krajobraz miasta.
	43.63.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „Dopuszcza się sytuowanie szyldów w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów § 4:”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez dodanie pkt 11, że „w pasie o wysokości 0,5 m nad wejściem do budynku lub bramy maksymalnie 4 szyldów tablicowych, muralowych lub szyldów banerowych, o maksymalnej wielkości 0,50 m2 każdy”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepisy, do których odnosi się uwaga, zostały sformułowane przy wzięciu pod uwagę wymogów kompozycyjnych elewacji. Proponowane dopuszczenie miałoby negatywny wpływ na krajobraz miasta.
	43.64.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 1 pkt. 5 lit a) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „maksymalnie jednego szyldu tablicowego, szyldu muralowego lub szyldu banerowego po każdej stronie, o jednolitym formacie i maksymalnej wielkości 0,25 m2 każdy, lub nie więcej niż jednego szyldu zbiorczego po każdej stronie w formie szyldów tablicowych lub szyldów muralowych,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „maksymalnie dwóch szyldów tablicowych, szyldów muralowych lub szyldów banerowych po każdej stronie, o jednolitym formacie i maksymalnej wielkości 0,50 m2 każdy, oraz nie więcej niż jednego szyldu zbiorczego po każdej stronie w formie szyldów tablicowych lub szyldów muralowych, ”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepisy, do których odnosi się uwaga, zostały sformułowane przy wzięciu pod uwagę wymogów kompozycyjnych elewacji. Proponowane dopuszczenie miałoby negatywny wpływ na krajobraz miasta.
	43.65.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „Dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów § 4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych oraz szyldów w formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że:” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „Dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów § 4: 1) na budynkach użyteczności publicznej: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych, szyldów banerowych oraz szyldów w formie płaskorzeźb wyżłobionych w elewacji, z tym zastrzeżeniem, że:”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepisy, do których odnosi się uwaga, zostały sformułowane przy wzięciu pod uwagę wymogów kompozycyjnych elewacji. Proponowane dopuszczenie miałoby negatywny wpływ na krajobraz miasta.

	43.66.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 2 pkt 1 lit. a) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „a) szyldy muszą być realizowane w formie ażurowej, z wyłączeniem płaskorzeźb,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „a) szyldy muszą być realizowane w formie ażurowej, z wyłączeniem płaskorzeźb oraz szyldów umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2,”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m^2 dopuszczono sytuowanie nieażurowych szyldów pod warunkiem ich realizacji w ramach zestawu szyldów.
	43.67.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 2 pkt 1 lit. b) **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „b) szyldy muszą być usytuowane poza obrysem otworów okiennych i drzwiowych,”. Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „b) szyldy muszą być usytuowane poza obrysem otworów okiennych i drzwiowych, z wyłączeniem szyldów umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2,”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwzględniono proponowaną zmianę, jednak wyłącznie w stosunku do szyldów ażurowych i do obiektów handlowo usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m^2.
	43.69.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 2 pkt 1 lit. e) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej nie może przekraczać następujących wartości, z wyłączeniem szyldów umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m2: - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m, - 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m, - 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej nie może przekraczać następujących wartości, z wyłączeniem szyldów umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2: - 2/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, - 2/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 4 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m, - 1/3 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m, - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 8 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m,”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga proponuje istotną liberalizację przepisów regulujących sposób sytuowania szyldów na elewacji budynków niebędących obiektami handlowo-usługowymi, nie podając jednak przesłanek takiej zmiany, która byłaby niekorzystna z punktu widzenia ładu przestrzennego. Jednocześnie, uwaga nie zawiera argumentacji uzasadniającej liberalizację kryterium powierzchni sprzedaży obiektów handlowo-usługowych, umożliwiającego stosowanie szczególnych przepisów kompozycyjnych na elewacji, z 1000 do 500 m^2.
	43.70.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 2 pkt 1 lit. f) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej, umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m2, nie może przekraczać następujących wartości: - 1/3 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 3 m – dla elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży od 1.000 do 30.000 m2, - 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5 m – dla elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży powyżej 30.000 m2,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że wysokość szyldów o orientacji poziomej lub szerokość szyldów o orientacji pionowej, umieszczanych na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2, nie może przekraczać	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga proponuje radykalną liberalizację przepisów regulujących sposób sytuowania szyldów na elewacji obiektów handlowo-usługowych, nie podając jednak przesłanek takiej zmiany, która byłaby niekorzystna z punktu widzenia ładu przestrzennego. Jednocześnie, uwaga nie zawiera argumentacji uzasadniającej liberalizację kryterium powierzchni sprzedaży obiektów handlowo-usługowych, umożliwiającego stosowanie szczególnych przepisów kompozycyjnych na elewacji, z 1000 do 500 m^2.

		następujących wartości: - 4/5 szerokości elewacji, lecz nie więcej niż 10 m – dla elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży od 500 m2 do 30.000 m2, - 3/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 20 m – dla elewacji obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży powyżej 30.000 m2.	
	43.71.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 2 pkt 1 lit. g) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „szyldy tablicowe, kasetonowe i muralowe na elewacji powyżej strefy parteru nie mogą być usytuowane na budynku, na którym szyld usytuowany jest także powyżej zwieńczenia elewacji;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „szyldy tablicowe, kasetonowe i muralowe na elewacji powyżej strefy parteru nie mogą być usytuowane na budynku, na którym szyld usytuowany jest także powyżej zwieńczenia elewacji; ograniczenie to nie dotyczy obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży od 500 m2;”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za zasadną w przypadku obiektów o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m^2.
	43.72.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 2 §5 ust. 3 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „Dopuszcza się sytuowanie szyldów na elewacjach powyżej górnej krawędzi elewacji wyłącznie na budynkach użyteczności publicznej, według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów § 4, z tym zastrzeżeniem, że: 1) powyżej strefy parteru elewacji nie mogą znajdować się szyldy inne niż semaforowe; 2) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów kasetonowych w formie ażurowej i szyldów tablicowych w formie ażurowej; 3) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów nieprzekraczających następujących wysokości maksymalnych: a) 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, b) 1/6 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m, c) 1/8 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2,50 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m, d) 1/10 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dopuszcza się sytuowanie szyldów na elewacjach powyżej górnej krawędzi elewacji wyłącznie na budynkach użyteczności publicznej (w tym obiektach handlowo-usługowych), według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów § 4, z tym zastrzeżeniem, że: 1) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów kasetonowych, w tym liter przestrzennych i szyldów tablicowych, w tym liter przestrzennych; 3) dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów nieprzekraczających następujących wysokości maksymalnych: - 2/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 2 m – dla elewacji o wysokości mniejszej niż 6 m, - 2/3 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m, - 1/3 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 5 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 12 m i mniejszej niż 25 m, - 1/5 wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 8 m – dla elewacji o wysokości większej lub równej 25 m,”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga proponuje radykalną liberalizację przepisów regulujących sposób sytuowania szyldów na elewacji, nie podając jednak przesłanek takiej zmiany, która byłaby niekorzystna z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	43.73.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 3 §6 pkt.1 lit. a) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „w obrębie pola szyldowego lub fragmentu elewacji przesłaniającej dach: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych, o ile ich wysokość nie przekracza 50 cm,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „w obrębie pola szyldowego lub fragmentu elewacji przesłaniającej dach: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia dla tak znacznego zwiększania wysokości szyldu. Wysokość 50 cm zapewnia prawidłową czytelność szyldu niewielkich obiektów handlowych i właściwie komponuje się z krajobrazem miasta.

		muralowych, o ile ich wysokość nie przekracza 1m,”	
	43.74.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 3 §6 pkt.1 lit. c) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „na fragmencie elewacji przesłaniającej dach: szyldów muralowych, szyldów tablicowych i szyldów kasetonowych, tak, by nie wystawały one poza jej obrys i nie przekraczały 50 cm wysokości,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „na fragmencie elewacji przesłaniającej dach: szyldów muralowych, szyldów tablicowych i szyldów kasetonowych, tak, by nie wystawały one w przeważającej części poza jej obrys i nie przekraczały 1m wysokości,”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis został usunięty jako dublujący przesądzenia §6 pkt.1 lit. a).
	43.75.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 3 §6 pkt. 4 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „na zadaszeniu stanowisk służących obsłudze pojazdów, np. stacji benzynowych i myjni, szyldów tablicowych i kasetonowych na opasce otaczającej dach, o maksymalnej wysokości 1,00 m;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „na zadaszeniu stanowisk służących obsłudze pojazdów, np. stacji benzynowych i myjni, szyldów tablicowych, naklejkowych i kasetonowych na opasce otaczającej dach, o maksymalnej wysokości 1,00 m w maksymalnej liczbie 8 szyldów na zadaszenie, w tym także zawierających napisy grzecznościowe lub informacyjne typu „witamy” „zapraszamy ponownie” „obiekt czynny 24h”;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Intencja uwagi jest niejasna. Kształt przepisu nie ogranicza liczby szyldów, o ile będą one umieszczone na opasce otaczającej dach.
	43.76.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 3 §6 pkt. 5 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „na samoobsługowych urządzeniach technicznych, takich jak bankomaty, biletomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami: szyldów naklejkowych o maksymalnej powierzchni 0,50 m2.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „na samoobsługowych urządzeniach technicznych, takich jak bankomaty, biletomaty, automaty wypożyczające towary oraz automaty z napojami i przekąskami: szyldów naklejkowych o maksymalnej powierzchni 1,5 m2.”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ograniczenie powierzchni szyldu uznano za zbyt restrykcyjne, a jednocześnie sformułowane w sposób niedostatecznie klarowny. Limit podwyższono do 1 m^2 łącznej powierzchni.
	43.78.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 1 pkt. 2 lit. e) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „dotyczy działalności prowadzonej w obiektach handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży powyżej 1.000 m2 lub dotyczy działalności restauracji o powierzchni użytkowej powyżej 250 m2 umożliwiającej kupno z samochodu,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dotyczy działalności prowadzonej w obiektach handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2 lub dotyczy działalności restauracji o powierzchni użytkowej powyżej 250 m2 umożliwiającej kupno z samochodu,”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny.
	43.79.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „dla szyldu zbiorczego – maksymalnie jeden na nieruchomość lub na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m2, maksymalnie 4 m wysokości i maksymalnie 1,50 m szerokości;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dla szyldu zbiorczego – maksymalnie jeden na nieruchomość lub na każdy budynek użyteczności publicznej (w tym obiektów handlowo-usługowych) o powierzchni użytkowej powyżej 500 m2, maksymalnie 4 m wysokości i maksymalnie 4,00 m szerokości;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny.

	43.80.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 2 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „dla szyldów kasetonowych w formie ażurowej – maksymalnie jeden na nieruchomość oraz dodatkowo na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m2, maksymalnie 1,50 m wysokości;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dla szyldów kasetonowych i w formie liter przestrzennych – maksymalnie cztery na nieruchomość oraz dodatkowo na każdy budynek użyteczności publicznej (w tym obiektów handlowo-usługowych) o powierzchni użytkowej powyżej 500 m2, maksymalnie 4 m wysokości;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny.
	43.81.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 4 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „dla cenników stacji paliw – maksymalnie jeden na każdą przyległą do nieruchomości drogę publiczną, o wysokości maksymalnie 8 m lub maksymalnie 10 m dla nieruchomości przyległych do drogi wojewódzkiej, a także o szerokości stanowiącej nie więcej niż 30% wysokości, przy zastrzeżeniu, że na obiektach ochrony konserwatorskiej maksymalna wysokość nie może przekraczać 6 m;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dla cenników stacji paliw – maksymalnie jeden na każdą przyległą do nieruchomości drogę publiczną, o wysokości maksymalnie 9 m lub maksymalnie 10 m dla nieruchomości przyległych do drogi wojewódzkiej, a także o szerokości stanowiącej nie więcej niż 35% wysokości, przy zastrzeżeniu, że na obiektach ochrony konserwatorskiej maksymalna wysokość nie może przekraczać 6 m;”	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Podwyższenie limitu wysokości cenników uznano za niewłaściwe z punktu widzenia ładu przestrzennego; zaburzałoby ono także wyznaczony w projekcie podział na drogi wojewódzkie i krajowe oraz pozostałe. Jako niewywierające istotnego wpływu na ład przestrzenny uznano podwyższenie dopuszczalnej szerokości cennika do 35% wysokości.
	43.82.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 5 lit. b) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „dla obiektów handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m2, ale mniejszej niż 30.000 m2 – maksymalnie 8 m wysokości oraz o szerokości nie większej niż 20% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dla obiektów handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2, ale mniejszej niż 30.000 m2 – maksymalnie 30 m wysokości oraz o szerokości nie większej niż 35% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m,”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny. Ponadto, proponowana w uwadze radykalna liberalizacja przepisu bardzo silnie ingerowałaby w krajobraz.
	43.83.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 5 lit. c) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „dla obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży większej lub równej 30.000 m2 – maksymalnie 8 m wysokości w obszarach „A” i „B” oraz 20 m w obszarze „C”, a także o szerokości nie większej niż 20% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dla obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży większej lub równej 30.000 m2 – maksymalnie 8 m wysokości w obszarach „A” i „B” oraz 30 m w obszarze „C”, a także o szerokości nie większej niż 35% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m,”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana w uwadze, istotna liberalizacja przepisu negatywnie wpłynęłaby na ład przestrzenny.
	43.84.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział II Rozdział 4 §7 ust. 2 pkt. 8 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „dla pozostałych szyldów w formie wolnostojącej – maksymalnie 1 sztuka na nieruchomość lub na każdy budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m2, przy zachowaniu następujących gabarytów: a) w obszarach „A” i „B” oraz na obiektach ochrony konserwatorskiej w obszarze „C”: - maksymalnie 2,50 m wysokości i 1,50 m szerokości, - o głębokości minimalnie 10 cm i maksymalnie 25 cm,	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest przesłanek urbanistycznych, które przemawiałyby za objęciem wskazanymi regulacjami licznych obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży niższej niż 1000 m^2. Rozwiązanie takie negatywnie przełożyłoby się na ład przestrzenny. W uwadze nie wskazano uzasadnienia dla trzykrotnego zwiększenia powierzchni ekspozycyjnej szyldów

		b) w obszarze „C”, z wyłączeniem obiektów ochrony konserwatorskiej: - maksymalnie 3 m wysokości i 3 m szerokości, - o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 3 m2.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „dla pozostałych szyldów w formie wolnostojącej – maksymalnie 3 sztuki na nieruchomość lub na każdy budynek użyteczności publicznej (w tym obiektów handlowo-usługowych) o powierzchni użytkowej powyżej 500 m2, przy zachowaniu następujących gabarytów: a) w obszarach „A” i „B” oraz na obiektach ochrony konserwatorskiej w obszarze „C”: - maksymalnie 2,50 m wysokości i 1,50 m szerokości, - o głębokości minimalnie 10 cm i maksymalnie 25 cm, b) w obszarze „C”, z wyłączeniem obiektów ochrony konserwatorskiej: - maksymalnie 3 m wysokości i 3 m szerokości, - o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 9 m2.”	wolnostojących w obszarze „C”.
	43.85.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 2 §9 pkt. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „na elewacjach szczytowych niższych niż 25 m, pozbawionych dekoracji architektonicznej oraz otworów okiennych o łącznej powierzchni przekraczającej 5% powierzchni elewacji, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym i zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli, przy czym powierzchnie, na których sytuuje się tablicę reklamową bądź urządzenie reklamowe, muszą znajdować się bezpośrednio przy granicy działki:” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „na elewacjach szczytowych niższych niż 50 m, pozbawionych dekoracji architektonicznej oraz otworów okiennych o łącznej powierzchni przekraczającej 45% powierzchni elewacji, należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym i zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli:”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera argumentacji, przemawiającej za radykalną liberalizacją wskazanego przepisu. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego. Ponadto, podwyższenie limitu udziału powierzchni otworów okiennych w powierzchni całej elewacji do 45% oznaczałoby dopuszczenie do sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ogromnej liczbie budynków, co byłoby rażąco niezgodne z wymogami ładu przestrzennego.
	43.86.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 2 §9 pkt. 1 lit. c) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „w postaci nośników reklamowych formatu średniego bądź dużego poza obszarem „A” oraz poza obiektami, obszarami, zespołami budowlanymi i układami urbanistycznymi wpisanymi do rejestru zabytków bądź ujętymi w gminnej ewidencji zabytków, pod warunkiem, że na elewacji usytuowane są maksymalnie dwie tablice o identycznym formacie, w jednej pionowej lub poziomej osi symetrii, o powierzchniach ekspozycyjnych równoległych do powierzchni elewacji i oddalonych od niej o maksymalnie 30 cm, oraz nie wykraczające poza obrys elewacji,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „w postaci nośników reklamowych formatu średniego bądź dużego poza obszarem „A” oraz poza obiektami, obszarami, zespołami budowlanymi i układami urbanistycznymi wpisanymi do rejestru zabytków bądź ujętymi w gminnej ewidencji zabytków, pod warunkiem, że na elewacji usytuowanych jest maksymalnie dziesięć tablic o zbliżonym formacie, o powierzchniach ekspozycyjnych równoległych do powierzchni elewacji i oddalonych od niej o maksymalnie 50 cm, oraz nie wykraczające poza obrys elewacji,”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera argumentacji, przemawiającej za radykalną liberalizacją wskazanego przepisu. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.

			Ponadto, podwyższenie limitu udziału powierzchni otworów okiennych w powierzchni całej elewacji do 45% oznaczałoby dopuszczenie do sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na ogromnej liczbie budynków, co byłoby rażąco niezgodne z wymogami ładu przestrzennego. Podwyższenie limitu maksymalnej liczby tablic reklamowych na elewacji budynku z 2 do 10 również uznać należy za niezgodne z wymogami ładu przestrzennego. Uwaga nie zawiera argumentacji, przemawiającej za funkcjonalną koniecznością zwiększenia dopuszczalnej odległości tablicy reklamowej od elewacji od 30 do 50 cm.
	43.87.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 2 §9 pkt. 2 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „na dachach budynków wyższych niż 25 m, znajdujących się w obszarach „A” i „B” oraz wyższych niż 35 m na nieruchomościach w obszarze „C”: w postaci ażurowych liter lub znaków o wysokości nie przekraczającej 1/10 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 6 m.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „na dachach budynków wyższych niż 10 m, znajdujących się w obszarach „A” i „B” oraz wyższych niż 25 m na nieruchomościach w obszarze „C”: w postaci ażurowych liter lub znaków o wysokości nie przekraczającej 3/5 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 10 m.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazana regulacja wynika z konieczności uniknięcia masowości zjawiska sytuowania nośników reklamowych na dachach i jego ograniczenia wyłącznie do obiektów stanowiących odpowiednio wyróżniający się akcent wysokościowy. Proponowane rozwiązanie oznaczałoby radykalną liberalizację przepisu i byłoby niekorzystne dla ładu przestrzennego.
	43.88.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 2 §9 zd. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem uwagi składanej przez Tesco jest określenie, że „Dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie:” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez dodanie do Działu III Rozdział 2 §9 punktu 3) o następującej treści: „na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2 - na dowolnym fragmencie elewacji lub dachu.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia dla zniesienia wymogów ładu przestrzennego dla obiektów o powierzchni sprzedaży większej niż 500 m^2.
	43.89.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 3 §10 pkt. 2 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 15 m2, pełniących funkcje handlowe i sytuowanych w pasach drogowych – do dwóch jednostronnych nośników reklamowych formatu małego;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „na ścianach obiektów budowlanych, w tym tymczasowych obiektów budowlanych, o powierzchni użytkowej nieprzekraczającej 15 m2, pełniących funkcje handlowe i użytkowe – do dwóch jednostronnych nośników reklamowych formatu średniego oraz do trzech jednostronnych nośników reklamowych formatu małego;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie oznaczałoby radykalną liberalizację przepisu i byłoby niekorzystne dla ładu przestrzennego.
	43.90.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 3 §10 pkt. 4 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „na wolnostojących słupach oświetleniowych oraz słupach trakcyjnych: a) w postaci tablic reklamowych w formie jedno- lub dwustronnej, o powierzchni ekspozycyjnej każdej ze stron nieprzekraczającej 2 m2 i szerokości nieprzekraczającej 50% wysokości, zwróconych ku pionowej osi słupa boczną krawędzią, dotyczących wydarzeń i rocznic o znaczeniu społecznym, kulturalnym bądź sportowym, b) w postaci tablic reklamowych o wysokości 1,05 m lub 2,07 m i szerokości 1,26 m, sytuowanych w obszarze pasa drogowego, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia proponowanej zmiany. Wprowadzanie nowego formatu nośnika reklamowego do przestrzeni publicznej jest nieuzasadnione z punktu widzenia ładu przestrzennego.

		podmiotu oraz jego logo lub nazwę, w minimalnej odległości 50 m od innych tablic reklamowych tego typu po tej samej stronie jezdni;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „na wolnostojących słupach oświetleniowych oraz słupach trakcyjnych: a) w postaci tablic reklamowych w formie jedno- lub dwustronnej, o powierzchni ekspozycyjnej każdej ze stron nieprzekraczającej 2 m2 i szerokości nieprzekraczającej 50% wysokości, zwróconych ku pionowej osi słupa boczną krawędzią, dotyczących wydarzeń i rocznic o znaczeniu społecznym, kulturalnym bądź sportowym, b) w postaci tablic reklamowych o wysokości maksymalnej do 2,5 m i szerokości 1,50 m, sytuowanych w obszarze pasa drogowego, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę a także napisy grzecznościowe lub informacyjne typu „witamy” „zapraszamy ponownie” „obiekt czynny 24h”, w minimalnej odległości 35 m od innych tablic reklamowych tego typu po tej samej stronie jezdni, c) w postaci tablic reklamowych o wysokości maksymalnej do 2,5 m i szerokości 1,50 m, sytuowanych na terenie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych.”	
	43.91.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 1 pkt. 2 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „nośników reklamowych formatu dużego, średniego i małego: poza obszarami wpisanymi do rejestru zabytków lub ujętymi w ewidencji zabytków, wzdłuż ulic lub ich odcinków opisanych w Załączniku nr 1 i wskazanych w Załączniku graficznym nr 1, w maksymalnej odległości 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych oraz 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „nośników reklamowych formatu dużego, średniego i małego: poza obszarami wpisanymi do rejestru zabytków lub ujętymi w ewidencji zabytków, wzdłuż ulic lub ich odcinków opisanych w Załączniku nr 1 i wskazanych w Załączniku graficznym nr 1, w maksymalnej odległości 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych oraz 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg; ograniczenie to nie dotyczy terenów, na których położone są wielkopowierzchniowe obiekty handlowo-usługowe o łącznej powierzchni sprzedaży niemniejszej niż 500 m2, o ile nośniki reklamowe będą ustawione w maksymalnej odległości 200 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad, dróg ekspresowych oraz pozostałych rodzajów dróg”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego dla tworzenia w tym zakresie specjalnych uregulowań dla obiektów handlowo-usługowych.
	43.92.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 1 pkt. 3 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „sytuowanych na słupku tablic reklamowych o wysokości 1,05 m lub 2,07 m i szerokości 1,26 m, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę, w minimalnej odległości 50 m od innych takich tablic reklamowych sytuowanych na słupkach bądź latarniach po tej samej stronie jezdni: w pasach drogowych;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „sytuowanych na słupku tablic reklamowych o wysokości nie większej 2,5 m i szerokości 1,5 m, przedstawiających jedynie kierunek dojazdu i odległość do reklamującego się podmiotu oraz jego logo lub nazwę, a także napisy grzecznościowe lub informacyjne typu „witamy” „zapraszamy ponownie” „obiekt czynny 24h”, w minimalnej odległości 1 m od innych takich tablic reklamowych sytuowanych na słupkach bądź latarniach po tej samej stronie jezdni: w pasach drogowych;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia proponowanej zmiany. Format wskazany przez przepis jest stosowany w ramach Miejskiego Systemu Informacji i prawidłowo komponuje się w przestrzeni miasta.
	43.93.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 2 pkt. 1 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów § 8: 1) nakaz zachowania minimalnych odległości od innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej:	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego dla tworzenia w tym zakresie specjalnych uregulowań dla obiektów handlowo-usługowych.

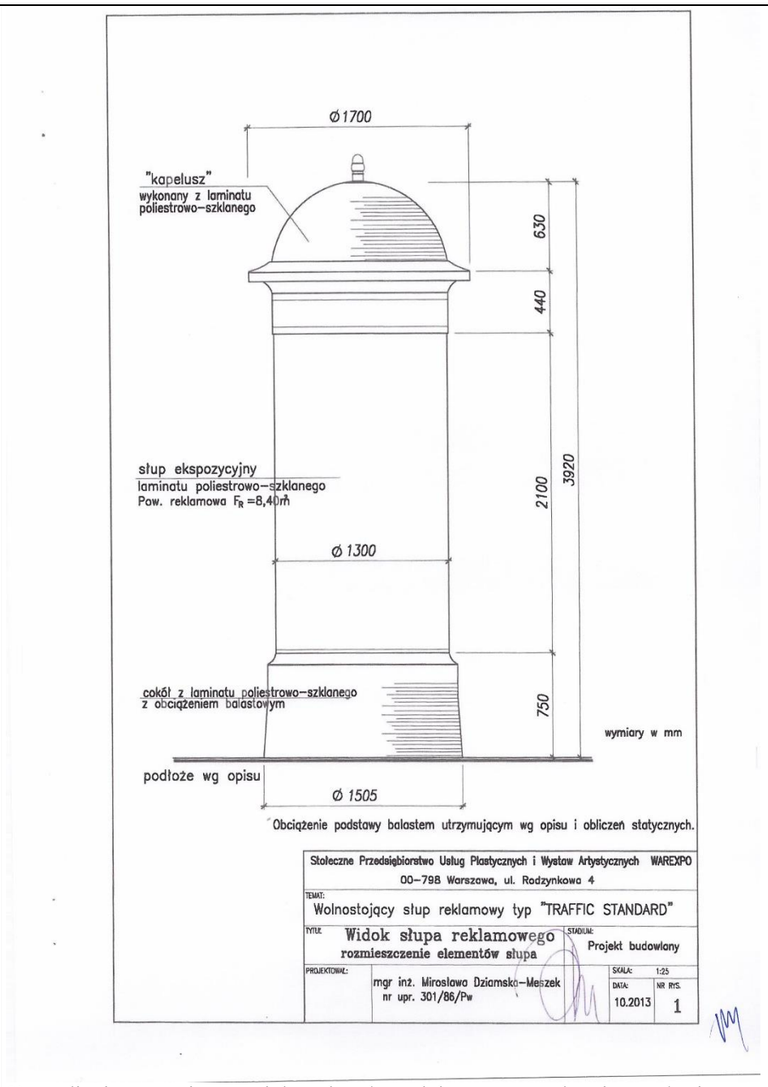
		a) dla nośnika reklamowego formatu małego oraz słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni, b) dla nośnika reklamowego formatu średniego: - 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych, - 150 m po tej samej stronie jezdni lub 100 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do innych nośników reklamowych formatu średniego, - 200 m w stosunku do innych nośników reklamowych formatu dużego; c) dla nośnika reklamowego formatu dużego: - 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych, - 200 m w stosunku do nośników reklamowych formatów średniego lub dużego;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego w formie wolnostojącej oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych wyłącznie w sposób spełniający poniżej wymienione zasady, z uwzględnieniem zapisów § 8: 1) nakaz zachowania minimalnych odległości od innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej: a) dla nośnika reklamowego formatu małego oraz słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni, przy czym w przypadku wielkopowierzchniowego obiektu handlowo-usługowego o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2 dopuszcza się ciągi złożone z nie więcej niż 8 nośników, między którymi odległość może wynosić maksymalnie 1 m, a odległość między ciągami nośników nie może być mniejsza niż 5 m: b) dla nośnika reklamowego formatu średniego: - 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych, - 150 m po tej samej stronie jezdni lub 100 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do innych nośników reklamowych formatu średniego, - 200 m w stosunku do innych nośników reklamowych formatu dużego; - przy czym w przypadku wielkopowierzchniowego obiektu handlowo-usługowego o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2 dopuszcza się ciągi złożone z nie więcej niż 8 nośników, między którymi odległość może wynosić maksymalnie 1 m, a odległość między ciągami nośników nie może być mniejsza niż 5 m c) dla nośnika reklamowego formatu dużego: - 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni – w stosunku do nośników reklamowych formatu małego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych, - 200 m w stosunku do nośników reklamowych formatów średniego lub dużego; - w przypadku wielkopowierzchniowego obiektu handlowo-usługowego o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2 dopuszcza się ciągi złożone z nie więcej niż 8 nośników, między którymi odległość może wynosić maksymalnie 1 m, a odległość między ciągami nośników nie może być mniejsza niż 5 m”	
	43.94.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 2 pkt. 2 lit. a) **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „nakaz zachowania minimalnych odległości od następujących elementów przestrzeni: a) od budynków: - dla nośnika reklamowego formatu małego i słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 5 m, - dla nośnika reklamowego formatu średniego: 10 m, - dla nośnika reklamowego formatu dużego: 20 m,” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „nakaz zachowania minimalnych odległości od następujących elementów przestrzeni: a) od budynków: - dla nośnika reklamowego formatu małego i słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 5 m, - dla nośnika reklamowego formatu średniego: 10 m, - dla nośnika reklamowego formatu dużego: 20 m,	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego dla tworzenia w tym zakresie specjalnych uregulowań dla obiektów handlowo-usługowych.

		- dla nośnika reklamowego umiejscowionego na terenie wielkopowierzchniowego obiektu handlowo-usługowego o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2: 1m”	
	43.95.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 2 pkt. 4 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „nakaz stosowania konstrukcji o wysokim standardzie jakościowym, przez co rozumie się konstrukcje: a) o długotrwałej odporności na proces starzenia, tj. wymagające kompleksowych zabiegów konserwacyjnych, zapobiegających zmianom obniżającym cechy użytkowe i estetykę, powtarzanych w okresach nie krótszych niż 10 lat, b) odporne na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych oraz wykonane z materiałów odpornych na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania tych czynników, c) wykonane z następujących materiałów budowlanych: aluminium, stal nierdzewna lub stal ocynkowana, beton klasy C30/37 lub wyższej, szkło bezpieczne lub tworzywo sztuczne barwione w masie;” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że: „nakaz stosowania konstrukcji o wysokim standardzie jakościowym, przez co rozumie się konstrukcje: a) o długotrwałej odporności na proces starzenia, tj. wymagające kompleksowych zabiegów konserwacyjnych, zapobiegających zmianom obniżającym cechy użytkowe i estetykę, powtarzanych w okresach nie krótszych niż 5 lat, b) odporne na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych oraz wykonane z materiałów odpornych na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania tych czynników, c) wykonane z następujących materiałów budowlanych: aluminium, stal nierdzewna lub stal ocynkowana, beton klasy C30/37 lub wyższej, szkło bezpieczne lub tworzywo sztuczne barwione w masie, lub materiałów odpowiadających wskazanym materiałom pod względem trwałości i odporności;”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana zmiana nie zawiera uzasadnienia, ponadto dopuszczenie materiałów „odpowiadających wskazanym (…) pod względem trwałości i odporności” eliminuje kluczową dyspozycję przepisu, tj. wskazanie materiałów o wystarczającej jakości estetycznej.
	43.96.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III Rozdział 4 §11 ust. 2 pkt.5 **Treść uwagi:** Przedmiotem skargi składanej przez Tesco jest określenie, że „nakaz stosowania dla elementów konstrukcyjnych wykonanych z metalu, betonu lub tworzywa sztucznego o barwie achromatycznej, przy czym dopuszcza się malowanie wyłącznie elementów wykonanych z metalu pod warunkiem stosowania farb organicznych proszkowych drobnostrukturalnych o nawierzchni matowej perlistej.” Tesco wnosi o zmianę proponowanego zapisu, poprzez określenie, że „nakaz stosowania dla elementów konstrukcyjnych wykonanych z metalu, betonu lub tworzywa sztucznego o barwie achromatycznej, przy czym dopuszcza się malowanie wyłącznie elementów wykonanych z metalu pod warunkiem stosowania farb organicznych proszkowych drobnostrukturalnych o nawierzchni matowej perlistej. Ograniczenie to nie dotyczy terenów obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży nie mniejszej niż 500 m2, jeżeli użyte materiały będą spójne z koncepcją architektoniczną tego obiektu.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego dla tworzenia w tym zakresie specjalnych uregulowań dla obiektów handlowo-usługowych.
	43.97.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Obszary położenia sklepów Tesco, nie obejmują obszarów objętych ochroną konserwatorską, tym samym charakter tego obszaru uzasadnia bardziej liberalne podejście do oznaczeń znajdujących się na nim nieruchomości. Konieczność szczególnego podejścia do regulacji zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń na obszarach zajmowanych przez wielkopowierzchniowe obiekty handlowo-usługowe wynika również z wyjątkowych uwarunkowań przestrzennych charakteryzujących te tereny, a także ich szczególnego znaczenia społeczno-gospodarczego dla mieszkańców m.st. Warszawy. Wielkopowierzchniowe obiekty handlowo-usługowe pojawiły się na mapie handlowej Warszawy ponad dwie dekady temu. Centra handlowo-usługowe tworzą atrakcyjne miejsca dla konsumentów dążąc do samowystarczalności i zaspokajania możliwie największej liczby potrzeb swoich klientów, na ich terenie znajdują się bowiem nie tylko sklepy prowadzące sprzedaż detaliczną ale także liczne obiekty świadczące usługi, w tym o charakterze kulturalno-rozrywkowym. Wielkopowierzchniowe obiekty handlowo-usługowe zlokalizowane są na	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie wskazuje konkretnych przepisów projektu Uchwały, które zostały uznane za nieuzasadnione ani argumentacji, przemawiającej za taką oceną. Brak ochrony konserwatorskiej na danym obszarze nie oznacza, że jego przestrzeń pozbawiona jest wartości i potrzeby ochrony. Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium

		terenach o dużej powierzchni, wyposażonych w infrastrukturę niezbędną do przyjęcia w komfortowy sposób wielu gości w tym samym czasie. Do elementów tak rozumianej infrastruktury należą w szczególności: parkingi, obiekty małej architektury, a także szyldy, tablice i urządzenia reklamowe pozwalające klientom w prosty sposób dotrzeć do centrum handlowego oraz z łatwością dowiedzieć się jakie sklepy i punkty usługowe się w nim znajdują oraz poznać ich aktualną ofertę. Prawidłowe oznakowanie działalności przedsiębiorców ma więc istotne znaczenie dla prowadzonej przez nich działalności oraz dla ich klientów. Mieszkańcy m.st. Warszawy bardzo szybko docenili możliwość dokonywania zakupów oraz korzystania z kompleksowych usług zlokalizowanych na terenie jednego obiektu handlowo-usługowego i od tego czasu można zaobserwować ciągły wzrost ich popularności. Ponadto centra handlowe mają istotne znaczenie jako miejsce pracy dla okolicznych mieszkańców. Na każde 100 mkw. powierzchni centrum handlowego w Polsce przypada 3,5 miejsca pracy, a średnio w każdym centrum zatrudnionych jest około 800 osób. Praca w centrach handlowych jest dobrym rozwiązaniem dla studentów chcących dorobić w czasie studiów, dzięki elastycznemu grafikowi młodzi ludzie są w stanie połączyć pracę zawodową ze studiami. Należy mieć na uwadze, że wpływają one także w pozytywny sposób na rozwój gospodarczy sąsiadujących z nimi terenów, gdyż w ich otoczeniu funkcjonuje wyższy odsetek przedsiębiorstw: handlowych, gastronomicznych i hotelarskich niż w pozostałych częściach miasta. Mieszkańcy m.st. Warszawy od wielu lat przyzwyczajeni są do obecności wielkopowierzchniowych obiektów handlowo-usługowych w krajobrazie miasta, powszechnie je doceniają oraz rozumieją i akceptują specyficzne uwarunkowania przestrzenne z nimi związane. Projektując nowe regulacje prawne skutkujące ograniczeniem swobody działalności gospodarczej na terenie m. st. Warszawa należy mieć na uwadze specyfikę funkcjonowania wielkopowierzchniowych obiektów handlowo-usługowych. Nieuwzględnienie uwarunkowań związanych z ich działalnością skutkować bowiem może powstaniem zupełnie bezzasadnych i nieproporcjonalnie uciążliwych dla tych obiektów ograniczeń oraz obowiązków. Projekt Uchwały przewiduje niestety wprowadzenie uregulowań charakteryzujących się brakiem zrozumienia specyfiki działalności prowadzonej przez wielkopowierzchniowe obiekty handlowe. Brak zabytkowego charakteru tych części Gminy, nie uzasadnia tak daleko idącego ograniczenia w szczególności co do formy i wielkości oznaczeń stosowanych na budynkach i budowlach znajdujących się w strefach C i niezabytkowych częściach strefy B. Obecnie znajdujące się na budynkach oznaczenia sklepu Tesco (Polska) Sp. z o.o. są estetyczne, nie mają charakteru nadmiernie intensywnego i nie zaburzają ładu przestrzennego panującego w Gminie. Dodatkowo zakazy, nakazy i ograniczenia przewidziane w Projekcie Uchwały dotyczące istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów, które objęte zostały, wydanymi przed dniem wejścia w życie uchwały, ostatecznymi decyzjami o pozwoleniu na budowę oraz zgłoszeniami, co do których nie wniesiono sprzeciwu, naruszają prawa nabyte podmiotów gospodarczych działających na terenie Gminy, którzy wykonali. Oznaczenia posiadane przez Tesco są efektywne i pełnią ważną rolę w prawidłowym funkcjonowaniu sklepu i lokalnej społeczności. Skutkiem wejścia w życie projektowanych zmian będzie konieczność poniesienia przez Spółkę niezwykle dotkliwych kosztów związanych z reorganizacją istniejących obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w wielu przypadkach stosunkowo nowych) oraz trudnym do oszacowania zmniejszeniem przychodów z powodu znacznego ograniczenia możliwości sytuowania reklam na nieruchomościach zajmowanych przez należące do Tesco obiekty handlowe, co także negatywnie wpłynie na funkcjonowanie sklepu. Nieuwzględnienie wnioskowanych zmian skutkować będzie powstaniem dużych przeszkód w prowadzeniu działalności gospodarczej na dotychczasowym poziomie przez wielu przedsiębiorców działających w branży handlowo-usługowej. Zatrzymanie bądź spowolnienie obecnego dynamicznego wzrostu tego sektora lokalnej gospodarki może przynieść negatywne skutki społeczne oraz istotnie zmniejszyć przychody podatkowe m.st. Warszawy. W związku z powyższym wprowadzenie opisanych powyżej zakazów, nakazów i ograniczeń oraz uzależnionych od nich opłat należy uznać za zbyt restrykcyjne oraz nieuzasadnione gospodarczo i społecznie.	ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
Warexpo Sp. z o.o.	**44.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Treść projektu uchwały posługuje się szczegółowymi regulacjami dotyczącymi obszarów A, B i C, brak	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga słusznie wskazuje na niedostateczne zredagowanie kwestii

		jest w niej jednak jednoznacznego przepisu o ustanowieniu tych obszarów. Pojawia się on dopiero w załączniku nr 1 wraz z opisem ich granic, co wydaje się niewłaściwe z logicznego punktu widzenia. Podobnie, to treść uchwały, a nie załącznika do niej, powinna wprowadzać inne istotne typy regulacji przestrzennych, np. ulice wzdłuż których dopuszcza się sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych, ulice dla których obowiązuje wysoki standard grodzenia czy tereny istniejących niegrodzonych zespołów zabudowy wielorodzinnej. Załącznik powinien jedynie przesądzać o przestrzennym zakresie tych regulacji. Załącznik nr 1 ma zgodnie ze swoją nazwą opisywać granice obszarów, jednak przy opisie przestrzennego zakresu rozmaitych regulacji w § 3, 4 i 5 Załącznika nie jest stosowany termin „obszar”, co powoduje niejednoznaczność w treści i zakresie tematycznym tego dokumentu oraz obu załączników graficznych.	wprowadzenia podziału terenu m.st. Warszawy na obszary „A”, „B” i „C”; zmodyfikowano opis zakresu regulacji Załącznika nr 1.
	44.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Definicja formy ażurowej w § 2 pkt. 4 nie jest spójna z definicją stopnia ażurowości w § 2 pkt 20 — jedna mierzy udział powierzchni nieprzeziernej, a druga odwrotnie. Ponadto, definicja formy ażurowej w § 2 pkt 4 błędnie odwołuje się do definicji siatki reklamowej, która jest tylko jedną z form siatki i nie obejmuje wszystkich jej rodzajów. Prawidłowe byłoby generalne wykluczenie w definicji formy ażurowej cech siatki czy tkaniny.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Różnice między obu wskazanymi w uwadze definicjami wynikają z potrzeby łatwości ich stosowania w praktyce. Mają one odrębny zakres zastosowania, a zatem nie powinny wywoływać nieporozumień. Uwagę uznano za zasadną w zakresie korekty cech strukturalnych w definicji formy ażurowej.
	44.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W § 2 pkt 18 brak jest dopuszczenia stosowania wyświetlaczy dla słupa ogłoszeniowo-reklamowego. Niewielka skala tego nośnika w pełni uzasadniania dopuszczenie stosowania w jego przypadku wyświetlaczy, analogicznie do przypadku nośnika reklamowego formatu małego. Prosimy o poczynienie odpowiedniej korekty w treści uchwały, przy czym z powodów technicznych kwestia stosowania wyświetlaczy wymaga oddzielnego, bardziej czytelnego sformułowania w treści uchwały, np. w oddzielnym punkcie w § 8.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozwiązania technologiczne w formie okrągłych słupów z wyświetlaczami nie są rozpowszechnione, w związku z czym trudno jest ocenić potencjalny wpływ tego typu obiektów na ład przestrzenny. Ewentualna zmiana tej sytuacji w przyszłości może być podstawą do zmiany Uchwały zgodnie z aktualnym stanem wiedzy. Regulacje dotyczące dopuszczeń wyświetlaczy zostały ujednoznacznione.
	44.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Definicje nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego powinny znajdować się tekście w tej kolejności, tj. od najmniejszego do największego. Obecna kolejność alfabetyczna jest mała czytelna. Rekomendujemy także zgromadzenie opisu sposobu pomiaru wymiarów (głębokości czy szerokości) w jednym miejscu treści uchwały.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Odejście od rygorystycznego przestrzegania alfabetycznej kolejności definicji uznano za uzasadnione pod kątem przejrzystości tylko dla nośników reklamowych poszczególnych formatów.
	44.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W § 2 pkt 14 powstaje wątpliwość, czy w zakresie pojęcia „obiekty ochrony konserwatorskiej” mieszczą się elementy obszarowe o znacznej nieraz rozległości, a także nieruchomości, na których znajdują się zabytki, ale które same nie są objęte ochroną. Prosimy przeformułować definiowane w tym punkcie. Jednocześnie zwracamy uwagę na fakt, że w § 9 pkt 1 lit b i c z niepotrzebnie wymieniono elementy składające się na pojęcie „obiektów ochrony konserwatorskiej” mimo istnienia odpowiedniej definicji. Utrzymanie zapisu może wprowadzić to niepotrzebny chaos w tekście uchwały.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga trafnie wskazuje na błąd redakcyjny w § 9 projektu Uchwały. Określenie „pojęcia ochrony konserwatorskiej” posiada charakter umowny, zazwyczaj bowiem nie jest możliwe kompletne i dokładne streszczenie zakresu definicyjnego w krótkiej i praktycznej postaci słownej; kluczowy dla interpretacji pojęcia jest zakres jego definicji, a nie analiza językowa samej nazwy.
	44.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Pojęcie pełnego nasłonecznienia z § 2 pkt 37 nie jest jasne. Prosimy o ujednoznacznienie, być może poprzez wskazanie konkretnej wartości natężenia światła słonecznego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazanie konkretnej wartości natężenia światła słonecznego nie jest możliwe, ponieważ może ono osiągać różne wartości w zależności pory roku, stopnia zachmurzenia czy stopnia zacienienia danej lokalizacji.

	44.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Przepisy § 8 określają jedynie zasady sytuowania, toteż rekomendujemy przeniesienie treści § 8 p.2 lit.a do Dział III Rozdział 4. Analogiczna uwaga dotyczy szyldów historycznych w § 4 pkt 4.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga trafnie wskazuje na niewłaściwe przypisanie przepisu § 8 pkt 2 lit. a). Właściwą lokalizacją przepisu są jednak regulacje dostosowawcze w § 16.
	44.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Rekomendujemy zrównanie okresów dostosowawczych dla szyldów i pozostałych tablic i urządzeń reklamowych do 3 lat od wejścia w życie Uchwały.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy spełniają ustawowy warunek i są kompromisem między dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych, w tym dużej liczbie małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów, możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany, a interesem publicznym, którym jest jak najszybsze wprowadzenie w życie ochrony ładu przestrzennego i krajobrazu miasta. Dalsze wydłużanie okresu dostosowania byłoby niezgodne z oczekiwaniami społecznymi w tym zakresie. Należy jednocześnie podkreślić, że szyld stanowi niezbędny element funkcjonowania podmiotu gospodarczego w krajobrazie miasta, natomiast nośnik reklamowy niebędący szyldem pozbawiony jest takiego samego waloru funkcjonalnej niezbędności.
	44.19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uwaga natury ogólnej dotyczy słupów ogłoszeniowo-reklamowych Projekt uchwały Rady m.st. Warszawy w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń dopuszcza funkcjonowanie słupów ogłoszeniowo-reklamowych, ale tylko z wykorzystaniem określonego formatu plakatu oraz o określonym sposobie ekspozycji, tj. zawieszeniu plakatu wewnątrz słupa. Takie założenie eliminuje tradycyjny słup warszawski istniejący w przestrzeni warszawskiej od co najmniej ponad 100 lat. Sposób ekspozycji treści na tradycyjnym slupie warszawskim nie mieści się w definicji określonej uchwałą, gdyż wykorzystuje on metodę klejenia treści reklamowych eksponowanych w papierze, nie jest oświetlony oraz niezwiązany z gruntem. Tradycyjny slup warszawski jest najczęściej wykorzystywany przez instytucje kultury i oświaty z uwagi na szczególny charakter komunikacji z mieszkańcami miasta. Dla przykładu podajemy że również w materiale przygotowanym przez Urząd m.st Warszawy promującym projekt niniejszej uchwały zostało wykorzystane zdjęcie tradycyjnego słupa warszawskiego plakatem ŁAD - NIEŁAD. Z uwagi na powyższe wnioskujemy o wprowadzenie do załącznika nr 2 wzoru tradycyjnego słupa warszawskiego wg załączonej specyfikacji z uwzględnieniem dopuszczenia koloru zielonego RAL 6004 jako odstępstwa w kolorach dopuszczonych dla pozostałych konstrukcji opisanych w § 11.2.5). Załączniki: 1) rysunek techniczny tradycyjnego słupa warszawskiego	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zakres dopuszczalnych modeli słupa ogłoszeniowo-reklamowego zwiększono o model przeznaczony do ekspozycji plakatów papierowych. Uwzględnienie w projekcie Uchwały modelu wskazanego w uwadze uznano za niecelowe z uwagi na jego niedostateczne walory estetyczne.



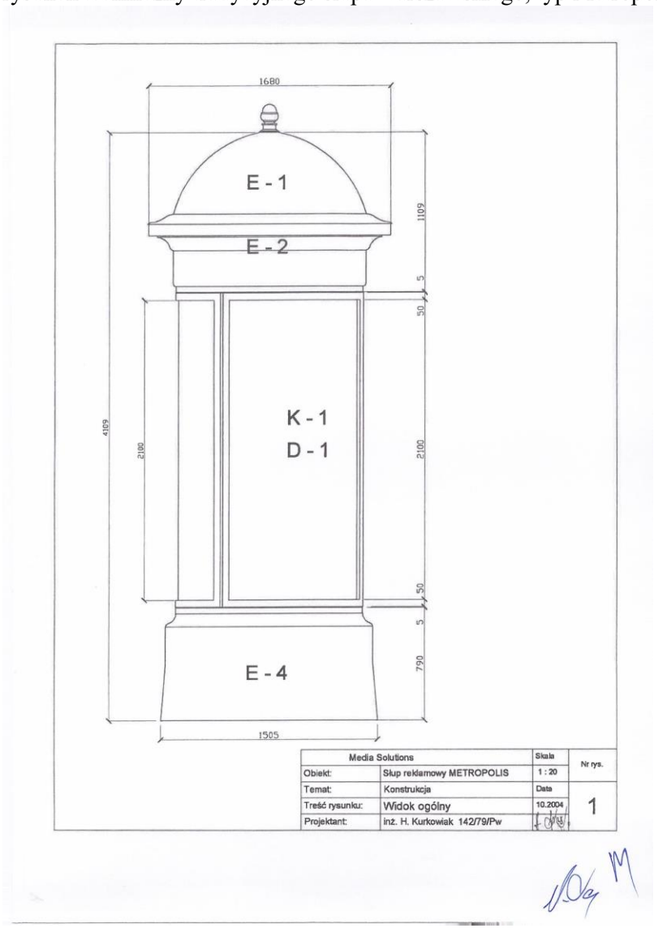
2) zdjęcie promujące projekt uchwały z plakatem na tradycyjnym słupie warszawskim



3) skan artykułu z Gazety Warszawskiej z dnia 9 listopada 2018 związany ze 100-leciem odzyskania niepodległości przez Polskę — rejon pl. Trzech Krzyży na którym widać tradycyjny słup warszawski.


6 Piątek 9 listopada 2018 | MAGAZYN WARSZAWA
100 LAT NIEPODLEGŁOŚCI POLSKI
warszawa.wyborcza.pl
Witamy W WARSZAWIE 1918 ROK
Warszawa w listopadzie 1918 roku zachłystywała się wolnością.
Jednocześnie większość mieszkańców żyła w biedzie, a miasto przytłaczała powojenna szarość.
JERZY S. MAJEWSKI
Na Dworcu Warszawsko-Wiedeńskim
Prosto z pociągu na Dworcu Warszawsko-Wiedeńskim przechodzimy przez
Polskie znaczki na poczcie
17 listopada 1918 r. Narodowa manifestacja niepodległościowa wchodzi z Nowego Światu na pl. Trzech Krzyży

Projekt uchwały Rady m.st. Warszawy w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń dopuszcza funkcjonowanie słupów ogłoszeniowo-reklamowych, ale tylko z wykorzystaniem określonego formatu plakatu oraz o określonym sposobie ekspozycji, tj. zawieszeniu plakatu wewnątrz słupa wskazując określone typy

		konstrukcji w załączniku nr 2. Takie założenie eliminuje jedną z wersji tradycyjnego słupa warszawskiego istniejącego w przestrzeni warszawskiej, nazywanego Metropolis. Sposób ekspozycji treści na Metropolisie jest zgodny z definicją podanej w projekcie uchwały, a kształtem i wymiarami jest zbieżny z tradycyjnym slupem warszawskim na którym plakaty są wyklejane. Tradycyjne słupy warszawskie w obu wersjach są najczęściej wykorzystywane przez instytucje kultury i oświaty z uwagi na szczególny charakter komunikacji z mieszkańcami miasta. Z uwagi na powyższe wnioskujemy o wprowadzenie do załącznika nr 2 wzoru tradycyjnego słupa warszawskiego typ Metropolis wg załączonej specyfikacji z uwzględnieniem dopuszczenia koloru zielonego RAL 6004 jako odstępstwa w kolorach dopuszczonych dla pozostałych konstrukcji do wykorzystania i opisanych w § 11.2.5). Załączniki: 1) rysunek techniczny tradycyjnego słupa warszawskiego, typ Metropolis 	
	44.21.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wnioskujemy o zmianę treści załącznika nr 2 do projektu uchwały Rady m.st. Warszawy w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń poprzez modyfikację wysokości słupa historycznego dla Warszawy w taki sposób aby zwiększyć jego wysokość do 4 metrów. Dotychczasowe MPZP dla terenów Warszawy, różnie opisywały wymagania dla spełnienia warunku definicji słupa ogłoszeniowo-reklamowego w zakresie wysokości, co	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Jednym z celów Uchwały jest ujednolicenie nieregularności wynikających z heterogenicznego sposobu kształtowania regulacji w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. Wyjątki obowiązujące w ramach niewielkiej części miejscowych planów zagospodarowania

		było związane z koniecznością produkcji słupów z pewną tolerancją dla wysokości cokołu (160 mm) lub podstawy (700 mm), przy jednoczesnym zachowaniu pozostałych parametrów i kształtu konstrukcji.	przestrzennego nie powinny determinować generalnych przesądzeń Uchwały, dotyczących całego obszaru m.st Warszawy.
	44.22.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wnioskujemy o modyfikację następujących zapisów zgodnie z poniższą treścią: § 11 ust. 2 pkt 1) litera a), § 11 ust. 2 pkt 2) lit. a), b) i c). Zaproponowane odległości jako graniczne dla konstrukcji tzw. małego formatu i słupów ogłoszeniowo-reklamowych nie uwzględniają uwarunkowań przestrzennych szczególnie w ścisłym centrum Warszawy, gdzie zabudowa jest zwarta i ze znaczną ilością pomników oraz miejsc pamięci. Zwracamy uwagę, że dotychczasowe decyzje władz miasta dla zlokalizowania słupów ogłoszeniowo-reklamowych na Krakowskim Przedmieściu oraz bezpośrednia inwestycja na ulicy Świętokrzyskiej w ramach rewitalizacji tych ulic stoją w sprzeczności z zaproponowanymi odległościami minimalnymi. Do niniejszego wniosku załączmy dokumentację zdjęciową wraz z opisem kolizji dla kilku wybranych lokalizacji w rejonie wspomnianych powyżej ulic. Podkreślamy, że również obowiązujące Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego dla Warszawy proponuje limity mniejsze niż projekt uchwały. Dodatkowo zwracamy uwagę, że zaproponowane w obecnym kształcie odległości w sposób uprzywilejowany stawiają nośniki reklamowe zamontowane na wiatach przystankowych względem innych form tzw. małego formatu, mino że i tak posiadają uzasadnioną przewagę wynikającą ze szczególnego charakteru funkcjonowania w pasie drogowym na podstawie innych decyzji i rozwiązań prawnych. Propozycję Warexpo zmian odległości proszę potraktować jako rekomendowane z zastrzeżeniem że mogły by być większe np. w różnych strefach miejskich. W przypadku konieczności zróżnicowania odległości pomiędzy słupami ogłoszeniowo-reklamowymi różnych typów (Warexpo w innych wnioskach występuje o dopisanie modeli tradycyjnego słupa warszawskiego oraz modelu Metropolis) rekomendujemy wydzielenie dwóch grup, których granicą będzie wysokości podstawowa (bez rozwiązania fotowoltaicznego) 4 m. W związku z tym rekomendujemy dla: a. grupy słupów ogłoszeniowo-reklamowych do wysokości 4 m i pozostałych innych konstrukcji małego formatu, ustalić: I. odległość minimalną pomiędzy nimi 20 m niezależnie po której stronie jedni funkcjonują II. odległość minimalną od budynków 3 m. III. odległość minimalną od pomników i miejsc pamięci 10 m b. grupy słupów powyżej 4 m wysokości: I. utrzymać odległości pomiędzy konstrukcjami reklamowymi oraz budynków zaproponowane w pierwotnej wersji projektu uchwały II. ustalić minimalną odległość od pomników i miejsc pamięci 20 m. Załączniki: 1. zdjęcie słupa typ historyczny w lokalizacji Krakowskie Przedmieście — odległość od pomnika Mickiewicza 10 m	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za zasadną w aspekcie zasadności rozbicia uśrednionego dotąd wskaźnika i zróżnicowania wysokich słupów ogłoszeniowo-reklamowych od niskich wraz z nośnikami reklamowymi formatu małego. Wobec bardzo wysokiego zagęszczenia upamiętnień w historycznych częściach Warszawy, zróżnicowano także pomniki oraz inne obiekty budowlane, służące upamiętnieniu wydarzeń historycznych bądź osób, wyłączając z regulacji niewielkie upamiętnienia umieszczane na elewacjach budynków.

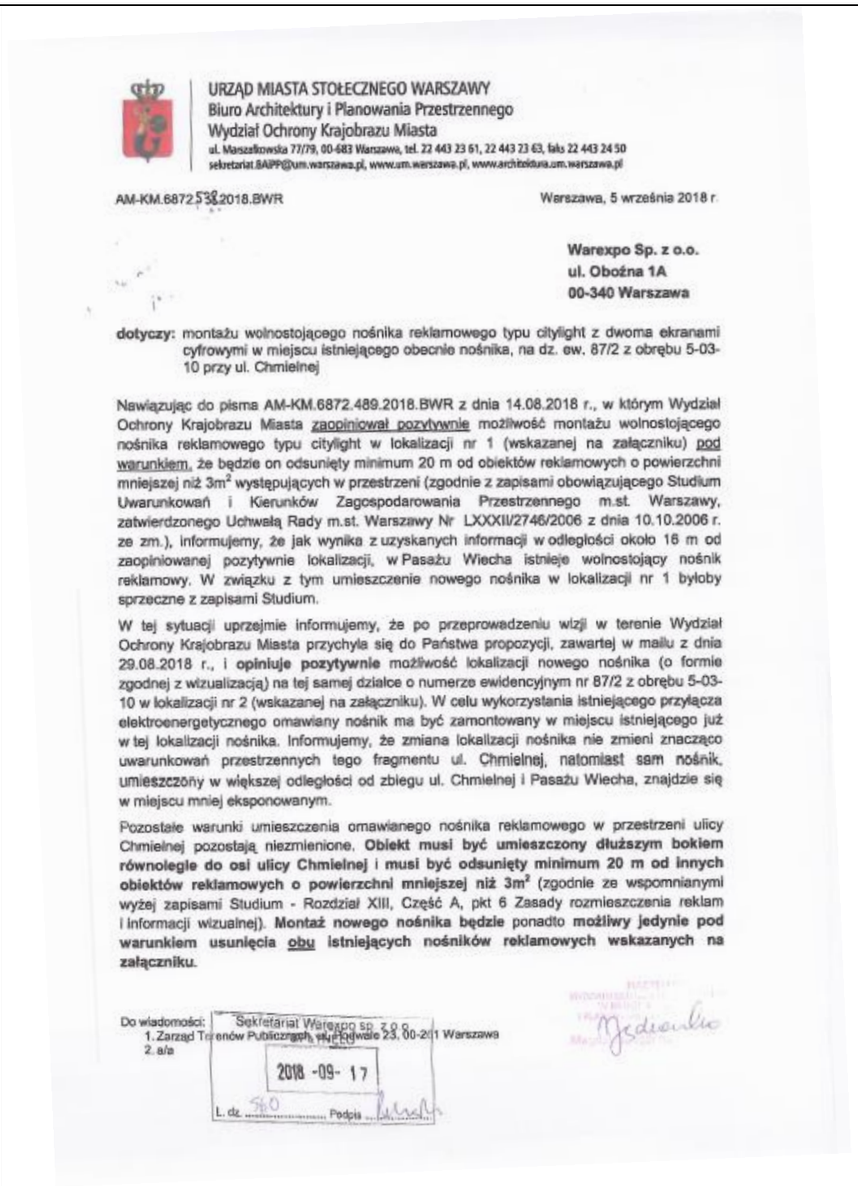


2. zdjęcie słupa typ historyczny w lokalizacji Krakowskie Przedmieście — odległość od budynku 4,5m od budynku i 8 m od przystanku autobusowego.



3. zdjęcie słupa typ historyczny w lokalizacji Świętokrzyska — odległość od budynku 1,5 m

		 4. zdjęcie konstrukcji tzw. małego formatu oraz opinia BAiPP z 5 września 2018r	



URZĄD MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY
Biuro Architektury i Planowania Przestrzennego
Wydział Ochrony Krajobrazu Miasta
ul. Marszałkowska 77/79, 00-683 Warszawa, tel. 22 443 23 61, 22 443 23 63, faks 22 443 24 50
sekretariat.BAIPP@um.warszawa.pl, www.um.warszawa.pl, www.architektura.um.warszawa.pl

AM-KM.6872.538.2018.BWR

Warszawa, 5 września 2018 r.

Warexpo Sp. z o.o.
ul. Obożna 1A
00-340 Warszawa

dotyczy: montażu wolnostojącego nośnika reklamowego typu citylight z dwoma ekranami cyfrowymi w miejscu istniejącego obecnie nośnika, na dz. ew. 87/2 z obrębu 5-03-10 przy ul. Chmielnej

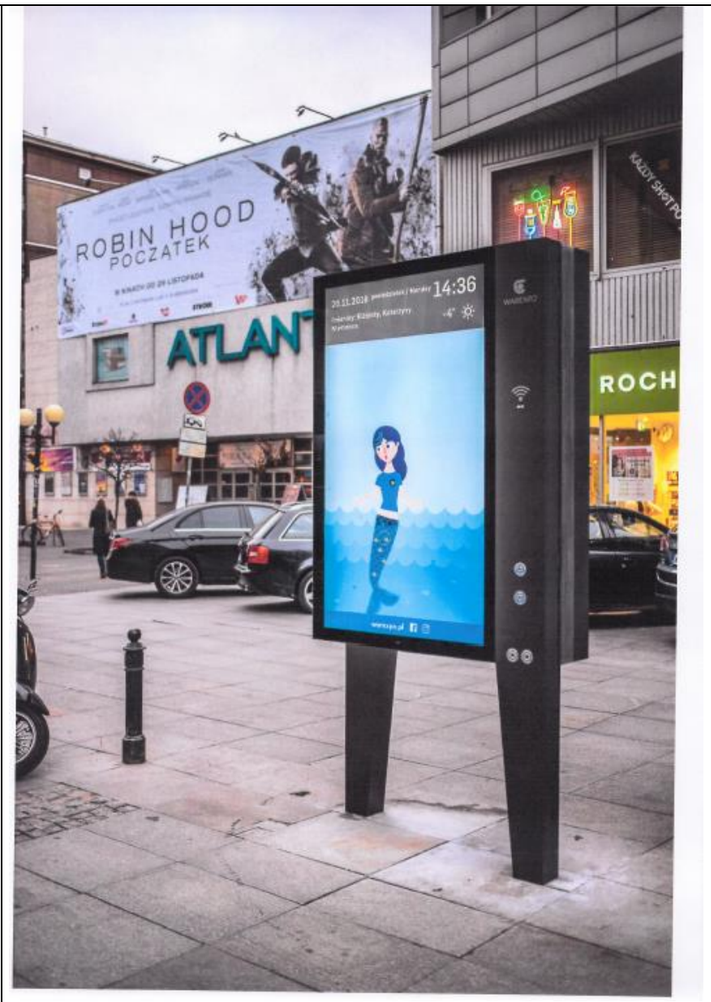
Nawiązując do pisma AM-KM.6872.489.2018.BWR z dnia 14.08.2018 r., w którym Wydział Ochrony Krajobrazu Miasta zaopiniował pozytywnie możliwość montażu wolnostojącego nośnika reklamowego typu citylight w lokalizacji nr 1 (wskazanej na załączniku) pod warunkiem, że będzie on odsunięty minimum 20 m od obiektów reklamowych o powierzchni mniejszej niż 3m^2 występujących w przestrzeni (zgodnie z zapisami obowiązującego Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego m.st. Warszawy, zatwierdzonego Uchwałą Rady m.st. Warszawy Nr LXXXII/2746/2006 z dnia 10.10.2006 r. ze zm.), informujemy, że jak wynika z uzyskanych informacji w odległości około 16 m od zaopiniowanej pozytywnie lokalizacji, w Pasażu Wiecha istnieje wolnostojący nośnik reklamowy. W związku z tym umieszczenie nowego nośnika w lokalizacji nr 1 byłoby sprzeczne z zapisami Studium.

W tej sytuacji uprzejmie informujemy, że po przeprowadzeniu wizji w terenie Wydział Ochrony Krajobrazu Miasta przychyla się do Państwa propozycji, zawartej w mailu z dnia 29.08.2018 r., i **opiniuje pozytywnie** możliwość lokalizacji nowego nośnika (o formie zgodnej z wizualizacją) na tej samej działce o numerze ewidencyjnym nr 87/2 z obrębu 5-03-10 w lokalizacji nr 2 (wskazanej na załączniku). W celu wykorzystania istniejącego przyłącza elektroenergetycznego omawiany nośnik ma być zamontowany w miejscu istniejącego już w tej lokalizacji nośnika. Informujemy, że zmiana lokalizacji nośnika nie zmieni znacząco uwarunkowań przestrzennych tego fragmentu ul. Chmielnej, natomiast sam nośnik, umieszczony w większej odległości od zbiegu ul. Chmielnej i Pasażu Wiecha, znajdzie się w miejscu mniej eksponowanym.

Pozostałe warunki umieszczenia omawianego nośnika reklamowego w przestrzeni ulicy Chmielnej pozostają niezmienione. **Obiekt musi być umieszczony dłuższym bokiem równolegle do osi ulicy Chmielnej i musi być odsunięty minimum 20 m od innych obiektów reklamowych o powierzchni mniejszej niż 3m^2** (zgodnie ze wspomnianymi wyżej zapisami Studium - Rozdział XIII, Część A, pkt 6 Zasady rozmieszczenia reklam i informacji wizualnej). **Montaż nowego nośnika będzie** ponadto **możliwy jedynie pod warunkiem usunięcia obu istniejących nośników reklamowych wskazanych na załączniku.**

Do wiadomości:
1. Zarząd Terenów Publicznych, ul. Podwale 23, 00-241 Warszawa
2. a/a

Sekretariat Warexpo sp. z o.o.
2018 -09- 17
L. dz. 560 Podpis

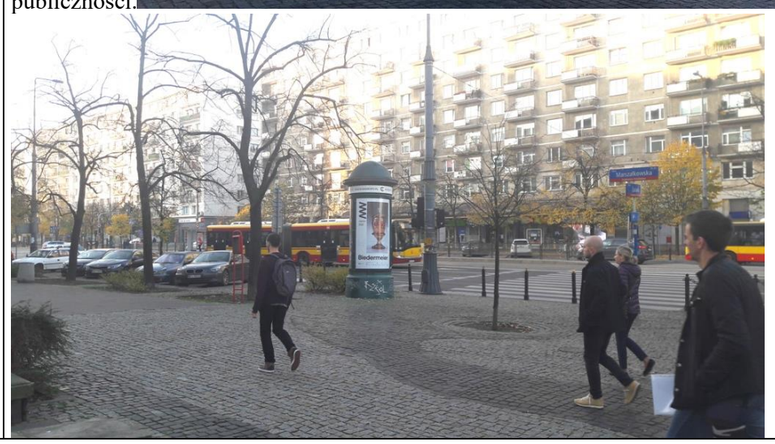
			
Zarząd Dróg Miejskich	**45.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Na wstępie pragniemy zwrócić uwagę, że zgodnie z uchwałą 389/XXXVl/96 z dnia 19.09.1996r na terenie m.st Warszawy został wprowadzony Miejski System Informacji. Genezą powstania Systemu było, jak w preambule ww. uchwały, uporządkowanie przestrzeni publicznej oraz poprawy bezpieczeństwa i porządku publicznego. Obejmuje on obecnie około 90 tysięcy różnych oznakowań. Ten spójny i czytelny system informacyjny, jest jednym z najbardziej charakterystycznych elementów Warszawy. Wpisał się na stałe w krajobraz miejski i jest jego nieodłączną częścią. W związku z powyższym dziwi fakt, że projekt uchwały nie ustosunkowuje się w żadnym aspekcie do oznakowań Miejskiego Systemu Informacji. Dotychczas miasto dbało o funkcjonalność Systemu i w wydawanych aktach prawnych, dotyczących przedmiotowej tematyki, uwzględniało oznakowania MSI (np. Zarządzenie nr 961/2007 Prezydenta m.st. Warszawy). Wcześniejszy projekt omawianej uchwały krajobrazowej także posiadał stosowne zapisy: 1. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe będące szyldami w rozdziale 1. - zakazuje się przesłaniania szyldami .. ...obiektów MSI oraz innych szyldów.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Analiza prawna wykazała, że nie jest w praktyce możliwe sformułowanie skutecznego zakazu przesłaniania MSI z uwagi na niedookreślenie pojęcia przesłaniania i brak możliwości racjonalnego określenia, z której strony i przy jakiej odległości wzajemnej obu obiektów takie przesłanianie może zachodzić. Niezależnie od przepisów Uchwały, opieka nad widocznością oznakowania pozostaje kompetencją zarządcy drogi i nadal stanowić będzie przesłankę podejmowania decyzji o ewentualnym udostępnieniu pasa drogowego na cele niezwiązane z obsługą ruchu. Przepisy Uchwały stanowić będą bowiem wyłącznie dopuszczenie określonych rozwiązań przy wykluczeniu pozostałych, w żadnym razie zaś bezwzględne prawo inwestora do przeprowadzenia inwestycji.

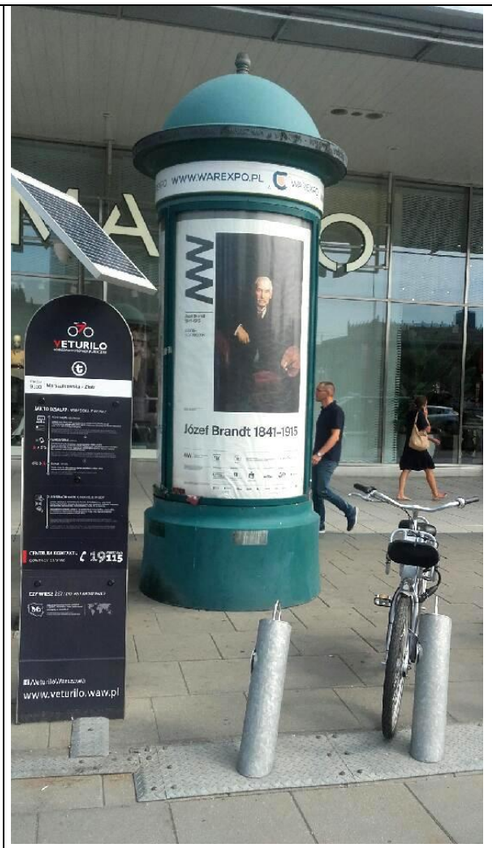
		2. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami w rozdziale 1. - nie reguluje się sposobu sytuowania elementów MSI. w rozdziale 4. - elementów MSI — bez ograniczeń lokalizacyjnych. Brak stosownych unormowań może doprowadzić do degradacji oznakowań MSI w przestrzeni miejskiej, a tym samym ograniczyć ich czytelność i funkcjonalność. Spowoduje to, że środki i determinacja miasta w ostatnich latach ukierunkowane na zapewnienie właściwego postrzegania i funkcjonowania oznakowań miejskich zostaną zaprzepaszczone. Tym samym wnioskujemy o uzupełnienie projektu omawianej uchwały o zapisy, które chronić będą oznakowania MSI.	
	45.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Jednocześnie zdaniem ZDM projekt uchwały w swojej treści pomija zasady umieszczania elementów małej architektury oraz reklam w pasie drogowym w odniesieniu do przepisów Prawa o ruchu drogowym. Brak jest szczegółowych warunków i uwag do lokalizacji przedmiotowych obiektów w odniesieniu do zasad inżynierii ruchu drogowego mających wpływ na bezpieczeństwo w ruchu drogowym użytkowników ulic m.st. Warszawy. Ze swojej strony ZDM uważa, iż zasadnym byłoby powołanie się na zapisy Studium uwarunkowań kierunków zagospodarowania przestrzennego m.st Warszawy uchwalonym uchwałą Nr LXXXII/2746/2006 Rady m.st. Warszawy, z dnia 10 października 2006 r. (ze zm.), oraz wytyczne, opisujące ogólne zasady jakimi należy kierować się przy umieszczaniu elementów reklamowych w pasie drogowym, Biura Architektury i Planowania Przestrzennego Urzędu m.st. Warszawy przekazane do tutejszej jednostki pismem zn. AM-KP.670.8.2017.SZL (1 .SZL.AM-KP) z dnia 19.06.2017r. l. Zarząd Dróg Miejskich proponuje wprowadzenie niniejszych zmian do **Działu III**: - **Rozdział 1 § 8- dodać pkt 3 o następującym brzmieniu:** - dla reklam na wyświetlaczach, wskazanych w § 1 ust. 3 pkt. 37 lit. a i b uchwały, umieszczanych w pasie drogowym - nakaz sporządzania i zatwierdzania projektu stałej organizacji ruchu zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 23 września 2003r. w sprawie szczegółowych warunków zarządzania ruchem na drogach oraz wykonywania nadzoru nad tym zarządzaniem (Dz.U. z 2003r., Nr 177, poz. 1729 ze zm.) - **Rozdział 4 §11.2 pkt. 2) — dodać przepisy o następującym brzmieniu:** - nakaz zachowania minimalnych odległości od następujących elementów przestrzeni: ➢ Nośniki reklamowe formatu dużego i średniego nie mogą znajdować się od innych elementów przestrzeni w odległości mniejszej niż (biorąc pod uwagę najkrótszą odległość między skrajnymi punktami obiektów): b) od krawędzi jezdni: - dla nośnika reklamowego formatu dużego: 10 m, - dla nośnika reklamowego formatu średniego: 8 m, c) od znaków drogowych, znaków MSI i sygnalizatorów sygnalizacji świetlnej: - dla nośnika reklamowego formatu dużego: 10 m, - dla nośnika reklamowego formatu średniego: 8 m, d) od obszaru skrzyżowania jednopoziomowego, ograniczonego liniami zatrzymania się oraz przejść dla pieszych: - dla nośnika reklamowego formatu dużego: 60 m, - dla nośnika reklamowego formatu średniego: 60 m, ➢ dla reklam sytuowanych w pasie drogowym nakaz każdorazowego sporządzania i zatwierdzania projektu stałej organizacji ruchu zgodnie z rozporządzeniem Ministra Infrastruktury z dnia 23 września 2003r. w sprawie szczegółowych warunków zarządzania ruchem na drogach oraz wykonywania nadzoru nad tym zarządzaniem (Dz.U. z 2003r., Nr 177, poz. 1729 ze zm.) ZDM postuluje, aby zdefiniować dodatkowo w ww. przepisie sposób liczenia odległości reklam od	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie zawiera dyspozycji wiążącej zgodności Uchwały z zapisami studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy. Jest to zrozumiałe, bowiem zapisy Uchwały – w przeciwieństwie do miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego – tworzą przepisy w tej samej skali, co studium, tj. skali całej gminy. Ich sens nie polega więc na dublowaniu zapisów studium, ale na nowym i szczegółowym uregulowaniu tej problematyki, które nie byłoby możliwe w niezwykle wieloaspektowym dokumencie strategicznym, jakim jest studium, i w którym kwestie regulowane w Uchwale mogą posiadać jedynie drugorzędne znaczenie. Należy zauważyć, że przepisy Uchwały mogą opierać się jedynie na jasno określonych ustawowo kompetencjach. Nie należy do nich określanie procedury administracyjnej sytuowania nośników reklamowych, które nadal wynikać będą z przepisów odrębnych, a jedynie określanie przestrzennych kryteriów, uzasadniających dopuszczenie do inwestycji z punktu widzenia ochrony krajobrazu i ładu przestrzennego. Niezależnie od przepisów Uchwały, opieka nad właściwą organizacją pasa drogowego, w szczególności pod kątem bezpieczeństwa ruchu, pozostaje kompetencją zarządcy drogi i nadal stanowić będzie przesłankę podejmowania decyzji o ewentualnym udostępnieniu pasa drogowego na cele niezwiązane z obsługą ruchu. Przepisy Uchwały stanowić będą bowiem wyłącznie dopuszczenie określonych rozwiązań przy wykluczeniu pozostałych, w żadnym razie zaś bezwzględne prawo inwestora do przeprowadzenia inwestycji. Ponadto, prawne powiązanie odległości między nośnikami reklamowymi a elementami organizacji ruchu skutkowałoby nie tylko ograniczeniami w możliwości sytuowania jakichkolwiek nośników reklamowych w pasie drogowym, ale i poważnymi utrudnieniami w lokalizowaniu nowych elementów organizacji ruchu, wymagającymi uprzedniej likwidacji ewentualnych nośników reklamowych. Ocena wpływu poszczególnych rozwiązań na kwestie bezpieczeństwa ruchu wymaga w szczególności każdorazowej oceny danej sytuacji i kontekstu miejsca. Regulowanie tego zagadnienia Uchwałą, opierającą się na przepisach ustawy planistycznej, byłoby nie tylko wątpliwe legislacyjnie, ale mogłoby powodować u inwestora nieuzasadnione przekonanie, że spełnienie warunków wskazanych w Uchwale automatycznie oznacza spełnienie wymagań bezpieczeństwa ruchu i brak możliwości oceny tej kwestii przez zarządcę pasa drogowego.

		znaków drogowych, znaków MSI i sygnalizatorów. Dla nośnika reklamowego formatu średniego i dużego odległość liczona wzdłuż krawędzi jezdni. Zarząd Dróg Miejskich informuje, że minimalnym i podstawowym kryterium wydawania zgody na lokalizację reklamy w pasie drogowym ulic będących w zarządzie i utrzymaniu tutejszej jednostki, (w szczególności formatu typu Citylight lub słup reklamowo-ogłoszeniowy) jest zatwierdzony projekt stałej organizacji ruchu z uwzględnieniem przepisów i warunków Ustawy Prawo o ruchu drogowym oraz aktów wykonawczych przedmiotowej ustawy — rozporządzeń. Celem niniejszych wymagań jest zapewnienie bezpieczeństwa wszystkich użytkowników ruchu drogowego. Głównymi aspektami, które będą brane pod uwagę przy opiniowaniu projektów stałej organizacji ruchu przez zarząd drogi to zachowanie minimalnych odległości od znaków drogowych, nie lokalizowanie ich w strefach (przy krawędzi jezdni) przeznaczonych na potrzebę umieszczania znaków drogowych związanych z organizacją ruchu, zachowanie wymaganej widoczności oraz niedopuszczalne zawężenia szerokości ciągów pieszych mające szczególnie negatywny wpływ dla osób z niepełnosprawnościami. Powyższe zmiany zaproponowano z uwagi na potrzebę zapewnienia odpowiednich warunków widoczności na skrzyżowaniach i zjazdach określonych w ww. rozporządzeniu Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać drogi publiczne i ich usytuowanie. Dodatkowo opiniowany projekt zawiera zapisy dotyczące warunków lokalizowania urządzeń reklamowych w sposób znacznie utrudniający widoczność niechronionych użytkowników ruchu drogowego (tj. pieszych i rowerzystów) oraz znaków drogowych, urządzeń BRD i sygnalizacji świetlnej, a także ich postrzegalność (oznakowanie drogowe często ginie w gąszczu reklam zlokalizowanych w pasie drogowym). W opinii społecznej ilość znaków drogowych jest za duża i użytkownicy dróg mają problem z ich postrzeganiem i interpretacją w odpowiednio krótkim czasie. Wprowadzenie w pas drogowy dodatkowych obiektów rozpraszających uwagę kierowców, zgodnie z przedstawionymi w wyłożonym projekcie uchwały zapisami, zdaniem ZDM może powodować poważne zagrożenie bezpieczeństwa ruchu drogowego i prowadzić do powstawania wielu niebezpiecznych sytuacji.	
	45.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Jednocześnie prosimy o uwzględnienie n/w uwag, które również były zgłaszane do wcześniejszego projektu, a w uznaniu Zarządu Dróg Miejskich są szczególnie istotne z uwagi na konieczność ochrony bezpieczeństwa użytkowników dróg: II. Ad. § 2 pkt 13: Postulujemy o zmianę definicji dla nośnika reklamowego formatu średniego na następującą: 13) nośniku reklamowym formatu średniego - należy przez to rozumieć tablicę reklamową, także w formie dwustronnej, która spełnia łącznie warunki: a) korzystania ze sztywnych powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości nieprzekraczającej odpowiednio 2,80 m i 3,80 m, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 3 m2, lecz nieprzekraczających 9 m2, c) zachowania wysokości konstrukcji - od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji - nieprzekraczającej 6 m; Definicja zawarta w wyłożonym projekcie uchwały umożliwi sytuowanie reklam w ww. formacie o zmiennej treści, m.in. typu scroll, które, podobnie jak w przypadku reklam na wyświetlaczach, są niepożądane z uwagi na konieczność ochrony bezpieczeństwa ruchu drogowego. W ocenie ZDM nośniki tego typu mogą powodować zagrożenie bezpieczeństwa w ruchu drogowym, poprzez zmniejszenie koncentracji kierowcy i odwrócenie jego uwagi od sytuacji na drodze z uwagi na nie stałą ekspozycję treści reklamowych, lecz cykliczną zmianę tych treści. Na ww. zagrożenia zwrócił uwagę Instytut Badawczy Dróg i Mostów- Pracownia Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego w przywołanej powyżej „Opinii w sprawie zagrożeń dla kierujących pojazdami wynikających z umieszczenia reklam w pasach dróg m. st. Warszawy", wydanej w grudniu 2006r., zaktualizowanej w grudniu 2008r. W ww. opinii Instytut Badawczy Dróg i Mostów wskazał m.in., że badania laboratoryjne oraz testy poligonowe wykazały zmniejszenie koncentracji kierowcy na prowadzeniu pojazdu z powodu dużego nagromadzenia reklam w otoczeniu drogi. Podkreślono ponadto, że w czasie pobierania przez kierowcę informacji z różnych elementów otoczenia, np. reklam, kierowca nie obserwuje sytuacji na	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ocena wpływu poszczególnych rozwiązań na kwestie bezpieczeństwa ruchu wymaga w szczególności każdorazowej oceny danej sytuacji i kontekstu miejsca. Regulowanie tego zagadnienia Uchwałą, opierającą się na przepisach ustawy planistycznej, byłoby nie tylko wątpliwe legislacyjnie, ale mogłoby powodować u inwestora nieuzasadnione przekonanie, że spełnienie warunków wskazanych w Uchwale automatycznie oznacza spełnienie wymagań bezpieczeństwa ruchu i brak możliwości oceny tej kwestii przez zarządcę pasa drogowego. Z punktu widzenia ładu przestrzennego, przewijany w określonych odstępach czasu nośnik reklamowy typu „scroll" wywołuje mniejszą dolegliwość niż wyświetlacz, a w szczególności wyświetlacz przekazujący treści animowane.

		drodze przed poruszającym się pojazdem. Taki stan chwilowego zatrzymania wzroku w jednym punkcie nazywany jest „fiksacją”. Czas fiksacji jest różny, ale typowo mieści się w granicach 0,2 - 1,5 sekundy. W przypadku konieczności zatrzymania pojazdu w czasie, kiedy oko kierowcy „spoczywa” na reklamie pojazd przejeżdża bez kontroli następujące odległości, a następnie drogę całkowitego jego zatrzymania przy prędkości 50 km/h - 2,8 m do 20,8 m plus do zatrzymania 30,9 m (łącznie do 51,7 m), a przy prędkości 70km/h - 3,9 m do 29,1 m plus do zatrzymania 50,1 m (łącznie do 79,2 m). Z przedmiotowej opinii wynika ponadto, że przeprowadzone w USA badania wykazały, że w 10-30 % wszystkich wypadków drogowych czynnik rozproszenia uwagi kierowcy jest jednym z powodów zaistnienia wypadków, a około 1/3 tych wypadków miało miejsce w wyniku wizualnych bodźców zewnętrznych - głównie reklam przydrożnych. Badania te wykazały również proporcjonalny wzrost liczby wypadków drogowych przy wzroście reklam przypadających na kilometr drogi. Średni wskaźnik wypadkowości dla odcinków drogi z przydrożnymi bilbordami był o 40,90% wyższy niż dla odcinków bez reklam.	
	45.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Ad. § 9 pkt 1 lit. b, S 10 pkt 3: Postulujemy usunięcie w całości przepisów dopuszczających sytuowanie siatek reklamowych na budynkach i rusztowaniach.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia. Projekt Uchwały w zasadniczy sposób ogranicza możliwość sytuowania siatek reklamowych do najbardziej uzasadnionych przypadków, w szczególności remontów elewacji, które w przypadku wielu budynków i tak wymuszają sytuowanie rusztowań w pasie drogowym, a także ślepych ścian szczytowych, z uwagi na ich negatywne oddziaływanie na krajobraz miasta. Uwaga nie precyzuje, w jaki sposób dopuszczenia te są niekorzystne z punktu widzenia zarządcy drogi.
	45.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 3 ust. 4 **Treść uwagi:** Kolejnym aspektem wymagającym szczególnego rozważenia jest wpływ na czynności kontrolne polegające na realizacji zapisów przedłożonego projektu w nawiązaniu do obowiązku wydania karnej decyzji administracyjnej w trybie art. 37d ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz.U. z 2018 r.,poz.1945) przez uprawnioną komórkę organizacyjną. W myśl zapisów art. 37d ust. 7 ww. ustawy w decyzji należy wskazać nieprawidłowości i nakazać dostosować tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe do przepisów określonych w uchwale Rady Miasta Stołecznego Warszawy albo nakazać usunięcie tablicy lub urządzenia. W tym miejscu pragniemy zwrócić uwagę, że zgodnie z ustawą z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego [**Kpa**] (tj. Dz. U. z 2018 r. poz. 2096 ze zm.) w decyzji administracyjnej muszą się znaleźć m.in. następujące informację takie jak: 1) określające powołanie podstawy prawnej należy podać jak najbardziej szczegółowo; 2) rozstrzygniecie; oraz uzasadnienie faktyczne i prawne; Uzasadnienie faktyczne decyzji powinno w szczególności zawierać wskazanie faktów, które organ uznał za udowodnione, **dowodów**, na których się oparł, oraz przyczyn, z powodu których innym dowodom odmówił wiarygodności i mocy dowodowej, zaś uzasadnienie prawne - wyjaśnienie podstawy prawnej decyzji, z przytoczeniem **przepisów** prawa. Mając na uwadze wymogi wskazane powyżej wynikające wprost z przepisów ustawy [**Kpa**], analizując zapisy przedmiotowego projektu powstają wątpliwości w zakresie określenia znamion uzasadnienia faktycznego. Wiele zapisów jest niedookreślonych a to powoduje, że nie jest możliwa do spełnienia podstawowa zasada w postępowaniu dowodowym a mianowicie, że **ciężar udowodnienia faktu spoczywa na organie, który z danego faktu wywodzi skutki prawne (patrz art. 7a Kpa, art. 77 Kpa).** Ad § 3 ust. 4 – nie określono w jaki sposób dokonać sprawdzenia – wartość nie mierzalna, możliwa tylko ocena subiektywna, która w prawie karnym i karnoadministracyjnym jest nie dopuszczalna.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodność barw jest łatwa do obiektywnej weryfikacji za pomocą próbników danego systemu standaryzacji barw.

	45.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 7 ust. 1 pkt. 2 lit. e), ust. 2 pkt. 1 do 5 **Treść uwagi:** Brak możliwości stwierdzenia wymiarów powierzchni użytkowej danego lokalu.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Kryteria stanowione w przepisie są weryfikowalne na podstawie dokumentacji architektoniczno-budowlanej danego obiektu.
	45.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 8 ust. 2 lit. d), ust. 2 pkt, 1 do 5 **Treść uwagi:** Brak możliwości stwierdzenia wymiarów powierzchni inwestycji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Kryteria stanowione w przepisie są weryfikowalne na podstawie dokumentacji architektoniczno-budowlanej danej inwestycji.
	45.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 12. 1. litera b) do c) i e) **Treść uwagi:** Jak określić właściwości użytych materiałów? - wartość nie mierzalna, możliwa tylko ocena subiektywna, która w prawie karnym i karno-administracyjnym jest nie dopuszczalna.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis bezpośrednio realizuje dyspozycję art. 37a ust. 1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Postępowanie administracyjne może opierać się na weryfikacji wizualnej i nie musi ograniczać wyłącznie do liczbowej (mierzalnej).
	45.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 13 ust. 2 **Treść uwagi:** Wartość nie mierzalna, możliwa tylko ocena subiektywna, która w prawie karnym i karno-administracyjnym jest nie dopuszczalna.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Stopień ażurowości jest wielkością mierzalną, obliczaną na podstawie pomiaru powierzchni nieprzeziernej ogrodzenia.
	45.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 13. ust. 4 **Treść uwagi:** Wartość nie mierzalna, możliwa tylko ocena subiektywna, która w prawie karnym i karno-administracyjnym jest nie dopuszczalna. Jak sprawdzić te materiały?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis bezpośrednio realizuje dyspozycję art. 37a ust. 1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Postępowanie administracyjne może opierać się na weryfikacji wizualnej i nie musi ograniczać wyłącznie do liczbowej (mierzalnej).
Muzeum Narodowe w Warszawie	**46.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** MNW, powołane jako miejskie i przez większą część swojej historii takim pozostające, dzięki możliwości korzystania na preferencyjnych warunkach z nośników Warexpo skutecznie kieruje zaproszenia na wydarzenia muzealne do warszawskiej społeczności. Obawiamy się, że utrata tej możliwości będzie skutkowała stratą dla Warszawy i jej mieszkańców, którzy stanowią 2/3 muzealnej	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały nie zabrania prowadzenia działalności gospodarczej poszczególnym podmiotom prawnym bądź fizycznym, nie ingeruje w charakter umów między właścicielem nośnika reklamowego i reklamodawcą, a także nie likwiduje możliwości sytuowania słupów ogłoszeniowo-reklamowych na terenie m.st. Warszawy. Jednocześnie, po przeanalizowaniu uwag, zakres dopuszczalnych modeli słupa ogłoszeniowo-reklamowego zwiększono o model przeznaczony do ekspozycji plakatów papierowych. Uwzględnienie w projekcie Uchwały modelu wskazanego na fotografiach uznano za niecelowe z uwagi na jego niedostateczne walory estetyczne.

		publiczności.	

			
Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie	**47.2.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W Dziale I - przepisy ogólne § 2. stanowiącym słownik do niniejszej uchwały nie zawarto definicji: - tablicy reklamowej - urządzenia reklamowego - obiekt małej architektury. Obecnie definicja obiektu małej architektury występuje w Ustawie Prawo Budowlane z dn. 7 lipca 1994 (Dz. U. z 2018 r. poz. 1202, 1276, 1496, 1669) — zał. 1. Należy przy tym nadmienić, że definicja małej architektury została przedstawiona w projekcie Ustawy Kodeks urbanistyczno-budowlany (zał.2). Definicja ta po pierwszym wyłożeniu została zmieniona jednak nadal nie spełnia ona oczekiwań wielu opiniodawców i przyszłych użytkowników. Nadal nie wiadomo, kiedy ww. ustawa zostanie wprowadzona w życie toteż istnieje wysokie prawdopodobieństwo wystąpienia nieścisłości podczas wdrażania i stosowania uchwały Rady m.st. Warszawy w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Załączniki: 1) Wyciąg z Ustawy Prawo Budowlane	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uchwała, będąca aktem prawa miejscowego, nie może poprawiać, uzupełniać bądź doprecyzowywać pojęć i definicji wprowadzanych przez ustawy, tj. akty prawa wyższego rzędu. W celu właściwej regulacji zagadnienia, Uchwała w ramach swoich kompetencji wprowadza jednak szereg definicji, wyodrębniających szczegółowe grupy obiektów w ramach wskazanych w uwadze pojęć.

Zał. 1

©Kancelaria Sejmu s. 1/99

Dz. U. 1994 Nr 89 poz. 414

Opracowano na podstawie: t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1202, 1276, 1496, 1669.

USTAWA

z dnia 7 lipca 1994 r.

Prawo budowlane[1)]

Rozdział 1

Przepisy ogólne

Art. 1. Ustawa – Prawo budowlane, zwana dalej „ustawą", normuje działalność obejmującą sprawy projektowania, budowy, utrzymania i rozbiórki obiektów budowlanych oraz określa zasady działania organów administracji publicznej w tych dziedzinach.

Art. 2. 1. Ustawy nie stosuje się do wyrobisk górniczych.

2. Przepisy ustawy nie naruszają przepisów odrębnych, a w szczególności:

1) prawa geologicznego i górniczego – w odniesieniu do obiektów budowlanych zakładów górniczych;
2) prawa wodnego – w odniesieniu do urządzeń wodnych;
3) o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami – w odniesieniu do obiektów i obszarów wpisanych do rejestru zabytków oraz obiektów i obszarów objętych ochroną konserwatorską na podstawie miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego.

Art. 3. Ilekroć w ustawie jest mowa o:

1) obiekcie budowlanym – należy przez to rozumieć budynek, budowlę bądź obiekt małej architektury, wraz z instalacjami zapewniającymi możliwość użytkowania

[1)] Niniejsza ustawa wdraża postanowienia następujących dyrektyw Unii Europejskiej:
1) dyrektywy Rady 92/57/EWG z dnia 24 czerwca 1992 r. w sprawie wdrożenia minimalnych wymagań bezpieczeństwa i ochrony zdrowia na tymczasowych lub ruchomych budowach (ósma szczegółowa dyrektywa w rozumieniu art. 16 ust. 1 dyrektywy 89/391/EWG) (Dz. Urz. WE L 245 z 26.08.1992, str. 6; Dz. Urz. UE Polskie wydanie specjalne, rozdz. 5, t. 2, str. 71);
2) częściowo dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/31/UE z dnia 19 maja 2010 r. w sprawie charakterystyki energetycznej budynków (Dz. Urz. UE L 153 z 18.06.2010, str. 13);
3) częściowo dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/28/WE z dnia 23 kwietnia 2009 r. w sprawie promowania stosowania energii ze źródeł odnawialnych zmieniającej i w następstwie uchylającej dyrektywy 2001/77/WE oraz 2003/30/WE (Dz. Urz. UE L 140 z 05.06.2009, str. 16, z późn. zm.).

20.09.2018

		©Kancelaria Sejmu s. 2/99 obiektu zgodnie z jego przeznaczeniem, wzniesiony z użyciem wyrobów budowlanych; 2) budynku – należy przez to rozumieć taki obiekt budowlany, który jest trwale związany z gruntem, wydzielony z przestrzeni za pomocą przegród budowlanych oraz posiada fundamenty i dach; 2a) budynku mieszkalnym jednorodzinnym – należy przez to rozumieć budynek wolno stojący albo budynek w zabudowie bliźniaczej, szeregowej lub grupowej, służący zaspokajaniu potrzeb mieszkaniowych, stanowiący konstrukcyjnie samodzielną całość, w którym dopuszcza się wydzielenie nie więcej niż dwóch lokali mieszkalnych albo jednego lokalu mieszkalnego i lokalu użytkowego o powierzchni całkowitej nieprzekraczającej 30% powierzchni całkowitej budynku; 3) budowli – należy przez to rozumieć każdy obiekt budowlany niebędący budynkiem lub obiektem małej architektury, jak: obiekty liniowe, lotniska, mosty, wiadukty, estakady, tunele, przepusty, sieci techniczne, wolno stojące maszty antenowe, wolno stojące trwale związane z gruntem tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, budowle ziemne, obronne (fortyfikacje), ochronne, hydrotechniczne, zbiorniki, wolno stojące instalacje przemysłowe lub urządzenia techniczne, oczyszczalnie ścieków, składowiska odpadów, stacje uzdatniania wody, konstrukcje oporowe, nadziemne i podziemne przejścia dla pieszych, sieci uzbrojenia terenu, budowle sportowe, cmentarze, pomniki, a także części budowlane urządzeń technicznych (kotłów, pieców przemysłowych, elektrowni jądrowych, elektrowni wiatrowych i innych urządzeń) oraz fundamenty pod maszyny i urządzenia, jako odrębne pod względem technicznym części przedmiotów składających się na całość użytkową; 3a) obiekcie liniowym – należy przez to rozumieć obiekt budowlany, którego charakterystycznym parametrem jest długość, w szczególności droga wraz ze zjazdami, linia kolejowa, wodociąg, kanał, gazociąg, ciepłociąg, rurociąg, linia i trakcja elektroenergetyczna, linia kablowa nadziemna i, umieszczona bezpośrednio w ziemi, podziemna, wał przeciwpowodziowy oraz kanalizacja kablowa, przy czym kable w niej zainstalowane nie stanowią obiektu budowlanego lub jego części ani urządzenia budowlanego; 4) obiekcie małej architekturę – należy przez to rozumieć niewielkie obiekty, a w szczególności: a) kultu religijnego, jak: kapliczki, krzyże przydrożne, figury, 20.09.2018	

		©Kancelaria Sejmu s. 3/99 b) posągi, wodotryski i inne obiekty architektury ogrodowej, c) użytkowe służące rekreacji codziennej i utrzymaniu porządku, jak: piaskownice, huśtawki, drabinki, śmietniki; 5) tymczasowym obiekcie budowlanym – należy przez to rozumieć obiekt budowlany przeznaczony do czasowego użytkowania w okresie krótszym od jego trwałości technicznej, przewidziany do przeniesienia w inne miejsce lub rozbiórki, a także obiekt budowlany niepołączony trwale z gruntem, jak: strzelnice, kioski uliczne, pawilony sprzedaży ulicznej i wystawowe, przekrycia namiotowe i powłoki pneumatyczne, urządzenia rozrywkowe, barakowozy, obiekty kontenerowe; 6) budowie – należy przez to rozumieć wykonywanie obiektu budowlanego w określonym miejscu, a także odbudowę, rozbudowę, nadbudowę obiektu budowlanego; 7) robotach budowlanych – należy przez to rozumieć budowę, a także prace polegające na przebudowie, montażu, remoncie lub rozbiórce obiektu budowlanego; 7a) przebudowie – należy przez to rozumieć wykonywanie robót budowlanych, w wyniku których następuje zmiana parametrów użytkowych lub technicznych istniejącego obiektu budowlanego, z wyjątkiem charakterystycznych parametrów, jak: kubatura, powierzchnia zabudowy, wysokość, długość, szerokość bądź liczba kondygnacji; w przypadku dróg są dopuszczalne zmiany charakterystycznych parametrów w zakresie niewymagającym zmiany granic pasa drogowego; 8) remoncie – należy przez to rozumieć wykonywanie w istniejącym obiekcie budowlanym robót budowlanych polegających na odtworzeniu stanu pierwotnego, a niestanowiących bieżącej konserwacji, przy czym dopuszcza się stosowanie wyrobów budowlanych innych niż użyto w stanie pierwotnym; 9) urządzeniach budowlanych – należy przez to rozumieć urządzenia techniczne związane z obiektem budowlanym, zapewniające możliwość użytkowania obiektu zgodnie z jego przeznaczeniem, jak przyłącza i urządzenia instalacyjne, w tym służące oczyszczaniu lub gromadzeniu ścieków, a także przejazdy, ogrodzenia, place postojowe i place pod śmietniki; 10) terenie budowy – należy przez to rozumieć przestrzeń, w której prowadzone są roboty budowlane wraz z przestrzenią zajmowaną przez urządzenia zaplecza budowy; 20.09.2018 2) Wyciąg z projektu Ustawy Kodeks urbanistyczno-budowlany	

ZAŁ. 2

Projekt z dnia 23 listopada 2017 r.

U S T A W A

z dnia .....

Kodeks urbanistyczno-budowlany

KSIĘGA I

PRZEPISY OGÓLNE

Rozdział 1

Zakres przedmiotowy

Art. 1. Kodeks urbanistyczno-budowlany, zwany dalej „Kodeksem", normuje gospodarowanie przestrzenią, na które składa się:

1) planowanie przestrzenne;
2) przygotowanie terenu inwestycji oraz przygotowanie i realizacja inwestycji;
3) nabywanie praw do nieruchomości przeznaczonych na cele publiczne;
4) utrzymanie obiektów budowlanych;
5) postępowanie w przypadku katastrofy budowlanej oraz naruszenia przepisów Kodeksu.

Rozdział 2

Objaśnienie stosowanych pojęć i skrótów

Art. 2. Użyte w Kodeksie określenia oznaczają:

1) „akt planowania przestrzennego":
   a) lokalny akt planowania przestrzennego - studium rozwoju przestrzennego gminy, miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego, przepisy urbanistyczne oraz uchwała reklamowa,
   b) ponadlokalny akt planowania przestrzennego – ustalenia przestrzenne województwa, studium ramowe, plan lokalizacji oraz plan rezerwacji;
2) „budowa" - wykonywanie obiektu budowlanego na terenie inwestycji, rozbudowa, nadbudowa albo odbudowa obiektu budowlanego;
3) „budowla" - obiekt budowlany inny niż budynek, w szczególności obiekt małej architektury, obiekt liniowy, altanę, wiatę, obiekt hydrotechniczny, drogę startową, drogę kołowania, przepust, budowlę ziemną, konstrukcję oporową, fortyfikację,

		– 4 – b) której właściciel lub użytkownik wieczysty nie żyje i nie przeprowadzono lub nie zostało zakończone postępowanie spadkowe; 19) „nośnik reklamy" – przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi i zamocowaniami, w szczególności baner reklamowy, reklamę naklejaną na okna budynków, reklamę umieszczaną na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy i urządzenie techniczne służące projekcji reklamy, z wyłączeniem pojazdu, w tym lawety, oraz drobnych przedmiotów codziennego użytku wykorzystywanych zgodnie z ich przeznaczeniem; 20) „obiekt infrastrukturalny" - powiązaną z siecią inwestycję służącą do wytwarzania energii elektrycznej lub cieplnej, wydobycia, magazynowania lub uzdatniania wody, magazynowania pary wodnej, gazu, ropy naftowej, innych paliw, dwutlenku węgla, gromadzenia i oczyszczania ścieków i wód opadowych - z wyłączeniem urządzeń indywidualnych; obiektem infrastrukturalnym jest ponadto obiekt służący zagospodarowaniu odpadów; 21) „obiekt liniowy" - budowlę, której charakterystyczną cechą jest długość, w szczególności drogę publiczną, drogę wewnętrzną, linię kolejową, kanał, rów melioracyjny, gazociąg, rurociąg, linię elektroenergetyczną, trakcję elektryczną, wał przeciwpowodziowy oraz kanalizację kablową, wraz z urządzeniami budowlanymi; 22) „obiekt małej architektury" – niewielką budowlę o wysokości nie przekraczającej 6 metrów, związaną z kultem religijnym, kulturą, rekreacją lub utrzymaniem czystości, w szczególności: kapliczkę, krzyż, figurę, posąg, pomnik, rzeźbę, huśtawkę, drabinkę, piaskownicę, wodotrysk i inne obiekty architektury ogrodowej, śmietnik; 23) „obszar kształtowania krajobrazu" – obszar wymagający określenia zasad i warunków jego ochrony i kształtowania, ze względu na wartości przyrodnicze, kulturowe, historyczne, architektoniczne, urbanistyczne, ruralistyczne lub estetyczno-widokowe; 24) „obszar zabudowy śródmiejskiej" – obszar wyznaczony w studium, w obrębie strefy funkcjonalnej wielofunkcyjnego śródmieścia, cechujący się wysoką intensywnością istniejącej lub projektowanej zabudowy; 25) „odbudowa" - odtworzenie w dotychczasowym miejscu obiektu budowlanego kategorii 1-4, zniszczonego w wyniku katastrofy budowlanej; 26) „powierzchnia biologicznie czynna" – powierzchnię umożliwiającą naturalną wegetację roślin lub retencję wód opadowych oraz powierzchnię pokrytą wodami powierzchniowymi; 3) Odpis skrócony RIK (NR RIK39/95)	
	47.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W Dziale I - przepisy ogólne § 2. stanowiącym słownik do niniejszej uchwały widnieje następujący zapis: „obiektach ochrony konserwatorskiej — należy przez to rozumieć obiekty budowlane, obszary, zespoły budowlane i układy urbanistyczne wpisane do rejestru zabytków bądź ujęte w gminnej ewidencji zabytków, a także nieruchomości, na których znajdują się budynki wpisane do rejestru zabytków bądź ujęte w gminnej ewidencji zabytków, z wyłączeniem wpisów archeologicznych" Postulujemy rozwinięcie zapisu dotyczącego obiektów ochrony konserwatorskiej o tereny ochrony konserwatorskiej, tak aby zapis obejmował również obszary podlegające wg Ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz.U. 2018 poz. 2067) ochronie konserwatorskiej — są to m.in. parki kulturowe, pomniki historii, czy założenia pałacowo-ogrodowe, które również widnieją w rejestrze zabytków. Pominięcie tego rodzaju obiektów stanowi poważne uchybienie zagrażające tożsamości krajobrazu kulturowego Warszawy. Należy również zaznaczyć, że trwają prace nad wpisem układu RURALISTYCZNEGO dawnej wsi Wilanów i wilanowskiej nieruchomości ziemskiej. Toteż wskazane jest aby zapis obejmował nie tylko układy urbanistyczne ale również ruralistyczne. Muzeum proponuje zmianę zapisu na następujący: „obiektach i terenach ochrony konserwatorskiej - należy przez to rozumieć obiekty budowlane, obszary, zespoły budowlane i pałacowo-ogrodowe oraz układy urbanistyczne i ruralistyczne wpisane do rejestru	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Za zasadne uznano uwzględnienie we wskazanej definicji układu ruralistycznego jako potencjalnego statusu ochrony konserwatorskiej na terenie m.st. Warszawy. Za zasadne uznano również uwzględnienie w projekcie Uchwały specjalnego statusu danego obszaru, wynikającego z uchwały o ustanowieniu parku kulturowego, jednak z uwagi na odmienny charakter i sposób ustanawiania takiego dokumentu, będącego aktem prawa miejscowego, nie został on ujęty we wskazanej definicji. Za niezasadne uznano uwzględnienie w projekcie Uchwały obszarów uznanych za pomniki historii jako w ogromnym zakresie dublujących obowiązujące decyzje o wpisie poszczególnych obiektów do rejestru zabytków bądź gminnej ewidencji zabytków, przy czym podkreślić należy, że zgodnie z art. 15 ust. 1 Ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, za pomnik historii można uznać zabytek nieruchomy wpisany do rejestru lub park kulturowy.

		zabytków bądź ujęte w gminnej ewidencji zabytków, a także nieruchomości, na których znajdują się budynki wpisane do rejestru zabytków bądź ujęte w gminnej ewidencji zabytków, z wyłączeniem wpisów archeologicznych, jak również tereny objęte ochroną konserwatorską jak: parki kulturowe, pomniki historii, otoczenie zabytków wpisanych do rejestru zabytków, bądź też tereny objęte ochroną konserwatorską wynikłą z zapisów w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego". Załączniki: 1) Odpis skrócony RIK (NR RIK39/95)	
	47.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W załączniku graficznym nr 1 (Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych) do projektu uchwały wśród obiektów ochrony konserwatorskiej nie uwzględniono: - założenia pałacowo ogrodowego w Wilanowie wpisanego do rejestru zabytków (nr rejestru 639/1 z 1973 r.) - zał. 1, - Wilanowskiego Parku Kulturowego utworzonego uchwała Rady m. st. Warszawy nr XXXIV/819/2012 z dn. 29.03.2012 - zał. 2, - Pomnika historii: Warszawa- zespołu miasta z Traktem Królewskim i Wilanowem (uznany zarządzeniem Prezydenta RP z 8 września 1994 r. - Monitor Polski 1994 nr 50 poz. 412) - zał. 3 Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie wnioskuje o dorysowanie ww. obszarów na załączniku jako obiektów ochrony konserwatorskiej oraz uwzględnienie tego faktu w załączniku nr 1 do uchwały - Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. W załącznikach zostały przesłane dokumenty przedstawiające granice ww. obszarów. Załączniki: 1) Kserokopia Postanowienia MWKZ nr 373/08 z dn. 01.07.2008 MAZOWIECKI WOJEWÓDZKI KONSERWATOR ZABYTKÓW 00-013 WARSZAWA, UL. JAŚNA 10 MUZEUM PAŁAC w WILANOWIE wpłynęło ... 9.07.2008 poz. 1222 zał. ~ rps WD. 4164- 76/1/07 Warszawa, dnia 01.07.2008 r. **POSTANOWIENIE NR 373/08** Na podstawie przepisów art. 89 pkt. 2, art. 91 ust. 4 pkt. 3 i 4 ustawy z dnia 23 lipca 2003 roku o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. 2003 Nr 162, poz. 1568 - z póź. zm.) w trybie art. 113 § 2 KPA (tekst jednolity: Dz. U. z 2000r. Nr 98 poz. 1071 – z póź. zm.), na skutek żądania dyrektora Muzeum Pałac w Wilanowie w sprawie określenia granic terenu wpisanego do rejestru zabytków tj. założenia pałacowo ogrodowego w Wilanowie, położonego w Warszawie w dzielnicy Wilanów **Mazowiecki Wojewódzki Konserwator Zabytków w Warszawie** **postanawia** **wyjaśnić treść decyzji Konserwatora m. st. Warszawy wpisującej do rejestru zabytków „założenie pałacowo –ogrodowe w Wilanowie, ul. Wiertnicza 1" wydanej w styczniu 1973r. w następujący sposób: wpisem do rejestru zabytków objęty jest teren w granicach oznaczonych linią w kolorze zielonym na załączonej mapie będącej integralną częścią niniejszego postanowienia, obszar wpisany do rejestru zabytków stanowią: tereny działek ewidencyjnych o nr: 19, 20, 26 z obrębu 1-05-53; 17, 20, 21/2, 23, 24/1, 24/2, 25, 26/4, 27/4 z obrębu 1-05-52 oraz 32 - część z obrębu 1-05-46** **Uzasadnienie** Decyzją ze stycznia 1973r. Konserwator m. st. Warszawy, z uwagi na „wartość artystyczną, zabytkową i historyczną", wpisał do rejestru zabytków „założenie pałacowo- ogrodowe w Wilanowie, ul. Wiertnicza 1". Decyzja nie posiada załącznika graficznego precyzującego zakres ochrony konserwatorskiej. Pismem z dnia 11 marca 2004r. Pan Paweł Jaskanis - dyr. Muzeum Pałac w Wilanowie zwrócił się do Mazowieckiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków o określenie granic terenu wpisanego do rejestru zabytków. Zakres obszaru objętego niniejszym postępowaniem określono w zawiadomieniach z dnia 20 września oraz 13 grudnia 2007r. (tj. tereny działek ewidencyjnych o nr: 19, 20, 26 z obrębu 1-05-53 , 17, 20, 23, 24/1, 24/2, 25, 26/4, 27/4 z obrębu 1-05-52; 29/2, 29/3, 29/4, 29/5, 29/6, 29/7, 29/10, 29/12, 29/14, 29/15, 29/16, 29/17, 29/20, 29/28, 29/29, 29/32, oraz 29/1 - część, 32 - część z obrębu 1-05-46). W dniu 12 października 2007r. odbyła się komisja w przedmiotowej sprawie z udziałem stron i zainteresowanych. MWKZ zaznacza, iż obecnie niezwykle trudno jest dokonać analizy decyzji wydanej kilkadziesiąt lat temu tak lapidarnej w swej treści. Należy też podkreślić, iż wykładnia dokonywana w trybie art. 113 § 2 KPA nie może prowadzić do nowego rozstrzygnięcia ani do uzupełnienia poprzedniego, jak również nie może być oparta na	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Naprawiono błąd techniczny, jakim był brak umieszczenia na mapie obszaru wpisanego do rejestru zabytków jako założenie pałacowo-ogrodowe w Wilanowie. Za zasadne uznano również uwzględnienie w projekcie Uchwały specjalnego statusu obszaru Wilanowskiego Parku Kulturowego, wynikającego z uchwały o ustanowieniu parku kulturowego. Za niezasadne uznano uwzględnienie w projekcie Uchwały obszarów uznanych za pomniki historii jako w ogromnym zakresie dublujących obowiązujące decyzje o wpisie poszczególnych obiektów do rejestru zabytków bądź gminnej ewidencji zabytków, przy czym podkreślić należy, że zgodnie z art. 15 ust. 1 Ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, za pomnik historii można uznać zabytek nieruchomy wpisany do rejestru lub park kulturowy.

nowych dowodach i ustaleniach. Innymi słowy treść postanowienia wyjaśniającego nie może rodzić wątpliwości co do tego czy MWKZ doprecyzował granice ochrony konserwatorskiej, czy też je rozszerzył.

Zgodnie z powyższym MWKZ, rozważając granice wpisu do rejestru zabytków założenia pałacowo -ogrodowego, nie uwzględnił opracowań powstałych w okresie dużo późniejszym od daty wydania wyjaśnianej decyzji. Są nimi: *Ewidencja założenia pałacowo – ogrodowego w Wilanowie* (mgr inż. W. Dudek, mgr J. Zawadzka – Roman, Warszawa 1988), *Wilanów- wyznaczenie granic ochrony konserwatorskiej* (mgr. Inż. A. Marconi-Betka, Warszawa 2004), *Opinie dotycząca postulowanych granic wpisu założenia wilanowskiego do rejestru zabytków* (mgr inż. D. Sikora, mgr A. Hanaka, Warszawa 2006), wyciągi z nieobowiązujących, aktualnych bądź projektowanych ustaleń prawa miejscowego (Miejscowy Plan Zagospodarowania Przestrzennego, Studium uwarunkowań i kierunków rozwoju przestrzennego, Warszawski Obszar Chronionego Krajobrazu itp.).

Analizowaną grupę dokumentów stanowią natomiast: pismo Kuratora Muzeum w Wilanowie skierowane do ówczesnego Konserwatora m.st. Warszawy - mgr inż. arch. M. Kuźmy (mgr. Wojciech Fijałkowski – Kurator Muzeum w Wilanowie, 11 listopada 1972); plan sytuacyjny przygotowany przez ww. instytucję, stanowiący załącznik do pisma z dnia 6 kwietnia 1970r. przedstawiający położenie poszczególnych zabytkowych budowli pozostających w zarządzie Muzeum (ówczesny adres: ul. Wiertnicza 1, pisma przewodniego nie odnaleziono), wraz z oznaczeniem obszaru ich występowania, oraz decyzja o wpisie do rejestru zabytków założenia pałacowo-ogrodowego w Wilanowie (styczeń 1973). Zgodnie z przyjętą ówcześnie praktyką poszczególne egzemplarze decyzji o wpisaniu do rejestru zabytków wysłano do: Prezydium Rady Narodowej m. st. Warszawy (organ wykonawczy i zarządzający Stołecznej Rady mającej uprawnienia wojewódzkiej rady narodowej), Ministerstwa Kultury i Sztuki oraz instytucji bezpośrednio użytkującej tenże teren tj. Muzeum w Wilanowie (Oddział Muzeum Narodowego w Warszawie).

Pismem z dnia 19 maja 2008r. Pan P. Jaskanis ustosunkował się do treści zebranych dowodów. W jego ocenie ustalenie granic oznaczonych na planie sytuacyjnym z 1970r. z granicami zespołu pałacowo – ogrodowego jest niewłaściwe, gdyż oznaczałoby uszczuplenie obszaru do ówcześnie przyjętej „strefy zabytków grupy 0", administrowanych przez muzeum, nie zaś wskazanie rzeczywistych granic założenia. Zdaniem strony na prawidłowy zakres terenu wskazuje natomiast ilustracja zamieszczona w publikacji autorstwa W. Fijałkowskiego pt. „Wilanów" obrazująca granice „strefy zabytkowej" (tj. założenia pałacowo –parkowego) obejmującej również przedpole pałacowe, aż po dzisiejszą ulicę Przyczółkową (Warszawa 1973, s. 243).

Wymienione materiały wskazują w jakim obszarze był postrzegany ogród wilanowski w chwili wydania decyzji tj. w 1973r. Reasumując, ochroną konserwatorską objęto ówcześnie obszar zawierający wszystkie elementy składowe założenia tj. pałac i ogród, w granicach opisanych w sentencji niniejszego postanowienia oraz oznaczonych na załączniku graficznym. Decyduje to wyłączeniu terenów d. wsi Wilanów (w części dotychczas niezagospodarowanej bądź nie przekształconej w nieodwracalny sposób – obszar dz. ew. nr 29/2, 29/3, 29/4, 29/5, 29/6, 29/7, 29/10, 29/12, 29/14, 29/15, 29/16, 29/17, 29/20, 29/28, 29/29, 29/32, oraz 29/1 – część z obrębu 1-05-46) wskazywanych do ochrony w ramach założenia pałacowo-ogrodowego we współczesnych opracowaniach, a w istocie stanowiących odrębny składnik układu urbanistycznego Wilanowa, objętego ochroną prawną na mocy decyzji o wpisaniu do rejestru zabytków z lipca 1965r (granice wieloprzestrzennego założenia Wilanowskiego zostały sprecyzowane postanowieniem MWKZ nr 937/2006 z dnia 6 października 2006r.). Zgodnie bowiem z definicją zawartą w art. 3 pkt. 12 ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami historyczny układ urbanistyczny lub ruralistyczny to przestrzenne założenie miejskie lub wiejskie, zawierające zespoły budowlane,

pojedyncze budynki i formy zaprojektowanej zieleni, rozmieszczone w układzie historycznych podziałów własnościowych i funkcjonalnych, w tym ulic lub sieci dróg.

MWKZ dodaje, iż obecne ustalenie zasięgu chronionego obszaru tj. założenia pałacowo –ogrodowego w oparciu o granice działek ewidencyjnych ma zasadnicze znaczenie dla jednoznacznego i precyzyjnego określenia przedmiotu ochrony konserwatorskiej.

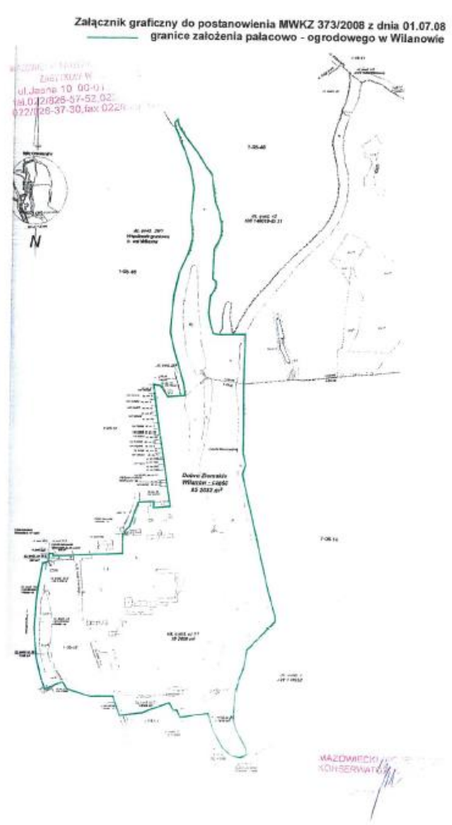
Zgodnie z art. 113 § 2 KPA organ, który wydał decyzję, wyjaśnia w drodze postanowienia na żądanie organu egzekucyjnego lub strony wątpliwości, co do treści decyzji.

Wobec powyższego postanowiono jak w sentencji.

Na niniejsze postanowienie służy zażalenie do Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, składane za pośrednictwem MWKZ, w terminie 7 dni od daty doręczenia.

MAZOWIECKI WOJEWÓDZKI
KONSERWATOR ZABYTKÓW
Barbara Wiśniewska

OTRZYMUJE:
1. Muzeum Pałac w Wilanowie
ul. Stanisława Kostki Potockiego 10/16, 02-958 Warszawa
2. Urząd m .st. Warszawy
Biuro Gospodarki Nieruchomościami
Pl. Starynkiewicza 7/9, Warszawa
3. Wojewódzki Zarząd Melioracji i Urządzeń Wodnych
Oddział w Warszawie
ul. Książęca 8, 02- 556 Warszawa
4. Zarząd Dróg Miejskich
ul. Chmielna 120, Warszawa
5. ZKWUOZ a/a
DO WIADOMOŚCI:
6. Wspólnota Gruntowa Wsi Wilanów
ul. Bledniok 68, Warszawa
7. Tomasz Świcki
ul. Zaolziańska 5 m 27, Warszawa
8. Burmistrz dzielnicy Wilanów
ul. Stanisława Kostki Potockiego 11, 02-958 Warszawa
9. Mazowiecki Urząd Wojewódzki
Pl. Bankowy 3/5, Warszawa
10. Biuro Architektury i Planowania Przestrzennego
Pl. Defilad 1, 00-901 Warszawa
11. Biuro Stołecznego Konserwatora Zabytków
ul. Foksal 11, 00-075 Warszawa
12. Wojewódzki Konserwator Przyrody
Pl. Bankowy 3/5, 00-950 Warszawa
13. STOEN S.A
ul. Wybrzeże Kościuszkowskie 41, 00-347 Warszawa
14. Krajowy Ośrodek Badań i Dokumentacji Zabytków
ul. Szwoleżerów 9, 00-911 Warszawa
15. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego – Departament Ochrony Zabytków
ul. Książęca 13, 02-956 Warszawa

		 2) Kserokopia uchwała nr XXXIV/819/2012 Rady Miasta Stołecznego Warszawy z dnia 29 marca 2012 r.	

DZIENNIK URZĘDOWY
WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

Warszawa, dnia 23 kwietnia 2012 r.

Poz. 3566

Elektronicznie podpisany przez:
2012.04.23 14:52:14
ARTUR CZABAN

UCHWAŁA Nr XXXIV/819/2012

RADY MIASTA STOŁECZNEGO WARSZAWY

z dnia 29 marca 2012 r.

w sprawie utworzenia parku kulturowego pod nazwą „Wilanowski Park Kulturowy".

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990r. o samorządzie gminnym (Dz.U. z 2001r. Nr 142, poz. 1591 z późn. zm.[1]), art. 16 ust. 1 i 2 i art. 17 ust. 1 ustawy z dnia 23 lipca 2003r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz.U. Nr 162, poz. 1568 z późn. zm.[2]) uchwala się, co następuje:

§ 1.1. Tworzy się park kulturowy pod nazwą „Wilanowski Park Kulturowy", zwany dalej „Parkiem Kulturowym" w celu ochrony krajobrazu kulturowego oraz zachowania wyróżniających się krajobrazowo terenów Dzielnicy Wilanów m.st. Warszawy i Dzielnicy Ursynów m.st. Warszawy, z zespołami pałacowo-parkowymi w Wilanowie z Morysinem, Ursynowie, Natolinie i Gucin Gaju wraz z ich otoczeniem oraz w celu zintegrowania zarządzania ich ochroną i udostępnianiem.

2. Granice Parku Kulturowego określa Załącznik nr 1 do uchwały.

3. Opis granic Parku Kulturowego zawiera Załącznik nr 2 do uchwały.

§ 2.1. Na terenie Parku Kulturowego określa się następujące zakazy i ograniczenia:

1) zakazuje się prowadzenia działalności przemysłowej i hodowlanej, z wyłączeniem hodowli drobnego inwentarza w gospodarstwach domowych oraz hodowli koni;

2) zakazuje się lokalizacji nowych ogrodów działkowych;

3) ogranicza się dopuszczalność umieszczania przy ciągach komunikacyjnych tablic, napisów, ogłoszeń reklamowych i innych znaków do oznakowań związanych z ochroną i udostępnianiem Parku Kulturowego oraz oznaczeń Systemu Informacji Miejskiej, z wyjątkiem znaków drogowych i znaków związanych z ochroną porządku i bezpieczeństwa publicznego;

4) ogranicza się dopuszczalność składowania odpadów komunalnych, do zagospodarowanych zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów aktów prawa miejscowego dotyczących utrzymania czystości i porządku na terenie miasta stołecznego Warszawy; z odpadami innymi niż komunalne, wytworzonymi na terenie Parku Kulturowego, należy postępować zgodnie z przepisami z zakresu gospodarki odpadami;

5) zakazuje się działalności gospodarczej polegającej na zbieraniu, odzysku i unieszkodliwiania odpadów na terenie Parku Kulturowego.

§ 3.1. Sposób ochrony Parku Kulturowego, w tym szczegółowe wskazania co do treści miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego dla terenów Parku Kulturowego, zostanie określony w planie ochrony Parku Kulturowego, który zostanie zatwierdzony przez Radę m.st. Warszawy odrębną uchwałą.

2. Zobowiązuje się Prezydenta m.st. Warszawy do sporządzenia planu ochrony Parku Kulturowego w terminie roku od dnia podjęcia niniejszej uchwały.

Załącznik nr 1 do Uchwały nr XXXIV/819/2012
Rady Miasta Stołecznego Warszawy
z dnia 29 marca 2012 r.



		  Załącznik nr 2 do Uchwały Nr XXXIV/819/2012 Rady m.st. Warszawy z dnia 29 marca 2012r. OPIS GRANIC PARKU KULTUROWEGO 1. Obszar objęty granicami Parku Kulturowego wynosi ok. 1450ha, a długość tych granic wynosi ok. 21km. Dla ich łatwej identyfikacji zostały one poprowadzone głównie wzdłuż czytelnych w terenie elementów zagospodarowania przestrzennego takich jak ulice, drogi i cieki wodne, po granicach ich wydzieleń geodezyjnych. W przypadku poprowadzenia tych granic wzdłuż przebiegu istotnych dla zagospodarowania przestrzennego Parku ulic i dróg wprowadzono w jego obszar Parku całe powierzchnie wydzieleń, związanych z tymi ulicami i drogami. W obszarach Parku, gdzie przeprowadzenie granic w taki sposób jak to opisano było niemożliwe - zostały one wyznaczone po istniejących podziałach geodezyjnych. 2. Granice Parku w ich północnym przebiegu rozpoczynają się od ich północno – zachodniego narożnika u zbiegu Al. Wilanowskiej z ul. Dolina Służewiecka, skąd dalej ul. Na Grobli (po północno-wschodniej granicy obrębu 11005) poprowadzone są w kierunku wschodnim ul. Arbuzową (po północnej granicy obrębu 11014) i dalej północnym skrajem Al. Wilanowskiej (biegnąc po północnych granicach działek obrębu 10547 o n-rach: 48/7 -48/9, 48/21, 48/22, 48/3, 48/11, 48/12, 48/14 – 48/18). Następnie skręcają lekko na północny wschód i przechodzą ul. Obornicką (po północnej granicy obrębu 10550), przecinając ul. Wiertniczą (po północnej granicy obrębu 10551) dochodzą do ul. Biedronki (po zachodniej granicy obrębu 10546). Następnie skręcają w ul. Łuczniczą (po zachodniej granicy obrębu 10546), przechodzą wzdłuż ul. Trójpolowej (po północnej granicy obrębu 10546). Po dojściu ul. Trójpolowej do brzegu Kanału Sobieskiego granice biegną jego skrajem przez ok. 100 m (dzieląc obręb 10611 i opierając się o zachodnią granicę działki nr 10), by dalej skręcić ku wschodowi wzdłuż drogi gruntowej, biegnącej na południe od kompleksu zabudowy osiedla „Ogrody Wilanowskie" (po północnych granicach działek o numerach 10, 11/1, 12/1, 14, 13/3, 13/4). 3. Wschodni przebieg granic Parku określa ul. Syta (po wschodniej granicy obrębów 10611, 10613, 10617), obejmują one ponadto tereny dawnego folwarku Zawady (po północnej, wschodniej i południowej granicy obrębu 10622),biegnąc wzdłuż ulic Zaściankowej i Łokciowej. Dalej na południe poprowadzone są wzdłuż ul. Sytej (po wschodniej granicy obrębu 10630) i po ominięciu skrzyżowania z ul. Metryczną skręcają ku zachodowi w kierunku koryta Wilanówki. 4. Południowy przebieg granic Parku poprowadzony został w części po drodze polnej, prowadzącej do Wilanówki (przebieg ten ustalają granice pomiędzy obrębem 10630 a obrębami 10648, 10647, 10646). Po przekroczeniu koryta tej rzeki granice skręcają na północ wzdłuż ul. Ruczaj i po ok. 600 m skręcają w kierunku zachodnim, opierając się o drogę gruntową, biegnąca w linii prostej do ul. Przyczółkowej (po południowej granicy obrębów 10638, 10637, 10636). Dalej są poprowadzone na południe po zachodniej stronie ul. Przyczółkowej (idąc północną granicą działki nr 28/1 i po zachodnich granicach działek o numerach 28/1 - 28/15 w obrębie 10640). Następnie granice skręcają ku zachodowi (opierając się o południową granicę obrębu 10640) i potem poniżej Lasu Natolińskiego na południe (opierając się na wschodnich granicach obrębów 10654, 10655, 10666). Dalej poprowadzono je na zachód (po północnej granicy działek o n-rach 1/1 w obrębie 10666 i 99 w obrębie 11119) w pobliże pętli autobusowej, zlokalizowanej przy ul. Gąsek, w rejonie ul Podgrzybków i po przecięciu granicy administracyjnej dzielnicy Ursynów do ul. Relaksowej. 5. Zachodni przebieg granic Parku związany jest z przebiegiem ulic Relaksowej, Jana Rosoła, Nowoursynowskiej i poprowadzony został zachodnim skrajem tych ulic oraz wschodnim skrajem ulicy Kiedacza i północnym skrajem ulicy Ciszewskiego. Dalej zachodnim skrajem ulicy Nowoursynowskiej do ulicy Dolina Służewiecka i dalej wschodnim skrajem do jej zbiegu z Al. Wilanowską. 3) Kserokopia Monitor Polski 1994 nr 50 poz. 423	

423

ZARZĄDZENIE PREZYDENTA RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

z dnia 8 września 1994 r.

w sprawie uznania za pomnik historii.

Na podstawie art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 15 lutego 1962 r. o ochronie dóbr kultury i o muzeach (Dz. U. Nr 10, poz. 48, z 1983 r. Nr 38, poz. 173, z 1989 r. Nr 35, poz. 192 oraz z 1990 r. Nr 34, poz. 198 i Nr 56, poz. 322) zarządza się, co następuje:

§ 1. Uznaje się za pomnik historii „Warszawę — historyczny zespół miasta z traktem królewskim i Wilanowem".

§ 2. Celem ochrony pomnika historii wymienionego w § 1 jest zachowanie, ze względu na wartości historyczne, artystyczne i autentyczność historycznego układu urbanistycznego oraz wartości niematerialne jako ośrodka władzy politycznej i administracyjnej Kraju od XVI wieku, bogactwa rozwiązań architektonicznych, sztuki ogrodowej, rzeźby i rzemiosła artystycznego.

§ 3. 1. Granica zespołu zabytkowego „Warszawa — historyczny zespół miasta z traktem królewskim" obejmuje historyczny zespół miasta z traktem królewskim i przebiega od Cytadeli Wybrzeżem Gdańskim, Mostem Gdańskim i zachodnim brzegiem Wisły wzdłuż Wybrzeża Gdańskiego, przecina Most Śląsko-Dąbrowski i dalej ul. Bednarską z włączeniem ulicy, Browarną, Obożną, Dynasy z włączeniem tych ulic, Cichą, Tamką, Kruczkowskiego, Rozbrat, Górnośląską, Hoene-Wrońskiego z włączeniem tych ulic, pod Al. Armii Ludowej (pod Trasą Łazienkowską), aleją w Parku Agrykola do Kanału Piaseczyńskiego, ul. Kusocińskiego z włączeniem ulicy, ulicami: Czerniakowską, Szwoleżerów, 29 Listopada, wschodnią granicą Parku Łazienkowskiego do Podchorążych, dalej ulicami: Gagarina, Parkową, Belwederską z włączeniem ulicy, placem Na Rozdrożu z włączeniem placu, Al. Ujazdowskimi z włączeniem zabudowy po stronie zachodniej, przecina ul. Wilczą i dalej Mokotowską do pl. Trzech Krzyży z włączeniem północnej części zabudowy placu i dalej Nowym Światem z włączeniem zabudowy po zachodniej stronie ulicy, Świętokrzyską, Czackiego z włączeniem zachodniej części zabudowy, przedłużeniem Czackiego po wschodniej stronie hotelu Victoria, dalej Królewską, Marszałkowską obejmując pałac Lubomirskich i skwer, ul. Przechodnią, Elektoralną i pl. Bankowym włączając zachodnią zabudowę placu, przecina Al. Solidarności obejmując skwer i pałac Mostowskich i dalej ulicami: Nowolipki do Andersa, Świętojerską, Kozią, Fondamińskiego, Konwiktorską, Zakroczymską pod ulicą Słomińskiego i obejmuje Cytadelę z terenami zielonymi wokół murów i park od północnej strony Cytadeli.

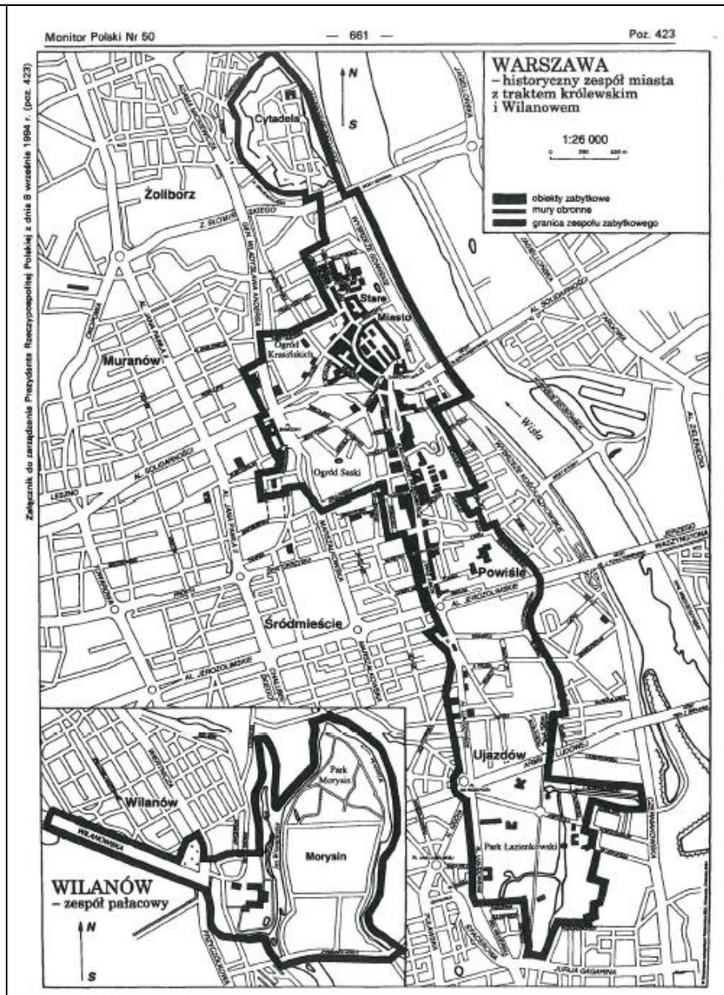
2. Granica zespołu zabytkowego „Wilanów — zespół pałacowy" obejmuje Zespół Pałacowy i Park Morysin i przebiega rzeką Wilanówką włączając rzekę, ul. Vogla włączając ulicę, Jeziorem Wilanowskim włączając jezioro, ciekiem do ul. Przyczółkowskiej, Al. Wilanowską do ul. Sobieskiego i z powrotem Al. Wilanowską do cmentarza włączając cmentarz, przecina ul. Wiertniczą, dalej ul. Janczarów do ul. Biedronki i do brzegu Jeziora Wilanowskiego włączając jezioro i zachodnią stronę cieku łączącego Jezioro Wilanowskie z rzeką Wilanówką.

3. Mapa „Warszawy — historycznego zespołu miasta z traktem królewskim i Wilanowem" stanowi załącznik do zarządzenia.

§ 4. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem ogłoszenia.

Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej:
L. Wałęsa

Minister Kultury i Sztuki:
K. Dejmek



4) Odpis skrócony RIK (NR RIK39/95)

	47.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W załączniku graficznym nr 2 (Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych) do projektu uchwały wśród obiektów ochrony konserwatorskiej nie uwzględniono: - założenia pałacowo ogrodowego w Wilanowie wpisanego do rejestru zabytków (nr rejestru 639/1 z 1973 r.) - zał. 1, - Wilanowskiego Parku Kulturowego utworzonego uchwała Rady m. st. Warszawy nr XXXIV/819/2012 z dn. 29.03.2012 - zał. 2, - Pomnika historii: Warszawa- zespołu miasta z Traktem Królewskim i Wilanowem (uznany zarządzeniem Prezydenta RP z 8 września 1994 r. - Monitor Polski 1994 nr 50 poz. 412) - zał. 3 Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie wnioskuje o dorysowanie ww. obszarów na załączniku jako obiektów ochrony konserwatorskiej oraz uwzględnienie tego faktu w załączniku nr 1 do uchwały - Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. W załącznikach zostały przesłane dokumenty przedstawiające granice ww. obszarów. Załączniki (*jak w uwadze 49.4.*): 1. Kserokopia Postanowienia MWKZ nr 373/08 z dn. 01.07.2008	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Naprawiono błąd techniczny, jakim był brak umieszczenia na mapie obszaru wpisanego do rejestru zabytków jako założenie pałacowo-ogrodowe w Wilanowie. Za zasadne uznano również uwzględnienie w projekcie Uchwały specjalnego statusu obszaru Wilanowskiego Parku Kulturowego, wynikającego z uchwały o ustanowieniu parku kulturowego. Za niezasadne uznano uwzględnienie w projekcie Uchwały obszarów uznanych za pomniki historii jako w ogromnym zakresie dublujących obowiązujące decyzje o wpisie poszczególnych obiektów do rejestru zabytków bądź gminnej ewidencji zabytków, przy czym podkreślić należy, że zgodnie z art. 15 ust. 1 Ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, za pomnik historii można uznać zabytek nieruchomy wpisany do rejestru lub park kulturowy.

		2. Kserokopia uchwała nr XXXIV/819/2012 Rady Miasta Stołecznego Warszawy z dnia 29 marca 2012 r. 3. Kserokopia Monitor Polski 1994 nr 50 poz. 423 **4.** Odpis skrócony RIK (NR RIK39/95)	
CASTORAMA Polska Sp. z o.o. CASTIM Sp. z o.o.	**48.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wnoszę o dopuszczenie sytuowania na obiektach małej architektury, takich jak wiaty na wózki sklepowe lub wiaty na rowery, jeżeli są one usytuowane w obszarze C, na nieruchomości, na której znajduje się obiekt handlowo-usługowy o powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 rn^2, szyldów naklejkowych o powierzchni nie przekraczającej 1/2 (względnie 1/3) ściany (powierzchni) bocznej, na której szyld jest umieszczony.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana zmiana nie rodzi negatywnych skutków dla ładu przestrzennego pod warunkiem większego ograniczenia powierzchni szyldów.
	48.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 3) Uchwały w zw. z § 7 ust. 1 pkt 2 ppkt e) Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o wprowadzenie do Uchwały dodatkowego postanowienia, na podstawie którego dopuszczone zostałoby umieszczenie dodatkowo na nieruchomości przez jeden podmiot prowadzący na niej działalność dwóch wolnostojących szyldów, na których umieszczone byłyby informacje przedstawiające kierunek wjazdu na nieruchomość, zjazdu z nieruchomości, kierunek dojazdu do strefy dostaw, parkingu itp. (np. napis „Castorama dziękujemy" „wyjazd" i strzałka (znak graficzny)), przy czym 1) zapis ten dotyczyłby tylko szyldów dotyczących działalności prowadzonej w obiektach handlowych o łącznej powierzchni sprzedaży powyżej 1.000 m^2 usytuowanych w obszarze C) oraz 2) łącznie na jednej nieruchomości mogłyby zostać umieszczone maksymalnie dwa szyldy tego rodzaju (bez względu na liczbę podmiotów prowadzących działalność na tej nieruchomości).	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowaną zmianę uznano za uzasadnioną w zakresie wolnostojących szyldów kierunkowych o ograniczonym rozmiarze. Należy jednocześnie podkreślić, że znaki kierunkowe pozbawione elementów promocji poszczególnych podmiotów gospodarczych (np. sam napis „wyjazd") nie są objęte kompetencjami regulacyjnymi Uchwały.
	48.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 1 pkt 10 ppkt a) tiret pierwsze Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o dopuszczenie sytuowania na dowolnym fragmencie elewacji, w sposób nieprzesłaniający otworów okiennych i drzwiowych, w strefie parteru na obiektach handlowo-usługowych o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m, usytuowanych w obszarze C, o powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 rn^2, szyldów tablicowych (także innych niż ażurowe lub kasetonowe), niewystających poza obrys elewacji, o wysokości przekraczającej 1/3 wysokości elewacji i o powierzchni przekraczającej 3 m^2, jeżeli jednocześnie: 1) wszystkie reklamy umieszczone każdorazowo na tablicach szyldowych tego rodzaju zostaną zaprojektowane i wykonane według jednej i spójnej pod względem kolorystyki koncepcji i będą odnosić się do jednego rodzaju działalności, 2) maksymalna powierzchnia każdej tablicy szyldowej nie przekroczy 5% powierzchni elewacji, na której tablica jest umieszczona.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie negatywnie odbijałoby się na kompozycji elewacji, w uwadze nie wyjaśniono również, jakie argumenty natury funkcjonalnej przemawiają za jego dopuszczeniem. Należy również zaznaczyć, że brak jest możliwości wiążącego ustalenia w Uchwale kwestii ocennych, tj. spójności i jednolitości koncepcji projektowej.
	48.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 2 pkt 10 ppkt a) tiret drugie Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o dopuszczenie sytuowania na dowolnym fragmencie elewacji, w sposób nieprzesłaniający otworów okiennych i drzwiowych, poza strefą parteru na obiektach użyteczności publicznej będących obiektami handlowo-usługowymi, o wysokości większej lub równej 6 m i mniejszej niż 12 m, usytuowanych w obszarze C, o powierzchni sprzedaży od 1.000 m^2 do 30.000 m^2, na fragmencie elewacji, na którym nie ma otworów okiennych, szyldów tablicowych (także innych niż ażurowe lub kasetonowe) niewystających poza obrys elewacji, o wysokości przekraczającej 1/3 wysokości elewacji, lecz nie większej niż 4 m, jeżeli jednocześnie: 1) wszystkie reklamy umieszczone każdorazowo na tablicach szyldowych tego rodzaju zostaną zaprojektowane i wykonane według jednej i spójnej pod względem kolorystyki koncepcji i będą odnosić się do jednego rodzaju działalności, 2) maksymalna powierzchnia każdej tablicy szyldowej nie przekroczy 20% powierzchni elewacji, na której tablica jest umieszczona.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie negatywnie odbijałoby się na kompozycji elewacji, w uwadze nie wyjaśniono również, jakie argumenty natury funkcjonalnej przemawiają za jego dopuszczeniem. Należy również zaznaczyć, że brak jest możliwości wiążącego ustalenia w Uchwale kwestii ocennych, tj. spójności i jednolitości koncepcji projektowej.

	48.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 7 ust. 1 Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o dopuszczenie szyldów w formie wolnostojącej usytuowanych na nieruchomości położonej w obszarze C, na której znajduje się obiekt handlowo-usługowy o powierzchni sprzedaży powyżej 1.000 m^2, dotyczących działalności polegającej na krótkoterminowym najmie pojazdów przeznaczonym głównie dla klientów tego obiektu handlowo-usługowego, przy czym takie szyldy mogłyby być usytuowane wyłącznie na parkingu obsługującym obiekt handlowo-usługowy, na miejscach postojowych, na których parkowane są pojazdy będące przedmiotem najmu, przy czym wnoszę, aby takie szyldy mogły mieć postać sytuowanych na słupku tablic reklamowych, maksymalna wysokość słupka mogła wynosić 2 m, a tablica reklamowa mogła mieć maksymalną wysokość 1 m, a szerokość tablicy nie mogła przekraczać 1/3 wysokości.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Najem pojazdów należy uznać za oddzielną działalność od prowadzenia sprzedaży w budynku handlowo-usługowym, a zatem szyld jej dotyczący będzie mógł być sytuowany zgodnie z przepisami § 7 ust. 1 niezależnie od wolnostojącego szyldu operatora budynku handlowo-usługowego. W związku z powyższym, ujednoznaczniono redakcję § 7 ust. 1, podkreślając jego oddzielne zastosowanie do każdego podmiotu działającego na nieruchomości.
	48.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 7 ust. 2 pkt 5) ppkt b) Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o zwiększenie dopuszczalnych rozmiarów szyldów w formie wolnostojącej usytuowanych w obszarze C dotyczących działalności obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 rn^2 ale mniejszej niż 30.000 m^2, tak, aby dopuszczone zostały szyldy o wysokości maksymalnie 20 m (nie ma podstaw do różnicowania sytuacji obiektów handlowych opisanych w § 7 ust. 2 pkt 5) ppkt b) i c), jeżeli są zlokalizowane w obszarze C) i o szerokości nie większej niż 40% wysokości, przy czym maksymalnie na danej nieruchomości mogłyby być umieszczone maksymalnie dwa szyldy tego rodzaju bez względu na liczbę podmiotów prowadzących działalność na tej nieruchomości.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozróżnienie między obiektami handlowymi o różnej skali jest głęboko uzasadnione – typologia przestrzenna, zasięg funkcjonalny i ranga architektoniczna obiektów, takich jak samoobsługowe dyskonty spożywcze, są zupełnie odmienne od obiektów takich, jak galerie handlowe. Możliwość akcentowania prowadzenia działalności za pomocą wysokiego pylonu stanowi szczególne rozwiązanie, które powinno być zarezerwowane dla wąskiej grupy obiektów o odpowiedniej randze funkcjonalno-przestrzennej. Za zasadny uznano jednak postulat zwiększenia szerokości urządzenia w celu uzyskania odpowiedniej skali powierzchni ekspozycyjnej szyldu; przepis rozbudowano o uzależnione od wysokości urządzenia ograniczenie limitu powierzchni ekspozycyjnej, które pozwoli na jej opracowanie m.in. w formie potrójnej tablicy o szerokości równej 40% wysokości urządzenia.
	48.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 7 ust. 2 pkt 8) ppkt b) Uchwały **Treść uwagi:** Wnoszę o zmianę § 7 ust. 2 pkt 8) ppkt b) Uchwały, w ten sposób, aby w obszarze C (z wyłączeniem obiektów ochrony konserwatorskiej), na nieruchomości, na której znajduje się budynek użyteczności publicznej o powierzchni użytkowej powyżej 1.000 m^2, dopuszczalne było sytuowanie maksymalnie jednego dodatkowego szyldu w formie wolnostojącej przy czym maksymalna wysokość konstrukcji (na przykład w formie trzech filarów) takiego szyldu mogłaby wynosić maksymalnie 25 metrów, a na takiej konstrukcji, umieszczone mogłoby być maksymalnie do 3 szyldów (w tym kasetonowych lub w formie ażurowej) o wymiarach nie przekraczających 13 metrów szerokości i 2 metrów wysokości. W przypadku, gdyby uwaga nie mogła być uwzględniona w tym brzmieniu, wnoszę o dopuszczenie tego rodzaju szyldów, jeżeli zostały one wybudowane na podstawie decyzji o pozwoleniu na budowę lub zgłoszenia robót budowlanych, które stały się ostateczne przed dniem wejścia w życie Uchwały. Powyższa uwaga ma na celu dopuszczenie pozostawienia szyldów w formie pylonu (totemu) w takiej formie jak przedstawiony na załączonym zdjęciu (pylon przy obiekcie Castorama przy ul. Popularnej). Pylon reklamowy przy obiekcie handlowym Castorama przy ul. Popularnej w Warszawie:	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały w szczególnych przypadkach dopuszcza funkcjonowania szyldów o wysokości 20 m, które stanowią obiekt o znacznej skali, istotnie wpływający na krajobraz otoczenia; dalsza liberalizacja tego limitu byłaby niezgodna z wymogami ładu przestrzennego. Jednocześnie należy wskazać, że regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia,

			uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
Lewant Sp. z o.o.	**49.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 4 **Treść uwagi:** Proszę napisać to samo po polsku (logicznie) np. „…na którą składają się pozbawione tła elementy takie jak: napis, symbol lub kompozycja graficzna, które nie mają…” To nie powinien być „rzut poziomy”, tylko „kład pionowy”. Rzut poziomy to obrys przedmiotu na powierzchni poziomej patrząc z góry.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały błędnie stosował pojęcia rzutu poziomego i pionowego w definicji pojęcia formy ażurowej w § 2 oraz w regulacji sposobu pomiaru odległości w § 3. Nie znaleziono jednak uzasadnienia dla wprowadzania do tekstu uchwały pojęcia kładu, którego znaczenie jest bliskie pojęciu przekroju.
	49.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 10 **Treść uwagi:** Dot. definicji muralu. Proponuję inną definicję: „należy przez to rozumieć ekspozycję reklamową w postaci powłoki malarskiej, wykonanej na budynku (ścianie, dachu) lub na budowli. Komentarz: do obecnej definicji. Mural bywa nie tylko na elewacji frontowej, czasem (najczęściej) na ścianie szczytowej (to nie jest elewacja w powszechnym rozumieniu tego słowa) albo dachu. Ponadto budowla może nie mieć ścian, tylko powierzchnie konstrukcyjne, co należy uwzględnić w definicji. Nie należy powłoki malarskiej nazywać urządzeniem lub tablicą, bo brak tu elementów konstrukcyjnych i zamocowań (definicja ustawowa tablicy reklamowej nie jest dobra, ale nie pogłębiajmy chaosu nowo mową). Wniosek kolejny to, że murali uchwała nie powinna obejmować, bo nie mieszczą się w ustawowej definicji tablicy reklamowej, ale jeśli mamy je objąć to właściwie definiujmy by nie było wątpliwości.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niemożliwa do uwzględnienia. Każdy mural, spełniający definicję reklamy z art. 2 pkt 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, z mocy art. 2 pkt 16b i 16c musi stanowić albo tablicę reklamową albo urządzenie reklamowe. Tym samym nie jest możliwe zakwalifikowanie muralu do innej grupy nośników reklamowych bądź uznanie, że ten typ nośnika reklamowego nie może być regulowany Uchwałą. Z punktu widzenia ładu przestrzennego nie jest pożądane dopuszczenie sytuowania murali na dachach. Definicja muralu, zawarta w projekcie Uchwały, nie wykorzystuje pojęcia ściany.
	49.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 11 **Treść uwagi:** Przed słowem „tablicę reklamową” dodać słowa „ekspozycję reklamową lub”, a po słowach „tablicę reklamową” dodać słowa „oraz urządzenie reklamowe” (poprawka na okoliczność, że uchwała obejmuje murale jako ekspozycje reklamowe oraz porządkująca treść).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niemożliwa do uwzględnienia. Każdy nośnik reklamowy, spełniający definicję reklamy z art. 2 pkt 16a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, z mocy art. 2 pkt 16b i 16c musi stanowić albo tablicę reklamową albo urządzenie reklamowe. Tym samym nie jest możliwe zakwalifikowanie go do innej grupy nośników reklamowych, np. „ekspozycji reklamowej”. Jednocześnie definicja

			nośnika reklamowego formatu dużego nie jest przewidziana jako narzędzie regulacji murali.
	49.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 11 i 13 **Treść uwagi:** Uwaga, dlaczego format mały może być urządzeniem, a duży nie? Ad § 2 pkt 13 — uwaga jak pkt 11.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Z uwagi na trudności interpretacyjne ustawowych pojęć tablicy reklamowej i urządzeń reklamowych niemożliwe jest jednoznaczne przesądzenie, czy nośniki reklamowe eksponujące treść reklamową w głębi obiektu, a nie bezpośrednio na jego powierzchni, należy zakwalifikować jako tablicę reklamową czy urządzenie reklamowe.
	49.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 1 1 a) **Treść uwagi:** Nie poziomym, a pionowym, bo jak coś jest poziome to nie ma wysokości.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przesądzenie ws. orientacji przestrzennej nośników reklamowych jest niedostatecznie jasne i zostało usunięte z ich definicji.
	49.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 1 1 i 13, § 2 pkt 12 **Treść uwagi:** A dlaczego duży i średni format nie może być na wyświetlaczu, choć jest do tego predestynowany, a mały może? Proszę ujednolicić.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zróżnicowanie definicji nośników reklamowych jest celowe i wynika z przesądzenia, że umieszczanie wyświetlaczy na nośnikach reklamowych formatu średniego i dużego byłoby niewłaściwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	49.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 11, 12, 13 **Treść uwagi:** Są powierzchnie od 0 do 2,5, od 3-9, od 9-18. Brak pow. od 2,5 do 3 i ponad 18, szczególnie dla murali, bo mural 18m2 to w istocie znaczek pocztowy - dla murali większe powierzchnie.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Definicje nośników reklamowych formatu małego, dużego i średniego bazują na istniejących i popularnych rozwiązaniach formatowych i technologicznych.
	49.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 21 **Treść uwagi:** Proszę pisać logicznie. Język polski jest bogaty i można to zrobić np. zamiast stosować pojęcie strefa parteru, że to „parter, podziemia i druga kondygnacja”. Można stosować pojęcie strefa przyziemia (albo nadziemia) - należy przez to rozumieć elewację parteru i widoczną część kondygnacji podziemnej, a także elewację drugiej kondygnacji nadziemnej oraz zmienić dalej przecinek na spójnik „i”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uznano, że pod względem redakcyjnym celowe jest wprowadzenie uwag z zakresu sposobu określania poszczególnych kondygnacji.
	49.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 23 **Treść uwagi:** Zmienić słowo „głębokość” na „grubość”, bo to nie jest bryła.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Intuicyjne rozumienie terminu „grubość” byłoby przeszkodą w jego prawidłowym stosowaniu do szyldów semaforowych, w których, z uwagi na prostopadłą lokalizację, wymiar ten staje się największym dla całej bryły.
	49.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 24 **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie zostało uznane zostały za niepożądane z punktu

		Usunąć słowo „prostego”, bo może być łukowaty.	widzenia ładu przestrzennego.
	49.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 28, 29, 30 **Treść uwagi:** Zmienić słowo „głębokość” na „grubość”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Intuicyjne rozumienie terminu „grubość” byłoby przeszkodą w jego prawidłowym stosowaniu do szyldów semaforowych, w których, z uwagi na prostopadłą lokalizację, wymiar ten staje się największym dla całej bryły.
	49.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 27 **Treść uwagi:** Zmienić definicję na „szyld o formie muralu (jest definicja muralu) - mural naniesiony na ścianę, witrynę, ogrodzenie lub budowlę” (pisanie o znikomej głębokości jest niestosowne).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Treść art. 37a ust. 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym wskazuje na brak możliwości określania w stosunku do szyldów materiałów, z których mogą być wykonane.
	49.15.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 32 **Treść uwagi:** Usunąć słowo „zdalną” jest zbędne. Zmiana może być cykliczna nie zdalna.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga trafnie zwraca uwagę na niepełny zakres definicji. Została ona przeredagowana, jednak bez usuwania wskazanego słowa.
	49.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Nie określono wymiarów szyldu, a powinno się to określić, szczególnie długość dla semaforowego. Teraz szyld może być większy od reklamy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dopuszczalne gabaryty poszczególnych typów szyldów, w tym szyldów semaforowych, określane są w § 5, 6 i 7.
	49.17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 35 **Treść uwagi:** Zmienić słowo „parteru elewacji” na przyziemia (nadziemia) budynku. Ponadto zwracam uwagę na sprzeczność pkt 21 i 35. W pkt 35 jest strefa parteru elewacji, a w pkt 35 strefa parteru tj. elewacja parteru, przyziemia i II kondygnacji. To inne pojęcia.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Usunięto niepotrzebne użycie słowa „elewacja” w definicji witryny. Uwaga w zakresie słowa „parter” została odrzucona z uwagi na konieczność zachowania spójności z pojęciem strefy parteru.
	49.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 36 **Treść uwagi:** Należy podać jak ten wymiar jest liczony — co obejmuje — samą tablicę, czy całą reklamę od podstawy (rzędnej terenu przy podstawie).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z art. 2 pkt 16b i 16c ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, jako tablicę reklamową oraz urządzenie reklamowe należy rozumieć przedmiot materialny przeznaczony lub służący ekspozycji reklamy wraz z jego elementami konstrukcyjnymi oraz zamocowaniami.
	49.19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 3 **Treść uwagi:** Usunąć treść dot. ilości szyldów, bo jest szkodliwa społecznie. Jak ktoś ma duży obiekt i dużo witryn, to będzie miał dużo szyldów.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ograniczenie liczby szyldów sytuowanych przez podmiot na nieruchomości wynika wprost z dyspozycji art. 37a ust. 2 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	49.20.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 3	Uwaga nieuwzględniona

		Treść uwagi: § 4 pkt 3 odwołuje się do przepisów liczbowych nakładanych na poszczególne rodzaje szyldów przez inne przepisy uchwały (a propos — przepisów się nie nakłada tylko ustanawia), a w uchwale nie ma takich przepisów.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W przepisie użyto sformułowania „nakładanych ograniczeń liczbowych”, nie zaś „nakładanych przepisów”. Ograniczenia liczbowe w stosunku do możliwości sytuowania poszczególnych typów szyldów występują wielokrotnie w § 5, 6 i 7.
	49.21.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 4 **Treść uwagi:** Uchwała nie dotyczy szyldów zainstalowanych przed 1989 r. lub ich rekonstrukcji. Pytanie brzmi jaki dokument ma być dowodem zainstalowania szyldu przed 1989 rokiem. A ponadto nie ma takiej delegacji ustawowej - usunąć.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis jest zgodny z art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, zgodnie z którym Uchwała określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych. Przedmiotem oceny w takiej sprawie może być wszelka istniejąca dokumentacja.
	49.22.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 5 lit a) **Treść uwagi:** Usunąć — treść bezprawna.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis zawiera błąd redakcyjny, tj. niewłaściwe odniesienie do przepisu dotyczącego tablic urzędowych. Zlikwidowano odniesienie, nie likwidując jednak samej treści przepisu.
	49.23.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 1 **Treść uwagi:** Zmienić słowo „parteru” na „przyziemia” (nadziemia).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Konieczność zachowania spójności z pojęciem strefy parteru.
	49.24.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5 ust. 1 pkt 5 lit a) **Treść uwagi:** Zwiększyć powierzchnię z 0,25m2 na 0,5m • zwiększyć ilość szyldów tablicowych z 1 do 10, • zwiększyć szerokość pasa z lm do 1 ,5m Wyjaśnić co to jest szyld zbiorczy „w formie szyldów tablicowych lub muralowych”. Należy skreślić tę treść, bo jest zbędna — sprzeczna z definicją szyldu zbiorczego.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana liberalizacja wymiarów byłaby nieuzasadniona z punktu widzenia ładu przestrzennego. Pojęcie szyldu zbiorczego, jako budzące wątpliwości natury logicznej, zostało zastąpione pojęciem zestawu szyldów.
	49.25.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała przekroczyła kompetencje gminy w zakresie zwolnień od działania uchwały dla szyldów, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zlokalizowanych przed 1989 r. Zwolnieniem można tylko objąć ogrodzenia i obiekty małej architektury.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis jest zgodny z art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, zgodnie z którym Uchwała określa warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
	49.26.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Na koniec pozwalam sobie zauważyć, że delegacja ustawowa zawarta w art. 37a dotyczy zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych (w tym szyldów) i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane. Projekt uchwały częściowo wykracza poza delegacje ustawową np. w części dotyczącej murali oraz nie w pełni korzysta z delegacji ustawowej (dot. standardów i rodzajów materiałów). Mural oraz ekspozycja świetlna nie jest tablicą reklamową, bo nie ma elementów	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest w części sformułowana w sposób zbyt ogólny, by można ją było odnieść do konkretnych zapisów. Z definicji tablicy reklamowej, zawartej w art. 2 pkt 16b ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, nie wynika, że brak ewentualnych elementów konstrukcyjnych i zamocowań stanowi o niespełnianiu przez dany obiekt kryteriów definicji tablicy reklamowej. Należy jednocześnie zauważyć, że

		konstrukcyjnych i zamocowań. Projekt uchwały skupił się na szyldach, a dalece ograniczył się w zakresie ustaleń dot. tablic reklamowych, a szczególnie urządzeń reklamowych.	w przypadku muralu warstwa malarska stanowi jednocześnie zarówno powierzchnię ekspozycyjną reklamy, jak i element konstrukcyjny czy też zamocowanie nośnika reklamowego.
	49.27.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 1.1 **Treść uwagi:** Treść § 1 .1 nie odpowiada treści uchwały i jest niezgodna z ustawą, bo co do szyldów określa jeszcze ich ilość. Ponadto uchwała określa zakazy ogrodzeń, reklam i urządzeń reklamowych, a nie zasady - definicje przez wyłączenia.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ograniczenie liczby szyldów sytuowanych przez podmiot na nieruchomości wynika wprost z dyspozycji art. 37a ust. 2 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Określanie zasad postępowania polega na dopuszczaniu postępowania zgodnego z tymi zasadami bądź zakazywania postępowania z nimi niezgodnego.
	49.28.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała nie zdefiniowała terenów zamkniętych, a są takowe.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Tereny zamknięte w rozumieniu niniejszej Uchwały zostały zdefiniowane w art. 37a ust. 5 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, w związku z czym definiowanie ich w tekście Uchwały byłoby niezgodne z zasadami techniki prawodawczej.
	49.29.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała powinna informować, że nie dotyczy ogrodzeń autostrad, dróg ekspresowych i ogrodzeń linii kolejowych.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wyłączenie z kompetencji Uchwały ogrodzeń autostrad, dróg ekspresowych i ogrodzeń linii kolejowych wynika bezpośrednio z art. 37a ust. 8, w związku z czym tworzenie takiego przesądzenia w tekście Uchwały byłoby niezgodne z zasadami techniki prawodawczej.
	49.30.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Nie wiadomo, czy nośnik reklamowy duży może być oświetlony od wewnątrz.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapisy projektu Uchwały nie wyłączają możliwości podświetlania od wewnątrz nośnika reklamowego formatu dużego. Wobec znacznego przeredagowania definicji nośników reklamowych pozostałych formatów, brak regulacji sposobu oświetlenia nośnika reklamowego formatu dużego nie sugeruje zakazu takiego oświetlenia.
	49.31.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuścić możliwość realizacji murali o pow. powyżej 18m2.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W zapisach projektu Uchwały brak jest ograniczenia powierzchni murali do 18 m^2.
	49.32.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dlaczego siatka reklamowa raz jest traktowana jak tablica reklamowa, a raz jak urządzenie (patrz definicja).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Z uwagi na trudności interpretacyjne ustawowych pojęć tablicy reklamowej i urządzeń reklamowych niemożliwe jest jednoznaczne przesądzenie, czy nośniki reklamowe eksponujące treść reklamową w głębi obiektu, a nie bezpośrednio na jego powierzchni, należy zakwalifikować jako tablicę reklamową czy urządzenie reklamowe.
	49.33.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 3	Uwaga nieuwzględniona

		Treść uwagi: Maksymalna ilość szyldów 10 na jeden podmiot prowadzący działalność na nieruchomości: • jakich szyldów — zbiorczych, wolno stojących, tablicowych. ? (doprecyzować) • dlaczego tylko 10, a jak duży obiekt — ma dużo witryn? • dlaczego tylko 10, a jak jest duża nieruchomość — teren? • co to znaczy „podmiot prowadzący na niej działalność”? To właściciel, zarządca, najemca? I czy może być kilku najemców — prowadzących na niej działalność, czy tylko „jeden pomiot” (zarządca, właściciel).	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis nie wymaga doprecyzowania, ponieważ dotyczy wszystkich typów szyldów. Ograniczenie liczby szyldów sytuowanych przez podmiot na nieruchomości wynika wprost z dyspozycji art. 37a ust. 2 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Jednocześnie brak jest przekonującego uzasadnienia dla uzależnienia liczby szyldów, którą może umieścić na nieruchomości podmiot, od wielkości budynku – duży budynek może być siedzibą bardzo wielu podmiotów, przez co taka regulacja powodowałaby chaos przestrzenny. Sformułowanie „podmiot prowadzący na niej działalność” umocowane jest bezpośrednio w art. 37a ust. 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, w związku z tym próba jego dodatkowego definiowania bądź zawężania byłaby niezgodna z zasadami techniki prawodawczej.
	49.34.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 5 lit a **Treść uwagi:** Zmienić lit. a na pkt 6 albo usunąć, bo uchwała nie powinna dotyczyć wnętrza budynku.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Treść uwagi nie znajduje oparcia w zapisach ustawowych.
	49.35.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Co to jest urządzenie reklamowe będące szyldem patrz tytuł dział Il?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Urządzenie reklamowe będące szyldem to takie urządzenie reklamowe, które wypełnia jednocześnie definicję szyldu z art. 2 pkt 16d ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	49.36.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 **Treść uwagi:** Czy § 4 „regulacje ogólne” dotyczy: • tablic reklamowych (będących szyldami) • urządzeń reklamowych (będących szyldami).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** § 4 dotyczy generalnych zasad sytuowania szyldów, a więc spełniających definicję szyldów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
	49.38.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 7 ust. 1 pkt 1 **Treść uwagi:** Treść § 7 ust. 1 pkt 1 jest niezrozumiała „jest odległy od terenu dostępnego publicznie o co najmniej 50m”. Ponadto jeśli byłby to warunek odległości między szyldem wolno stojącym, a szyldem na budynku to większość szyldów na stacjach benzynowych i McDonalds itp. trzeba zlikwidować, bo są bliżej od budynku.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wymóg odległości od terenu dostępnego publicznie został ograniczony do 15 m, przepis uległ także przeredagowaniu. Ponadto, projekt Uchwały dopuszcza sytuowanie szeregu typów wolnostojących szyldów niezależnie szyldu dopuszczonego we wskazanym przepisie.
	49.39.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 8 pkt 2 **Treść uwagi:** Nie ma podstawy prawnej by dopuszczać bez ograniczeń tablice i urządzenia reklamowe, które: • usytuowano przed 1989 r. • sytuowane na terenie wydarzenia ... w czasie jego trwania na terenie dostępnym publicznie, • sytuowane w przejściach podziemnych; • stanowią ofertę zbycia o pow. do 1m2.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z dyspozycją art. 37a ust. 1 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Uchwała może ustalić zasady i warunki sytuowania nośników reklamowych.
	49.40.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:**	Uwaga nieuwzględniona

		§ 13 ust. 6 pkt 2 **Treść uwagi:** Wyznaczone w planach ciągi piesze nie wydzielone liniami rozgraniczającymi są bezprawne. Wyznaczone w planach ciągi piesze wydzielone liniami rozgraniczającymi powinny mieć możliwość wygrodzenia, bo są takie ciągi w zabudowie jednorodzinnej np. plan Park pod Skocznią. Można ewentualnie wprowadzić przepis, że ustalenie obowiązuje w zabudowie wielorodzinnej.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga w części odnosi się do innych dokumentów niż projekt Uchwały. Brak jest uzasadnienia dla ograniczenia przepisu wyłącznie do zabudowy wielorodzinnej.
	49.41.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 13 ust. 6 pkt 1 **Treść uwagi:** Ustalenie o zakazie grodzenia terenów zabudowy wielorodzinnej o pow. powyżej 2 ha nie posiada delegacji ustawowej. Generalnie zakaz grodzenia uważam za niekonstytucyjny, bo likwiduje wyłączne korzystanie z prawa własności.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z dyspozycją art. 37a ust. 3 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Uchwała może ustalić zakaz sytuowania ogrodzeń.
	49.42.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Proszę dopuścić informację o sponsorach na szyldach banerowych umieszczanych: na publicznych instytucjach kultury (kino, teatr), na budynkach niebędących publicznymi instytucjami kultury, gdzie prowadzona jest działalność z zakresu kultury (prywatne teatry, muzea, kina). Ww. banery powinny dotyczyć tylko wydarzeń kulturalnych w tych obiektach.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga dotyczy definicji ustawowych i nie może zostać zrealizowana w projekcie Uchwały. Jeśli informacja o sponsorze spełniać będzie definicję szyldu, to jej sytuowanie na dopuszczonych przepisami projektu Uchwały szyldach nie podlega ograniczeniom. Jeśli informacja o sponsorze nie będzie spełniać definicji szyldu, to jej sytuowanie na szyldach nie będzie możliwe z powodów definicyjnych – nośnik taki będzie automatycznie podlegał regulacjom dotyczącym tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	49.43.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 5.1 ust. 3 **Treść uwagi:** Dopuścić szyldy (na elewacjach) powyżej górnej krawędzi elewacji nie tylko na budynkach użyteczności publicznej § 5.1 ust. 3.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dopuszczenie sytuowania szyldów powyżej górnej krawędzi elewacji na wszystkich budynkach byłoby nieuzasadnione z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	49.45.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Nie stosować sformułowania „przy granicy” tylko „na granicy”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sformułowanie „bezpośrednio przy granicy działki” bądź „bezpośrednio przy granicy z sąsiednią działką budowlaną” stosowane jest konsekwentnie w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie. Tym samym należy je uznać za jednoznaczne w sensie prawnym.
	49.46.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Objąć uchwałą reklamy/ murale na połaciach dachowych.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały obejmuje wszystkie rodzaje nośników reklamowych. Rozwiązania lub lokalizacje niewymienione w przepisach projektu Uchwały należy rozumieć jako niedopuszczone.
	49.47.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:**	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Wykluczenie reklam na gruntach leśnych nie ma sensu, bo ex definitione tam nie można budować obiektów niesłużących gospodarce leśnej. Nie wiadomo co oznacza, że „front budynku przylega do pasa drogowego".	Jednym z zasadniczych celów Uchwały jest wprowadzenie skutecznych narzędzi egzekucyjnych w stosunku do nośników reklamowych niezgodnych z zasadami ładu przestrzennego. Dotychczasowe przepisy dotyczące gruntów leśnych nie spełniały tego wymogu. Niejednoznaczne pojęcie elewacji frontowej zostało usunięte z projektu Uchwały.
	49.48.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 15 **Treść uwagi:** § 15 — istnieje wątpliwość, czy uchwała może zwalniać istniejące ogrodzenia z dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale. Ustawa nakazuje określić zasady dla wszystkich ogrodzeń, czyli nowych i istniejących, więc nie można ustalać zasad (dla nowych) i nie stosować tych zasad dla istniejących. Hipotetycznie można byłoby ustalić je dla nowych ogrodzeń i stwierdzić, że dla ogrodzeń istniejących obowiązują zasady (parametry) istniejące by wypełnić wolę ustawodawcy, ale tak nie jest napisane, więc uchwała nie wypełnia ustawy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis jest zgodny z dyspozycją art. 37a ust. 9 i 10 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	49.50.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 12 pkt 3 **Treść uwagi:** Uchwała nie wypełnia delegacji ustawowej.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie wskazuje, w jakim zakresie przepis wykracza poza delegację ustawową.
	49.51.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 13 ust. 2 pkt 7 **Treść uwagi:** Brak ogrodzeń dla usług.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** § 13 ust. 2 projektu Uchwały określa parametry ogrodzeń dla szeregu funkcji usługowych.
Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej	**50.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Przedstawienie problemu: Projekt uchwały nic jest dostosowany do zmieniającego się szybko krajobrazu współczesnego miasta — miasta budowanego na miarę drugiej dekady XXI wieku. Propozycje wnioskodawcy: Projekt uchwały nie bierze pod uwagę założeń realizowanych we współczesnych miastach i aglomeracjach, które dążąc do stworzenia uporządkowanej i harmonijnej przestrzeni publicznej wykorzystują najnowsze zdobycze techniki i produkcji. Należy projekt uchwały zmodyfikować w taki sposób, aby znalazły się w nim: a/ nowoczesne rozwiązania dla „mebli miejskich" (w tym elementów malej architektury i nośników reklamy), które mogą łączyć ze sobą funkcje użytkowe z funkcjami informacyjnymi i reklamowymi (brak w projekcie); b/ większe i szersze możliwości zastosowania nowoczesnych rozwiązań technicznych i technologicznych przekazu cyfrowego (tak w zakresie treści informacyjnych, jak i reklamowych (w projekcie bardzo ograniczone propozycje).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, na czym polegają nowoczesne rozwiązania dla mebli miejskich. Należy jednocześnie podkreślić, że zakres dopuszczenia technologii cyfrowej w projekcie Uchwały wynika z analizy sposobu oddziaływania popularnych rozwiązań cyfrowych na ład przestrzenny w kraju i za granicą. Stopień degradacji standardu reklamy zewnętrznej, w tym reklamy cyfrowej, na terenie m.st. Warszawy przemawia za koniecznością jak najszybszego uporządkowania tej dziedziny życia i nie uzasadnia wprowadzania na tym etapie rozwiązań niesprawdzonych w szerokim zakresie oraz budzących kontrowersje społeczne.

	50.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Przedstawienie problemu: Projekt uchwały nie jest spójny z założeniami Studium rozwoju Miasta - przyjętymi w nim kierunkowymi możliwościami funkcjonowania przekazu informacyjno-reklamowego w Mieście Propozycje wnioskodawcy: Należy przyjrzeć się bardziej szczegółowo zapisom Studium oraz „Wskazaniom dotyczącym umieszczaniu reklam i informacji wizualnej w Warszawie (zawarte w zarządzeniu Prezydenta Miasta nr 961/2007) i wykorzystać sprawdzone rozwiązania, na przykład w zakresie odległości między różnymi nośnikami reklamy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie zawiera dyspozycji wiążącej zgodności Uchwały z zapisami studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy. Jest to zrozumiałe, bowiem zapisy Uchwały – w przeciwieństwie do miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego – tworzą przepisy w tej samej skali, co studium, tj. skali całej gminy. Ich sens nie polega więc na dublowaniu zapisów studium, ale na nowym i szczegółowym uregulowaniu tej problematyki, które nie byłoby możliwe w niezwykle wieloaspektowym dokumencie strategicznym, jakim jest studium, i w którym kwestie regulowane w Uchwale mogą posiadać jedynie drugorzędne znaczenie. Brak jest również konieczności uwzględniania w projekcie Uchwały zapisów zarządzenia Prezydenta m.st. Warszawy nr 961/2007. Ten pionierski dokument jest w stosunku do Uchwały aktem prawnym niższego rzędu i wymaga w wielu aspektach aktualizacji, która stanie się jednak racjonalna dopiero po ewentualnym przyjęciu projektu Uchwały przez Radę m.st. Warszawy.
	50.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Przedstawienie problemu: W projekcie uchwały proponowane są różne „współczynniki" odległości między nośnikami reklamy oraz nośnikami reklamy i innymi obiektami (tak kubaturowymi, jak i liniowymi), które nie wytrzymują próby w obecnej rzeczywistości miejskiej Miasta. Nie pozwalają w praktyce na korzystanie z przestrzeni miejskiej dla celów sytuowania nośników informacji i reklamy (w ten sposób wykluczają je niemal całkowicie z krajobrazu Miasta). Propozycje wnioskodawcy: Należy dokonać rzeczywistej analizy proponowanych zapisów i dostosować je do faktycznych możliwości ciągów komunikacyjnych Miasta. Najlepszym i wykonalnym w rozwijającej się przestrzeni miejskiej rozwiązaniem byłaby rezygnacja z wielości „współczynników odległości na rzecz jednego — wprowadzenia spójnych odległości między nośnikami reklamy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie wskazuje, na czym polega bezzasadność przestrzenna lub funkcjonalna stosowania poszczególnych minimów odległościowych.
	50.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Przedstawienie problemu: Projekt uchwały w znaczący sposób ogranicza możliwość funkcjonowania na terenie Miasta wielości formatów nośników reklamy (tablic reklamowych i urządzeń reklamowych). W tym wypadku zakłada swoiste „preferencje" dla wybranych nośników reklamy, co do których mogą być wyrażane wątpliwości. Propozycje wnioskodawcy: W projekcie uchwały winny być uwzględnione możliwości funkcjonowania na terenie Miasta różnych standardowych formatów nośników reklamy (tablic reklamowych i urządzeń reklamowych) - tych, które stanowią podstawę dla profesjonalnej oferty firm reklamy zewnętrznej Należy wziąć pod uwagę możliwości lokalizowania nośników reklamy (tablic reklamowych i urządzeń reklamowych) o większym formacie niż przewiduje dzisiaj projekt uchwały, na terenach handlowych, przemysłowych oraz peryferyjnych.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie uzasadnia, jakie argumenty przemawiają za podwyższeniem limitu dopuszczonych powierzchni ekspozycyjnych nośników reklamowych kosztem wymogów ładu przestrzennego.

	50.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Przedstawienie problemu: Projekt uchwały nie przewiduje żadnych jasnych i precyzyjnych zasad dotyczących „dostosowania" obecnie funkcjonujących nośników reklamy (w tym: tablic reklamowych i urządzeń reklamowych) do zmieniających się w przyszłości zasad i warunków Projekt zawiera tak dalece idące zmiany funkcjonowania nośników reklamy (w tym tablic reklamowych i urządzeń reklamowych), że przewidywany okres „dostosowania" jest trudny do wykonania, zwłaszcza w związku z określonymi procedurami administracyjnymi. Propozycje wnioskodawcy: Należy skonkretyzować w projekcie uchwały zakres działań „dostosowawczych" oraz przewidzieć dla nośników reklamy (tablic reklamowych i urządzeń reklamowych) minimalny „okres dostosowawczy" liczący 60 miesięcy od daty wejścia w życie uchwały.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, na czym polega niejasność zasad dostosowania, opisanych w projekcie Uchwały. Nie wskazano także, czym uzasadnione jest 2,5-krotne wydłużenie okresu dostosowawczego wbrew oczekiwaniom społecznym i kosztem wymogów ładu przestrzennego.
	50.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Przedstawienie problemu: W projekcie uchwały brak jest jakichkolwiek danych związanych z ewentualnym - „systemem kontroli" wykonania postanowień i zapisów uchwały. Taki stan rzeczy może powodować daleko idącą uznaniowość przy wykonaniu i stosowaniu uchwały Propozycje wnioskodawcy: W projekcie uchwały winien być wskazany stosowny system kontroli wykonania postanowień uchwały, jak i ochrony praw właścicieli. Brak takich rozwiązań może prowadzić do nadużyć przy wykonaniu zapisów (zasady i warunki) uchwały.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest umocowania ustawowego dla regulowania w treści Uchwały kwestii związanych z organizacją systemu kontroli lub ochrony praw właścicieli w postępowaniu administracyjnym.
Ströer Polska Sp. z o.o.	**51.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W związku z wyłożeniem projektu uchwały do publicznego wglądu, w imieniu Ströer Polska Sp. z o.o., składamy wniosek o niewnoszenie pod obrady Rady Miasta projektu uchwały z uwagi na: - naruszenie w znacznej części delegacji jaką daje tak zwana ustawa krajobrazowa - naruszenie zapisów innych ustaw, w tym zasadniczej - Konstytucji - niejasne zasady porządkowania szyldów, tablic i urządzeń reklamowych. Ponadto wprowadzenie prawa lokalnego na podstawie tak przygotowanego projektu, w całości obciąża kosztami uchwały przedsiębiorstwa, nie gwarantując jednocześnie możliwości sprawiedliwego prowadzenia działalności gospodarczej, zarówno wtedy gdy korzystają z tablic i urządzeń reklamowych, które ze względu na rozmiary kwalifikowane są jako szyldy, jak i pozostałych. Przepisy powołane w tak zwanej ustawie krajobrazowej, z jednej strony dały władzom lokalnym dodatkowe narzędzia umożliwiające kształtowanie systemu reklamowego, takie jak objęcie zapisami uchwały całego obszaru gminy oraz możliwość jej fiskalnego wspomagania. Z drugiej jednak, niedoskonałość ustawy krajobrazowej i brak doświadczenia w tworzeniu systemu reklamowego, nałożyła na przygotowujący uchwałę zespół, obowiązek wyjątkowej rzetelności w przygotowaniu zapisów i ocenie skutków ich wprowadzenia. Jako przedsiębiorcy, takiej rzetelności oczekujemy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie wskazuje, które regulacje projektu Uchwały naruszają delegację ustawową, Konstytucję RP i zasady techniki prawodawczej oraz w jakim zakresie. Jednocześnie należy wskazać, że, zgodnie z art. 87 ust. 2 Konstytucji RP, źródłami powszechnie obowiązującego prawa Rzeczypospolitej Polskiej na obszarze działania organów, które je ustanowiły, są akty prawa miejscowego. Organy samorządu terytorialnego ustanawiają akty prawa miejscowego obowiązujące na obszarze działania tych organów na podstawie i w granicach upoważnień zawartych w ustawie, zgodnie z art. 94 Konstytucji. Przedmiotowa uchwała, zgodnie z art. 37 a ust. 4 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, jest aktem prawa miejscowego i stanowi ustawowe ograniczenie prawa własności, o którym mowa w art. 54 Konstytucji.
AMS S.A.	**52.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Po raz drugi składamy uwagi do projektu Uchwały Rady Miasta st. Warszawy w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, będący skutkiem obowiązującej od 11 września 2015 roku tzw. Ustawy krajobrazowej. Projekt zaprezentowany publicznie w tym roku, upraszcza zasady uporządkowania przestrzeni naszego miasta. Oceniając przygotowane zapisy w części dotyczącej tablic i urządzeń reklamowych przekazujemy uwagi dotyczące proponowanych rozwiązań. Część wniosków pokrywa się z naszymi uwagami przekazanymi w 2017 roku, pozostałe odnoszą się do zmienionych zapisów nowego projektu. Pozytywnie oceniamy przywrócenie, zlikwidowanej przez Miasto po 2006 roku, możliwości	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie wskazuje, w jaki sposób definiuje pojęcia smart city, standardów europejskich i światowych trendów, na które powołuje się przedstawiona argumentacja. Projekt Uchwały uwzględnia potrzeby inwestorów i przedsiębiorców w zakresie, w jakim jest to dopuszczalne z punktu widzenia wymogów ładu przestrzennego. Jednocześnie za trafny uznano postulat zawężenia dopuszczalnych wymiarów nośników ustandaryzowanych.

		umieszczania reklam o powierzchni ekspozycyjnej ponad 3 m^2 w pasach drogi oraz obszerne zajęcie się tematyką szyldów. Według naszych analiz reklamy będące szyldami stanowią od 60% do 80% nośników reklamowych obecnych w przestrzeni publicznej i to one w największym stopniu odpowiadają za wizualny chaos. Właściwym kierunkiem jest także przyjęcie koncepcji ciągów komunikacyjnych, jako miejsc dedykowanych reklamie. Od lat podkreślamy, że główne ulice miasta zawsze spełniały liczne funkcje komunikacyjne, handlowe, mieszkaniowe, społeczne, a także reklamowe. Niestety przedstawione propozycje umieszczenia formatów małych, średnich oraz dużych tablic i urządzeń reklamowych w opisanych ciągach komunikacyjnych są zbyt restrykcyjne. Nasze analizy wskazują, że utrzymując zaproponowane w projekcie uchwały ciągi komunikacyjne, bez szkody dla krajobrazu miasta, można podnieść proponowany w uchwale format tablicy o jeden poziom w górę. W ciągach dopuszczających tylko formaty małe, można dodać format średni. W ciągach dopuszczających format średni można dodać format duży, itd. Jesteśmy zdania, że szersze wprowadzenie do przestrzeni miasta nośników reklamowych formatu 9 m2, tzw. „scrolli", znanych z ulic większości europejskich miast, istotnie zbliży polski rynek reklamy zewnętrznej do standardów europejskich i światowych. Dlatego uważamy, że ten rodzaj nośnika powinien być preferowany w przestrzeni miejskiej i dopuszczony w ciągach komunikacyjnych występujących we wszystkich strefach. Zwracamy też uwagę, że bardzo restrykcyjne zapisy szczegółowe odnośnie odległości nośników reklamowych od innych tablic i urządzeń reklamowych, a także od innych elementów przestrzeni (budynków, wiat przystankowych, pomników) w praktyce nie pozostawiają miejsca na reklamy. Proponowane w uchwale odległości są zbyt duże, niemożliwe do uzyskania w zwartej zabudowie miasta. Uchwała istotnie ogranicza też stosowanie technologii cyfrowej, kompletnie ignorując światowe trendy w tym zakresie, nie pozwalając na kreowanie wizerunku Warszawy jako smart City. Stolica Polski zasługuje na wizerunek miasta nowoczesnego, ekologicznego, przyjaznego mieszkańcom, ale także inwestorom i przedsiębiorcom. Pożądana zmiana zapisów powinna umożliwiać zaistnienie w przestrzeni publicznej cyfrowych tablic i urządzeń reklamowych także w formacie średnim, czyli 9 m2. Inteligentne nośniki reklamowe są nieodzowną częścią wizerunku nowoczesnego miasta. Uważamy, że dla poprawy estetyki przestrzeni publicznej miasta wymagana jest standaryzacja form reklamowych w niej obecnych. Dlatego proponujemy, aby zapisy uchwały dopuszczały funkcjonowanie nośników reklamowych o określonych gabarytach. Obecnie przyjęte w projekcie uchwały rozwiązania polegające na określeniu jedynie maksymalnego wymiaru poszczególnych tablic i urządzeń reklamowych, mogą powodować pojawianie się zróżnicowanych form nośników reklamowych, co negatywnie wpłynie na ład przestrzenny. Jesteśmy przekonani, że przyjęcie naszych postulatów spowoduje istotną poprawę jakości stanowionego prawa miejscowego, jakim jest tzw. Uchwała krajobrazowa. Nowe prawo powinno uwzględniać interesy wszystkich zainteresowanych stron mieszkańców, przedsiębiorców i władz samorządowych. Uchwalone przepisy powinny stanowić mocny impuls do szybkiej zmiany przestrzeni publicznej, w tym przestrzeni reklamowej, w kierunku jaki znamy z ulic innych stolic europejskich.	
	52.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 11) **Treść uwagi:** Doprecyzowanie treści zapisu poprzez nadanie następującego brzmienia: "nośniku reklamowym formatu dużego należy przez to rozumieć tablicę reklamową oświetlaną od wewnątrz, także w formie dwustronnej, która spełnia łącznie warunki:(...)"	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec znacznego przeredagowania definicji nośników reklamowych pozostałych formatów, brak regulacji sposobu oświetlenia nośnika reklamowego formatu dużego nie sugeruje zakazu takiego oświetlenia.
	52.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 11a) **Treść uwagi:** Zmiana treści zapisu tj. nadanie następującego brzmienia:	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za uzasadnioną z punktu widzenia ładu przestrzennego, jako zmierzającą do ujednolicenia formatu dopuszczonych nośników

		a) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości odpowiednio 3 m i 6 m	reklamowych. Dopuszczalność wymiarów poszerzono w celu uzyskania tolerancji dla drobnych różnic, które mogą występować między istniejącymi już wdrożeniami standardu.
	52.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 12b) **Treść uwagi:** Zmiana treści zapisu tj. nadanie następującego brzmienia: a) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości odpowiednio 1,75 m i 1,18 m	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za uzasadnioną z punktu widzenia ładu przestrzennego, jako zmierzającą do ujednolicenia formatu dopuszczonych nośników reklamowych. Dopuszczalność wymiarów poszerzono w celu uzyskania tolerancji dla drobnych różnic, które mogą występować między istniejącymi już wdrożeniami standardu.
	52.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 13a) **Treść uwagi:** Zmiana treści zapisu tj. nadanie następującego brzmienia: a) eksponowania treści reklamowych na zadrukowanej powierzchni bądź na wyświetlaczu.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozwiązanie uznano za niekorzystne z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	52.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 13b) **Treść uwagi:** Zmiana treści zapisu tj. nadanie następującego brzmienia: **a)** korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości odpowiednio 2,47 m i 3,54 m	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za uzasadnioną z punktu widzenia ładu przestrzennego, jako zmierzającą do ujednolicenia formatu dopuszczonych nośników reklamowych. Dopuszczalność wymiarów poszerzono w celu uzyskania tolerancji dla drobnych różnic, które mogą występować między istniejącymi już wdrożeniami standardu.
	52.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 37b) **Treść uwagi:** Doprecyzowanie treści zapisu tj. jego uzupełnienie wg poniższego: b) (...) a powierzchni ekspozycyjnej 9 m² wielkość piksela nie może przekraczać 5 mm.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Nieuwzględnienie uwagi jest konsekwencją nieuwzględnienia uwagi postulującej stosowanie wyświetlaczy na nośnikach reklamowych formatu średniego.
	52.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 3 **Treść uwagi:** Uzupełnienie § 3 o następujący zapis: "38) nośniku reklamowym formatu większego, należy przez to rozumieć tablicę reklamową oświetloną od wewnątrz, także w formie dwustronnej, które spełnia łącznie warunki: - korzystania z powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości odpowiednio 4 m i 8 m - korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 18m², lecz nieprzekraczających 32 m², - zachowania konstrukcji - od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji - nieprzekraczającej 16 m;".	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wprowadzanie kolejnego, dwukrotnie większego formatu nośników reklamowych uznano za niezgodne z wymogami ładu przestrzennego.
	52.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 4 pkt 3) **Treść uwagi:** Usunięcie zapisu. Zapis w obecnym brzmieniu narusza zasadę równości podmiotów.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Specyficzne cechy przestrzenne sposobu prowadzenia poszczególnych typów działalności gospodarczej uzasadniają tworzenie w tym zakresie

			odpowiednich regulacji. Uwaga nie uzasadnia, w jakim zakresie przepis narusza zasadę równości podmiotów.
	52.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt. 1) **Treść uwagi:** Zmiana zapisu poprzez wykreślenie z jego treści następujących słów: "należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym i zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli, przy czym powierzchnie, na których sytuuje się tablicę reklamową bądź urządzenie reklamowe, muszą znajdować się bezpośrednio przy granicy działki".	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie przedstawia uzasadnienia dla tak radykalnej liberalizacji wskazanego przepisu.
	52.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt. 1b) **Treść uwagi:** Doprecyzowanie treści zapisu poprzez nadanie następującego brzmienia: "w postaci siatki reklamowej lub innego materiału stanowiącego powierzchnię ekspozycyjną reklamy"	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie przedstawia uzasadnienia dla tak radykalnej liberalizacji wskazanego przepisu, który faktycznie dopuszczałby sytuowanie każdego rodzaju tablicy reklamowej i urządzenia reklamowego.
	52.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 1) **Treść uwagi:** Zmiana zapisu poprzez jego doprecyzowanie w następujący sposób: "1) na wiatach przystankowych miejskiej komunikacji publicznej: na wiatach 3-segmentowych jeden nośnik reklamowy formatu małego, na wiatach 4-segmentowych dwa nośniki reklamowe formatu małego, a na każde następne 2 segmenty danej wiaty jeden nośnik reklamowy formatu małego;".	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie reguluje zagadnienie w sposób zbyt szczegółowy, uzależniając przepis od niesprecyzowanego definicyjnie pojęcia segmentu wiaty i abstrahując od możliwych zmian w konstrukcji wiat przystankowych w przyszłości.
	52.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 2) **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej wymiary powierzchni użytkowej tj. zmiana z: 15m² na: 35m²	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis uznano za nadmiernie restrykcyjny – limit powierzchni użytkowej obiektu podniesiono do 30 m².
	52.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 3a) tir.1 **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej wymiary maksymalnej powierzchni siatki tj. zmiana z: 30% na: 60%	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Tak znaczny wzrost powierzchni reklamowej wpłynąłby niekorzystnie na ład przestrzenny.
	52.17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 3a) tir.2 **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej wymiary maksymalnej powierzchni siatki tj. zmiana z: 60% na: 80%	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przy tak wysokim udziale powierzchni reklamowej optyczny sens straciłoby ograniczanie jej udziału w łącznej powierzchni siatki.
	52.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 10 pkt 3b) **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Zmiana zapisu w części określającej maksymalny dozwolony okres usytuowania siatki tj. zmiana z: 9 miesięcy na: 12 miesięcy	Uwaga nie zawiera uzasadnienia liberalizacji przepisu kosztem wymogów ładu przestrzennego.
	52.19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 1 pkt 2) **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej maksymalną odległość od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych tj. zmiana z: 30 m na: 50 m	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Nie znaleziono uzasadnienia dla liberalizacji przepisu – dalsze zwiększanie odległości od jezdni powoduje ograniczanie czytelności nośnika, przez co zmiana przepisu mogłaby spowodować sytuowanie nośników przede wszystkim wzdłuż przecznic autostrad i dróg ekspresowych, co byłoby sprzeczne z jego intencją.
	52.20.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 1 pkt 2) **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej maksymalną odległość od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg tj. zmiana z: 15 m na: 30 m	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Liberalizację limitu odległości od jezdni – do 25 m – uznano za zasadną w stosunku do nośników reklamowych formatu dużego, w przypadku których ewentualne większe oddalenie od ulicy znajduje oparcie w skali nośnika i zachowaniu parametru czytelności.
	52.21.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 1a) **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej minimalną odległość tj. zmiana z: 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni na: 30 m po tej samej stronie jezdni lub 20 m po przeciwnej stronie jezdni	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Obniżenie limitów odległości wzajemnych powodować może przeładowanie krajobrazu miasta nośnikami reklamowymi, w szczególności na długich i pozbawionych innych elementów zagospodarowania ciągach komunikacyjnych.
	52.22.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11.2 pkt 1a) **Treść uwagi:** Zmiana treści zapisu tj. nadanie następującego brzmienia: **a)** dla nośnika reklamowego formatu małego oraz słupa ogłoszeniowego - reklamowego: 30 m po tej samej stronie jezdni.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Obniżenie limitów odległości wzajemnych powodować może przeładowanie krajobrazu miasta nośnikami reklamowymi, w szczególności na długich i pozbawionych innych elementów zagospodarowania ciągach komunikacyjnych.
	52.23.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11.2 pkt 1b) tir. 1 **Treść uwagi:** Zmiana treści zapisu tj. nadanie następującego brzmienia: "- 50 m po tej samej stronie jezdni".	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Likwidacja limitu odległości wzajemnych dla nośników po przeciwnych stronach jezdni skutkowałaby przeładowaniem krajobrazu miasta nośnikami reklamowymi przy skrzyżowaniach, przecznicach itp.
	52.24.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 1b) tir. 2 **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej minimalną odległość tj. zmiana z: 150 m po tej samej stronie jezdni lub 100 m po przeciwnej stronie jezdni na: 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia tak znacznej liberalizacji przepisu kosztem wymogów ładu przestrzennego, za dopuszczalne z punktu widzenia wymogów ładu przestrzennego uznano jednak obniżenie limitu odległości wzajemnych po przeciwnych stronach jezdni ulicy, wzdłuż której dopuszczono sytuowanie nośników.
	52.25.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11.2 pkt 1b) tir. 2	Uwaga nieuwzględniona

		Treść uwagi: Zmiana treści zapisu tj. nadanie następującego brzmienia: "- 50 m po tej samej stronie jezdni"	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Likwidacja limitu odległości wzajemnych dla nośników po przeciwnych stronach jezdni skutkowałaby przeładowaniem krajobrazu miasta nośnikami reklamowymi przy skrzyżowaniach, przecznicach itp.
	52.26.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 1b) tir. 3 **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej minimalną odległość tj. zmiana z: 200 m w stosunku do innych nośników reklamowych formatu dużego; na: 100 m w stosunku do innych nośników reklamowych formatu dużego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia tak znacznej liberalizacji przepisu kosztem wymogów ładu przestrzennego.
	52.27.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11.2 pkt 1c) tir. 1 **Treść uwagi:** Zmiana treści zapisu tj. nadanie następującego brzmienia: "- 50 m po tej samej stronie jezdni".	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia dla całkowitej rezygnacji z limitów odległościowych w stosunku do innych nośników reklamowych, nawet, jeśli znajdują się po drugiej stronie jezdni.
	52.28.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 1c) tir. 2 **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej minimalną odległość tj. zmiana z: 200 m w stosunku do innych nośników reklamowych formatów średniego lub dużego; na: 100 m w stosunku do innych nośników reklamowych formatów średniego lub dużego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia tak znacznej liberalizacji przepisu kosztem wymogów ładu przestrzennego.
	52.29.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 2a) tir. 1 **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej minimalną odległość tj. zmiana z: 5 m na: 2 m	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwagę uznano za zasadną w aspekcie zasadności rozbicia uśrednionego dotąd wskaźnika i zróżnicowania wysokich słupów ogłoszeniowo-reklamowych od niskich wraz z nośnikami reklamowymi formatu małego.
	52.30.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 2a) tir. 2 **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej minimalną odległość tj. zmiana z: 10 m na: 5 m	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana liberalizacja przepisu byłaby niewłaściwa z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	52.31.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 2a) tir. 3 **Treść uwagi:** Zmiana zapisu w części określającej minimalną odległość tj. zmiana z: 20 m na: 5 m	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana liberalizacja przepisu byłaby niewłaściwa z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	52.32.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 2b)	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Treść uwagi: Zmiana zapisu w części określającej minimalną odległość wg poniższego: "b) dla wiat przystankowych bez nośnika reklamowego 10m, dla wiat przystankowych posiadających nośniki reklamowe formatu małego 30 m".	Przepis równoważy wynikającą z wymogów ładu przestrzennego konieczność przeciwdziałania zjawisku przesycenia krajobrazu miasta nośnikami reklamowymi z faktem, że wiaty przystankowe nie stanowią dodatkowego, wolnostojącego i służącego przede wszystkim celom reklamowym obiektu w przestrzeni miasta.
	52.33.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 14 pkt 2) **Treść uwagi:** Zmiana okresu dostosowania z 2 lat na 5 lat	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy spełniają ustawowy warunek i są kompromisem między dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany, a interesem publicznym, którym jest jak najszybsze wprowadzenie w życie ochrony ładu przestrzennego i krajobrazu miasta.
	52.34.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Załącznik nr 1** ("Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń") **§ 3 pkt 1** **Treść uwagi:** Zmiana zapisu wg poniższego: "1) nośników reklamowych formatu większego, dużego, średniego i małego: (...)"	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Nieuwzględnienie uwagi jest konsekwencją nieuwzględnienia uwagi postulującej wprowadzenie do projektu Uchwały nośników reklamowych formatu „większego”.
	52.35.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Załącznik nr 1** ("Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń") **§ 3 pkt 1b** **Treść uwagi:** Uzupełnienie zapisu poprzez dodanie następującej treści: " - Wybrzeże Gdyńskie "	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Postulowane rozwiązanie byłoby niezgodne z wymogami ładu przestrzennego z uwagi na przyrodniczy charakter krajobrazu ulicy, a także z przyjętą zasadą niesytuowania wolnostojących nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego na terenach systemu przyrodniczego m.st. Warszawy.
	52.36.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Załącznik nr 1** ("Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń") **§ 3 pkt 1b** **Treść uwagi:** Uzupełnienie zapisu poprzez dodanie następującej treści: " - Wybrzeże Helskie "	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Postulowane rozwiązanie byłoby niezgodne z wymogami ładu przestrzennego z uwagi na przyrodniczy charakter krajobrazu ulicy, a także z przyjętą zasadą niesytuowania wolnostojących nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego na terenach systemu przyrodniczego m.st. Warszawy.
	52.37.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Załącznik nr 1** ("Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń") **§ 3 pkt 1b** **Treść uwagi:** Uzupełnienie zapisu poprzez dodanie następującej treści: " - Wybrzeże Szczecińskie "	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Postulowane rozwiązanie byłoby niezgodne z wymogami ładu przestrzennego z uwagi na częściowo przyrodniczy charakter krajobrazu ulicy, a także z przyjętą zasadą niesytuowania wolnostojących nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego na terenach systemu przyrodniczego m.st. Warszawy.
	52.38.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:**	

		Załącznik nr 1 ("Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń") **§ 3 pkt 1b** **Treść uwagi:** Uzupełnienie zapisu poprzez dodanie następującej treści: " - Wał Miedzeszyński"	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Postulowane rozwiązanie byłoby niezgodne z wymogami ładu przestrzennego z uwagi na częściowo przyrodniczy charakter krajobrazu ulicy, a także z przyjętą zasadą niesytuowania wolnostojących nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego na terenach systemu przyrodniczego m.st. Warszawy.
	52.39.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Załącznik nr 1** ("Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń") **§ 3 pkt 2** **Treść uwagi:** Zmiana zapisu wg poniższego: "1) nośników reklamowych formatu dużego, średniego i małego: (...)"	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Postulowana, radykalna liberalizacja przepisu byłaby niezgodna z wymogami ładu przestrzennego.
	52.40.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Załącznik nr 1** ("Opis granic obszarów, dla których Uchwała przewiduje różne zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń") **§ 3 pkt 3** **Treść uwagi:** Zmiana zapisu wg poniższego: "1) nośników reklamowych formatu średniego i małego: (...)"	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Postulowana, radykalna liberalizacja przepisu byłaby niezgodna z wymogami ładu przestrzennego.
Cityboard Media Sp. z o.o.	**53.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 14 pkt. 2 **Treść uwagi:** Wyznaczenie zbyt krótkiego (2-letniego) terminu na dostosowanie „pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych" do zasad i warunków określonych w Projekcie uchwały. Proponujemy jego wydłużenie i zróżnicowanie tj. wprowadzenie dłuższych 5ięcioletnich terminów dostosowania do treści uchwały legalnie istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami o gabarytach większych niż dopuszczone uchwałą, w celu zminimalizowania szkód wyrządzonych uchwałą u legalnie działających podmiotów gospodarczych z branży reklamowej. Na terenie Warszawy funkcjonuje wiele nośników reklamowych o powierzchni ekspozycyjnej przekraczającej wartości dopuszczalne w projekcie uchwały tj. większe niż nośniki reklamowe formatu dużego (który w projekcie uchwały ma maksymalnie 18 mkw). Tytułem przykładu wskazać należy, iż na terenie Warszawy zlokalizowany jest należący do spółki Cityboard Media sp. z o.o. nośnik reklamowy formatu Megacityboatd o wymiarach tablicy ekspozycyjnej 18 x 9 m. Wskazane nośniki reklamowe funkcjonują legalnie od wielu lat. Zostały one wzniesione na podstawie ważnych decyzji administracyjnych i nie są przedmiotem jakichkolwiek uwag czy skarg, a w przypadku obowiązku ich dostosowania w terminie 2 lat od wejścia w życie uchwały do przepisów uchwały będą one musiały być prawdopodobnie często rozebrane, co narazi ich właścicieli i operatorów na niedające się w przeszłości przewidzieć straty majątkowe (na szkodę). Rada Miasta Stołecznego Warszawa jako organ władzy publicznej RP zobowiązany do przestrzegania Konstytucji RP, w tym zawartego w art. 21 Konstytucji nakazu ochrony własności prywatnej i zakazu wywłaszczań bez odszkodowania, powinna dążyć do zminimalizowania szkód majątkowych wyrządzonych przy okazji wejścia w życie uchwały u podmiotów działających legalnie w branży reklamowej, tj. powinna w taki sposób zmienić regulacje 14 pkt 2 projektu uchwały, aby wprowadzić różne okresy dostosowawcze dla nośników reklamowych o różnej wielkości (i tym samym o większej wartości ekonomicznej dla ich właścicieli), tj. powinna wprowadzić dłuższe okresy dostosowawcze dla nośników o wymiarze większym niż dopuszczalny uchwałą, czyli większych niż 18 mkw. Spółka postuluje, aby wprowadzić w projekcie uchwały takie zróżnicowane, a w jego ramach ww. 5cioletni okres dostosowawczy dla nośników reklamowych o gabarytach większych niż dopuszczalne	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy spełniają ustawowy warunek i są kompromisem między dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany, a interesem publicznym, którym jest jak najszybsze wprowadzenie w życie ochrony ładu przestrzennego i krajobrazu miasta. Wydłużenie okresu dostosowania o dodatkowe 3 lata oznaczałoby bardzo późne rozpoczęcie procesu uporządkowania przestrzeni Warszawy, pozostawiając bez odpowiedzi oczekiwania społeczne w tym zakresie. Działalność branży reklamy zewnętrznej odbywa się w warunkach swobody prowadzenia działalności gospodarczej i nie podlega nadzorowi gminy, w związku z czym Urząd m.st. Warszawy nie dysponuje danymi dotyczącymi działalności operacyjnej tych podmiotów. Wnoszący uwagę nie sprecyzował informacji o liczbie posiadanych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, które podlegałyby dostosowaniu. Należy jednocześnie zauważyć, że Uchwała nie reguluje sposobu sytuowania obiektów budowlanych jako takich i nie nakazuje ich rozbiórki, a jedynie reguluje możliwości ich wykorzystywania na potrzeby działalności reklamowej.

		uchwałą. Umożliwi to spokojny demontaż, bez zaskakiwania operatorów tablic nagłym obowiązkiem ich demontażu i wysokimi stratami finansowymi z tego tytułu (w tym utracony zysk). Powyższe wynika przede wszystkim z dłuższej żywotności takich nośników reklamowych oraz większych kosztów i problemów organizacyjnych związanych z demontażem takich nośników reklamowych. Nie bez znaczenia pozostaje także kwestia planowania budżetowego oraz uzależnienia terminu realizacji demontaży od dostępności wykonawców robót rozbiórkowych, którzy dysponują odpowiednim do ich wykonania sprzętem. Należy podkreślić, iż dostępność takich firm jest ograniczona, co dodatkowo utrudnia rozplanowanie wykonania demontaży nośników reklamowych w czasie. Ponadto w przypadku realizacji demontaży wielu nośników reklamowych, zachodziła będzie konieczność uprzedniego uzyskania odpowiednich zgód i pozwoleń jak chociażby uzyskanie zgody Zarządu Dróg Miejskich na zajęcie pasa drogowego czy decyzji o pozwoleniu na rozbiórkę, co dodatkowo wydłuży całą procedurę. Należy również zauważyć, że demontaże nośników reklamowych - szczególnie nośników wielkoformatowych, posiadających tablicę ekspozycyjną o wielkości 48 m^2 i większych - nie będą mogły zostać zrealizowane w okresie zimowym, z uwagi na brak możliwości wykonywania prac demontażowych wielkogabarytowych fundamentów w ujemnych temperaturach. Dlatego konieczne będzie rozłożenie demontaży nośników reklamowych niespełniających wymagań wskazanych w Uchwale w czasie, na okres wielu miesięcy, a nawet kilku lat. Wskazać ponadto należy, iż powyższy postulat uwzględniony został w uchwałach krajobrazowych miast w Polsce. Dla przykładu w uchwale nr XXXVII/96 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 16 listopada 2016 r. w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane, dla części nośników reklamowych zastosowany został 5 letni okres dostosowawczy. Wydłużone okresy dostosowawcze dla nośników reklamowych zawarte zostały ponadto w projektach uchwał krajobrazowych miasta Szczecin oraz gminy Suchy Las.	
	53.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Nieprecyzyjny zapis zakazujący sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na nieruchomościach, na których sytuowane są budynki o funkcji oświatowej, szkolnictwa wyższego oraz urzędów organów administracji publicznej — nie wiadomo czy dotyczy to także obiektów, gdzie placówki oświatowe, uczelnie, urzędy czy organy administracji publicznej jedynie wynajmują powierzchnie użytkowe na zasadach komercyjnych. Mianowicie niejednokrotnie placówki oświatowe, szkoły wyższe oraz urzędy organów administracji publicznej wynajmują lokale użytkowe w prywatnych budynkach/biurowcach, w których swoją działalność prowadzi również wiele innych podmiotów gospodarczych. W ocenie Spółki w takim przypadku brak uzasadnienia w przepisach prawa, aby na takich nieruchomościach wprowadzać zakaz sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, skoro stanowią one przedmiot prywatnej własności i swobodnego dysponowania nimi przez ich właścicieli. Dlatego ograniczenie to powinno być wykreślone.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Określono, że chodzi o dominujący charakter danej funkcji w budynku.
	53.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt 2 **Treść uwagi:** Zakaz sytuowania na dachach budynków jakichkolwiek innych reklam niż litery ażurowe, a także zakaz sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na budynkach niższych niż 25 m bezpośrednio uderza w firmy reklamowe, które dysponują tego typu nośnikami reklamowymi. Nie można przy tym zgodzić się ze stanowiskiem prezentowanym przez autora Projektu uchwały, zgodnie z którym *„sytuowanie nieażurowych nośników reklamowych na dachach budynku rażąco ingeruje w ład przestrzenny, zasadniczo zmieniając kompozycję architektoniczną budynku.”* Reklamy na dachach budynków nie ingerują w ład przestrzenny w większym stopniu niż reklamy w formie liter ażurowych. Bezcelowe jest także dopuszczenie tablic i urządzeń reklamowych tylko na wieżowcach wyższych niż 25 m i odpowiednio 35 m (w zależności od obszaru), co stanowi *a contrario* o jednoczesnym zakazie sytuowania ich na dachach budynków niższych - na budynkach o wys. 25 czy 35 m 3metrowe tablice i urządzenia reklamowe i tak nie będą widoczne (są wszakże obserwowane z poziomu ziemi), natomiast zasadnym jest	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Oddziaływanie przestrzenne nośników reklamowych o formie ażurowej i o formie nieprzeziernej, jednolitej płaszczyzny różni się zasadniczo, bowiem te drugie, z uwagi na swój monolityczny charakter, stanowią optyczne przedłużenie elewacji budynku, a tym samym silną ingerencję w kompozycję urbanistyczną otoczenia i architektoniczną samego budynku. Jednocześnie, z uwagi na wymogi ładu przestrzennego, sytuowanie ażurowych nośników reklamowych na dachach budynków nie powinno mieć charakteru powszechnego, a jedynie dotyczyć budynków o wyróżniającej się skali. Analiza tego typu nośników w krajobrazie miasta nie potwierdza tezy, że są one niewidoczne z poziomu ziemi, o ile budynek posiada odpowiednią ekspozycję.

		dopuszczenie ich lokowania na dachach budynków o niższej wysokości, bo właśnie na takich budynkach ich ekspozycja nie kłóci się z ładem przestrzennym, a jednocześnie są one dobrze widoczne.	
	53.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 11 ust. 2 pkt 4 lit c) w zw. z § 14 pkt. 2 **Treść uwagi:** Wyznaczenie zbyt krótkiego (2-letniego) terminu na dostosowanie nośników reklamowych w zakresie wymogów dotyczących użytych do ich budowy materiałów budowlanych. Z uwagi na fakt, iż wiele legalnie istniejących nośników reklamowych nie została wykonana z materiałów budowlanych wskazanych w Projekcie, będzie zachodziła konieczność ich dostosowania także w tym zakresie. Powyższe spowoduje, iż w trakcie 2 letniego okresu dostosowawczego przedsiębiorstwa reklamowe będą zmuszone nie tylko do demontażu części nośników reklamowych, ale również do poniesienia dodatkowych wydatków inwestycyjnych celem dostosowania pozostałych nośników reklamowych, do zawartych w Projekcie wymogów dotyczących użytych materiałów budowlanych. W związku z powyższym postulujemy wprowadzenie dodatkowego 5cioletniego okresu dostosowawczego dla legalnie posadowionych nośników reklamowych nie spełniających wymogów w zakresie użytych do ich budowy materiałów budowlanych.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy spełniają ustawowy warunek i są kompromisem między dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany, a interesem publicznym, którym jest jak najszybsze wprowadzenie w życie ochrony ładu przestrzennego i krajobrazu miasta. Wydłużenie okresu dostosowania o dodatkowe 3 lata oznaczałoby bardzo późne rozpoczęcie procesu uporządkowania przestrzeni Warszawy, pozostawiając bez odpowiedzi oczekiwania społeczne w tym zakresie.
	53.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 3 pkt 1 lit. b) załącznika nr 1 **Treść uwagi:** Brak faktycznej możliwości sytuowania nośników reklamowych formatu dużego na wskazanych w załączniku odcinkach ul. Armii Krajowej, al. Legionów Piłsudskiego, al. POW, al. gen. M. Wittek z uwagi na zainstalowane przy drodze ekrany akustyczne. Ponadto przy wskazanym w załączniku odcinku ul. Obrońców Grodna zlokalizowane są rodzinne ogrody działkowe, na których zgodnie z § 8 pkt 1 lit b) Projektu istnieje zakaz sytuowania jakichkolwiek nośników reklamowych. W związku z powyższym postulujemy o wykonanie ponownej analizy dróg m.st. Warszawy pod kątem możliwości faktycznego sytuowania nośników reklamowych oraz dokonanie odpowiedniej korekty w §3 pkt 1 lit. b) załącznika nr 1 do Projektu. W pozostałym zakresie wskazujemy, iż uwagi złożone przez naszą Spółkę do pierwszego Projektu tej uchwały (złożone w BAIPP w lipcu 2017 r.) pozostają aktualne również w stosunku do bieżącej wersji Projektu, w szczególności ponownie podkreślamy konieczność uwzględnienia naszych uwag zawartych w pkt 1, 2 i 3 tego pisma (kopia w załączeniu).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ekrany akustyczne stanowią techniczny element wyposażenia pasa drogowego, który może być w przyszłości instalowany bądź demontowany w zależności od natężenia ruchu i odpowiadającej mu emisji hałasu w sposób nieprzewidywalny z obecnej perspektywy. W związku z powyższym, przesądzenia dotyczące dopuszczeń sytuowania nośników reklamowych wzdłuż ciągów ulicznych powinny abstrahować od tego zagadnienia. Ewentualny brak uzasadnienia rynkowego dla sytuowania nośnika reklamowego w danym miejscu i czasie pozostaje przedmiotem swobodnej oceny podmiotów gospodarczych – projekt Uchwały nie zawiera przepisów nakazujących, lecz jedynie dopuszczające sytuowanie nośników reklamowych. Dopuszczenie sytuowania nośnika reklamowego wzdłuż danego ciągu dotyczy pasa w określonej odległości od jezdni, a więc również części działki drogowej, a nie jedynie nieruchomości do tej działki przyległej.
	53.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział I „Przepisy ogólne” Par 3 pkt 35-37 **Treść uwagi:** **Wadliwa definicja formatów reklam i ograniczenie rodzajów dopuszczalnych ich form ekspozycyjnych.** Dla celów porządkowych polska branża reklamy zewnętrznej przyjmuje od lat wzorem standardów krajów Europy Zachodniej klasyfikację powierzchni ekspozycyjnych nośników reklamy. Zgodnie z tą klasyfikacją, nośnik o powierzchni ekspozycyjnej od 9 m kw do 18 m kw określany jest jako standardowy lub średni, zaś nośniki do 9 m kw to nośniki małe. W branży reklamowej jako nośniki formatu dużego określa się natomiast nośniki reklamy o powierzchni ekspozycyjnej powyżej 18 m kw do 50 m kw. Istnieje także format wielki o powierzchni ekspozycji większej niż 50 m kw. Doświadczenia pokazują, że ww. format średni (9-19 m kw) jest to format najchętniej wykorzystywany w Polsce i cieszący się największym uznaniem reklamodawców. Ten format z jednej strony gwarantuje, że plakat jest dobrze widoczny dla użytkowników drogi – zarówno zmotoryzowanych jak i pieszych, a z drugiej strony doskonale wkomponowuje się w zastany ład przestrzenny, nie stanowiąc agresywnej ingerencji w estetykę przestrzeni publicznej i krajobraz, przykuwającej do siebie całą uwagę odbiorców. Jest to format najczęściej stosowany w reklamie systemowej, niejako przyjęty standard legalnej reklamy wielkoformatowej. Format ten wpisał się w krajobraz miast Polski i w szeroko zrozumiany ład przestrzenny, nie jest agresywny dla przestrzeni miejskiej i znakomicie spełnia swoje społeczno-	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przyjęte nazewnictwo formatów powierzchni ekspozycyjnych nośników reklamowych wychodzi z ugruntowanej praktyki planistycznej m.st. Warszawy, opartej m.in. w Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego m.st. Warszawy i Zarządzeniu Prezydenta m.st. Warszawy nr 961/2007. Brak jest uzasadnienia dla przedstawionej w uwadze tezy o doskonałym wkomponowaniu się w krajobraz nośnika reklamowego formatu 18 m2. Znaczne rozmiary powierzchni ekspozycyjnej oraz wysokość takiego elementu jednoznacznie predestynują go do lokalizacji o niskiej jakości i stopniu zurbanizowania, co znajduje swój wyraz w przesądzeniach projektu Uchwały. Wskazany, ekologiczny charakter wyświetlaczy w porównaniu do nośników tradycyjnych nie został w przedstawionej argumentacji udokumentowany kalkulacją bilansu ekologicznego obu typów nośników na przestrzeni całego życia produktu. Należy podkreślić, że immanentnymi cechami tego typu nośników jest silna wizualna ingerencja w krajobraz, możliwy do wywołania u obserwatora dyskomfort i negatywny wpływ tego

		gospodarcze przeznaczenie, jakim jest zarówno reklama, jak i komunikacja na temat istotnych wydarzeń społecznych. Z tej przyczyny wolnostojącej nośniki reklamowe tego formatu dopuszczane są od lat przez organy wydające pozwolenia na budowę i przyjmujące zgłoszenia robót budowlanych. Dlatego nieprawidłowe jest, że format określany jako średni w branżowej i fachowej literaturze został w projekcie warszawskiej Uchwały krajobrazowej określony jako duży i został on poprzez kolejne regulacje projektu Uchwały (o czym poniżej) praktycznie zakazany na terenie naszego miasta, ponieważ ograniczono możliwość jego funkcjonowania i lokowania do bardzo krótkich odcinków tras szybkiego ruchu na obrzeżach miasta i na przedmieściach. Natomiast formaty powyżej 18 m kw są jako w ogóle niewymienione w projekcie Uchwały przez to *a contrario* całkowicie zakazane. W naszej ocenie format od 9 do 18 m kw powinien być w uchwale określony jako średni, natomiast format duży winien być określony jako format od 18 m kw do maksymalnie 50 m kw, co odpowiada standardom Europy Zachodniej. Należy także zauważyć, że na terenie naszego miasta znajdują się wyjątkowo nieliczne nośniki reklamowe o powierzchni powyżej 50 m kw. Funkcjonują one legalnie już wiele lat, zostały wzniesione na podstawie ważnych decyzji administracyjnych i nie są przedmiotem skarg czy jakichkolwiek uwag. Warto w takim wypadku dokonać audytu pod kątem ich lokalizacji i rozważyć dopuszczenie wyjątkowo ich funkcjonowania tylko i wyłącznie w aktualnych lokalizacjach. Ponadto z niewiadomych powodów w par 3 pkt 35 projektu ogranicza się możliwość ekspozycji treści reklamowych na nośnikach o formacie od 9 do 18 m kw włącznie do treści w formie plakatów, tym samym wyłączając dopuszczalność nowych ekologicznych form nośników reklamowych np. w formie wyświetlaczy, które są dopuszczalne w przypadku uregulowanych w pkt 36 i 37 nośników o mniejszych formatach. W naszej ocenie jest to krótkowzroczne, sprzeczne z zasadami ekologii i ogranicza w sposób dyskryminacyjny operatorów większych nośników reklamowych.	typu instalacji na bezpieczeństwo ruchu. Brak jest uzasadnienia przestrzennego dla dopuszczenia dalszego funkcjonowania szczególnie mocno ingerujących w kontekst urbanistyczny nośników reklamowych o wielkich formatach (powyżej 50 m^2) na terenie m.st. Warszawy w oderwaniu od zaproponowanych ogólnych regulacji.
	53.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III, rozdział 5 par. 14 **Treść uwagi:** **Dział III „Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami”, rozdział 5 par 14 – zbyt krótkie okresy dostosowawcze bez uwzględnienia praw nabytych.** W rozdziale 5 dotyczącym zasadniczo nośników reklamowych na pojazdach znalazł się (z punktu widzenia systematyki całej Uchwały nieprawidłowo, gdyż w ten sposób odnosi się wyłącznie do reklam na pojazdach, a nie do pozostałych rodzajów nośników reklam) przepis Par 14 nakazujący dostosowanie istniejących tablic i urządzeń reklamowych do przepisów Uchwały w terminie dwóch lat od jej wejścia w życie. Przepis ten uniemożliwia jego prawidłowe stosowanie w przyszłości, bo jest niejasny, tj. nie konkretyzuje, na czym polegać owo „dostosowanie”, a ponadto zawiera zbyt krótki okres dostosowawczy wynoszący jedynie 2 lata. Projekt Uchwały w tym punkcie wadliwie nie dokonuje w ogóle zróżnicowania sytuacji prawnej legalnych urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, które zostały wzniesione w m.st. Warszawa na podstawie ważnych pozwoleń na budowę lub zgłoszeń prac budowlanych oraz takich urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, które zostały wzniesione nielegalnie i stanowią samowolę budowlaną. Treść omawianego paragrafu w nawiązaniu do całokształtu regulacji należy rozpatrywać w kategoriach ochrony praw nabytych, utraty korzyści i potencjalnych roszczeń odszkodowawczych za brak możliwości kontynuowania dotychczasowego sposobu zagospodarowania działki (brak możliwości dalszego funkcjonowania nośników reklamowych) ze strony zarówno właścicieli i innych podmiotów wydzierżawiających teren pod legalne nośniki reklamowe, jak i operatorów tych nośników reklamowych. Mianowicie w projekcie Uchwały nie ustanowiono żadnego mechanizmu ochrony praw nabytych podmiotów, które przed wejściem w życie Uchwały wzniosły na terenie Warszawy urządzenia reklamowe i tablice reklamowe na podstawie ważnych pozwoleń na budowę lub zgłoszeń prac budowlanych. Wprowadza się za to nakaz „dostosowania” tych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do postanowień Uchwały, co w efekcie będzie równoważne z nałożeniem, między innymi na spółkę Cityboard Media sp. zoo. obowiązku ich rozbiórki, mimo nieorzeczenia wobec tych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nakazu rozbiórki we właściwym trybie przewidzianym w art. 48, art. 50 lub art. 51 Prawa budowlanego, bo spółka praktycznie będzie tak długo karana karami administracyjnymi za „niedostosowanie”, aż sama będzie zmuszona je zlikwidować. Stawia to nośniki wzniesione legalnie na	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Rada gminy nie jest upoważniona do oceny zgodności z Konstytucją RP zapisów ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne. Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym nie przewiduje mechanizmów kompensacyjnych związanych z wejściem w życie uchwały określającej zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

		równi z nośnikami stawianymi „na dziko” jako samowola budowlana i stanowi niedopuszczalną dyskryminację podmiotów działających zgodnie z literą prawa. W projektowanym akcie prawnym nie ustanowiono również stosownej rekompensaty pieniężnej (odszkodowania) w przypadkach konieczności „dostosowania” do wymogów Uchwały urządzeń reklamowych i tablic reklamowych, które zostały wzniesione w Warszawie na podstawie ważnych pozwoleń na budowę lub zgłoszeń prac budowlanych przez ich rozbiórkę, co jest równoważne w skutkach z ich wywłaszczeniem i ograniczeniem wolności działalności gospodarczej. Dodatkowo trzeba wskazać, że projektodawca posługuje się niedookreślonym pojęciem „dostosowania” bez wystarczającego zdefiniowania lub skonkretyzowania, jakie dokładnie czynności w celu tego „dostosowywania” mieliby podjąć właściciele ww. urządzeń reklamowych i tablic reklamowych (rozbiórka, przemieszczenie lub zmniejszenie, a jeśli tak, to w jakim trybie). Z uwagi na powyższe zastrzeżenia natury prawnej i przewidywane koszty takiego „dostosowania” w tym koszty obsługi prawnej, w związku z prawdopodobnymi roszczeniami odszkodowawczymi właścicieli legalnych nośników reklamowych oraz osób wydzierżawiających tereny pod nośniki reklamowe na terenie Warszawy **postulujemy znaczne wydłużenie okresu dostosowawczego do 25 lat labo całkowite wyłączenie z obowiązku dostosowania istniejących w chwili wejścia w życie Uchwały krajobrazowej w Warszawie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych posadowionych zgodnie z przepisami Prawa budowlanego.** W celu dokonania prawidłowej tj. zgodnej z Konstytucją RP implementacji przepisu art. 37a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w projekcie uchwały krajobrazowej dla Warszawy, czyli w celu doprowadzenia do pogodzenia wykładni tego przepisu z ww. zasadą ochrony praw nabytych podmiotów, które uzyskały w sferze prawa administracyjnego uprawnienia wynikające z ostatecznych pozwoleń na budowę lub zgłoszeń robót budowlanych i zrealizowanych w oparciu o te akty administracyjne legalnie robót budowlanych Rada m.st. Warszawy powinna wprowadzać szczególny – lecz w swej istocie prosty – mechanizm ochrony tych praw, np. w postaci wydłużonego okresu, po upływie którego te istniejące tablice reklamowe i urządzenia reklamowe należy dostosować do wymogów Uchwały. W naszej ocenie okres ten powinien odpowiadać okresowi żywotności (trwałości, amortyzacji) przedmiotowych tablic i urządzeń reklamowych i wynosić np. około 25 lat, bo po tym okresie te tablice i urządzenia reklamowe i tak będą podlegały usunięciu przez ich właścicieli jako zużyte, przez co zapewniona zostanie należyta ochrona ich praw. Ustanowiony w projekcie uchwały okres dostosowawczy dwóch lat nie jest wystarczający, aby taką ochronę zapewnić, gdyż tablice i urządzenia reklamowe mające charakter obiektów budowlanych mają dużo dłuższy okres trwałości w rozumieniu przepisów Prawa budowlanego. Poniżej wskazujemy, że niektóre gminy w Polsce stosują już wyżej postulowane rozwiązania. Dla przykładu **Rada Gminy Kobylnica** w podjętej uchwale nr XXXIII/270/2016 z dnia 25 listopada 2016 r. w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małe architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane powyższy problem uregulowała w następujący sposób: „Określa się termin dostosowania istniejących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (łącznie z szyldami), z wyłączeniem tablic reklamowych i urządzeń reklamowych posadowionych zgodnie z przepisami Prawa budowlanego, na 60 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej Uchwały”. Także w założeniach do projektu Uchwały krajobrazowej miasta **Szczecin** ustalono, że „Istniejące w dniu wejścia w życie Uchwały tablice reklamowe i urządzenia reklamowe: usytuowane do dnia 1 stycznia 1989 r.; usytuowane po dniu 1 stycznia 1989 r. na podstawie zgłoszenia robót budowlanych niewymagających pozwolenia na budowę, do którego organ administracji architektoniczno-budowlanej nie wniósł skutecznie sprzeciwu lub na podstawie decyzji o pozwoleniu na budowę – mogą pozostawać w dotychczasowym stanie.” Wskazujemy ponadto, że w projekcie warszawskiej uchwały krajobrazowej nie jest określone, kto miałby ponieść koszty finansowe wejścia w życie uchwały w projektowanym brzmieniu przede wszystkim w aspekcie odszkodowań za demontaż legalnie wzniesionych nośników reklamowych, czy też opłacenia kosztów demontażu albo szerzej „dostosowania” istniejących nośników reklamowych do zapisów uchwały oraz zysków utraconych przez wydzierżawiających teren pod nośniki reklamowe i przez operatorów tych nośników, takich jak nasze przedsiębiorstwo. Ustanawiając ww. krótki okres dostosowawczy Miasto Stołeczne Warszawa naraża się na znaczne roszczenia odszkodowawcze ze strony tych podmiotów.	Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy spełniają ustawowy warunek i są kompromisem między dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany, a interesem publicznym, którym jest jak najszybsze wprowadzenie w życie ochrony ładu przestrzennego i krajobrazu miasta.

		Ponieważ projekt uchwały nie przewiduje żadnych wyjątków dla istniejących przed dniem wejścia w życie uchwały legalnie wzniesionych tablic i urządzeń reklamowych, to skutkiem prawnym ww. postanowień uchwały w tym zakresie będzie obowiązek usunięcia przez spółkę prawie wszystkich wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych, jako niedopuszczalnych w przyszłości w tych miejscach. Naszym zdaniem konieczność ochrony krajobrazu i estetyki przestrzeni publicznej w zaproponowany sposób nie uzasadnia ograniczenia przysługujących naszej spółce praw nabytych. Jednocześnie stwierdzamy, że nie wydano żadnych decyzji administracyjnych wygaszających uzyskane przez nas ostateczne decyzje o pozwoleniu na budowę i zgłoszenia/potwierdzenia przyjęcia zgłoszeń tablic i urządzeń reklamowych na terenie Warszawy, ani nie wydano decyzji o ich rozbiórce. Ponadto przepisy ustawy wprowadzającej art. 37a i następne ustawy o pzp, ani inne przepisy prawa nie zawierają żadnego przepisu o tym, że ww. pozwolenia na budowę/potwierdzenie zgłoszeń i nabyte w ich wyniku prawa naszej spółki w postaci prawa do użytkowania wzniesionych na ich podstawie nośników reklamowych stracą moc lub wygasną z chwilą wejścia w życie przedmiotowej uchwały lub z chwilą, gdy upłyną przewidziane okresy dostosowawcze. Z jednej zatem strony nasza spółka będzie w przyszłości nadal posiadała wszelkie wymagane prawem decyzje administracyjne (w tym ostateczne pozwolenia na budowę) i nabyła wszelkie podlegające konstytucyjnej ochronie wynikające z nich prawa w sferze prawa administracyjnego, aby w sposób legalny kontynuować swoją działalność gospodarczą w Warszawie w formie tych tablic i urządzeń reklamowych (wynajem powierzchni reklamowej), zaś z drugiej strony ww. przepisy projektu uchwały nakazują zlikwidowanie ww. tablic i urządzeń reklamowych w tych miejscach po upływie okresów dostosowawczych jako niedopuszczalnych, mimo że nie orzeczono wobec tych tablic nakazu rozbiórki i brak jest również podstaw do orzeczenia takiego nakazu przez właściwe organy w przyszłości. Podsumowując ten aspekt wskazujemy również, że istniejące przepisy prawa o podobnym charakterze, a mianowicie przepisy dotyczące uchwalania miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, które tak jak Uchwały krajobrazowe też mają charakter aktów prawa miejscowego, nie dopuszczają wstecznego „delegalizowania” istniejących na danym terenie obiektów budowlanych, nawet jeśli uchwalony później miejscowy plan zagospodarowania przewiduje inne przeznaczenie danego terenu. Zasadę tę wyraża art. 35 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Miejscowy plan nie ma zatem charakteru retrospektywnego i nie działa wobec istniejących legalnie obiektów ze skutkiem wstecznym, który nakazywałby po wejściu w życie planu ich rozbiórkę lub zmianę ich przeznaczenia, tak jak czyni to projektowana przez Państwa Uchwała krajobrazowa dla m.st. Warszawy wobec tablic i urządzeń reklamowych. Podobnie w przypadku zmiany tzw. przepisów technicznobudowlanych dotyczących budynków[1] nie istnieje obowiązek dostosowania do nich istniejących obiektów, nawet jeśli nowe przepisy na przyszłość zakazują lub wykluczają pewne rozwiązania techniczne. Przykładowo można tu wskazać, że obecnie dla nowych budynków powyżej 9,5 m od posadzki parteru do posadzki ostatniej kondygnacji obowiązkowa jest instalacja dźwigów osobowych (wind). Natomiast obowiązek ten nie dotyczy budynków starszych i znacznie wyższych, które zostały zbudowane w innym stanie prawnym (kiedyś windę w budynkach wielorodzinnych należało budować tylko, gdy miały więcej niż 4 kondygnacje). Nie ma obowiązku dobudowania do nich wind po zmianie przepisów. Podsumowując rozważania w tym punkcie wygląda na to, że jedyne tablice i urządzenia reklamowe w Warszawie mają stać się obiektami budowlanymi „gorszego sortu”, których zasada ochrony praw słusznie nabytych nie będzie obejmować. W naszej ocenie jest to niedopuszczalne. 1 Rozporządzenie Ministra Infrastruktury w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytowanie, Dz. U. 2002 Nr 75, poz. 690, t.j. Dz. U. z 2015 r. poz. 1422.	
	53.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III rozdział 1 par. 9 ust. 1 pkt 1 lit. b i c) **Treść uwagi:** **Dział III „Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami”, rozdział 1 „Regulacje ogólne” Par 9 ust. 1 pkt. 1 lit. b i c) – zakaz tablic i urządzeń reklamowych na gruntach rolnych i leśnych oraz terenach ROD.** Zdziwienie budzi zawarty w **Par 9 ust. 1 pkt. 1 lit b) i c)** projektu Uchwały krajobrazowej generalny zakaz sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na gruntach rolnych i leśnych oraz na terenach rodzinnych ogrodów działkowych. Nie jest nam znane żadne uzasadnienie takich zakazów, w	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapis wykluczający sytuowanie tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych na terenach rolnych, leśnych i rodzinnych ogrodów działkowych (ROD) wynika z zasadniczego celu Uchwały, jakim jest dążenie do przywrócenia ładu przestrzennego na terenie m.st. Warszawy. Brak jest uzasadnienia dla sytuowania obiektów budowlanych na wartościowych krajobrazowo obszarach miasta w sposób obniżający ich jakość przestrzenną i powierzchnię biologicznie czynną w celach

		szczególności, że istniejące nośniki reklamowe nie blokują działalności rolnej ani leśnej ani ogrodów działkowych. Dlatego proponujemy usunąć ten zapis z projektu Uchwały. Ponadto sformułowanie „grunty rolne i leśne”, bez odwołania do źródła prawnego określenia takich użytków pozostawia pole do sprzecznych interpretacji. Szeroko rozumiane przepisy planistyczne dozwalają na zabudowę gruntów formalnie oznaczonych w ewidencji gruntów jako takie użytki rolne lub leśne. Czynią to zarówno miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego, jak i decyzje o warunkach zabudowy. Doświadczenia związane z procesami inwestycyjnymi na terenie naszego miasta pozwalają na wysnucie tezy, że Warszawa posiada wiele działek ewidencyjnych formalnie o charakterze użytków rolnych, lecz zabudowanych i zagospodarowanych różnymi funkcjami: mieszkaniowymi, handlowymi, usługowymi etc. W strukturach użytków gruntowych wiele dzielnic dominują tzw. grunty rolne (np. Wawer). Zapis omawianego punktu projektowanej Uchwały krajobrazowej w proponowanym brzmieniu nie uwzględnia zatem rzeczywistego stanu struktury użytków m.st. Warszawy. Zapis w proponowanym brzmieniu jest nieokreślony i nazbyt restrykcyjny, nie uwzględnia wyjątków, wynikających choćby z dotychczasowego sposobu zagospodarowania nieruchomości. Także zakaz sytuowania nośników reklamowych na terenach rodzinnych ogrodów działkowych (ROD) jest pozbawiony uzasadnienia faktycznego i prawnego. Co do zasady, przeznaczenie terenów rodzinnych ogródków działkowych nie stoi w sprzeczności z funkcjonowaniem nośników reklamowych. Ilość zawartych umów firm branży reklamy zewnętrznej z rodzinnymi ogrodami działkowymi potwierdza tylko istnienie takich stosunków społecznych i potrzebę ich dalszego funkcjonowania. Projektowana Uchwała abstrahuje od tej rzeczywistości i zmierza do wyrugowania reklam z terenów ROD. W tym kształcie zasadnym jest wniosek, że projekt nie odpowiada obecnej rzeczywistości oraz oczekiwaniom ROD i ich użytkowników. Większość ROD w Warszawie posiada ważne i długoletnie umowy z firmami reklamowymi dzierżawiącymi tereny, co przynosi znaczne dochody do ich budżetów i pozwala realizować cele statutowe ROD. Należy też zwrócić uwagę na jednoczesną niekonsekwencję projektodawcy dotyczącą sposobu zagospodarowania terenów przyległych do pasa drogowego. Otóż projekt Uchwały dopuszcza sytuowanie nośników reklamowych w pasach drogowych i 10 m w głąb (wręcz wypycha w te lokalizacje nośniki z pozostałych terenów), ponieważ jednak znakomita większość ROD przylega do tras szybkiego ruchu i pasów drogowych, przez to zakaz lokalizacji nośników na ich terenach stoi w kolizji z intencjami projektodawcy, by reklamę zewnętrzną umiejscowić wyłącznie w pasach drogowych i terenach bezpośrednio przyległych.	niezwiązanych z przeznaczeniem tych terenów, tj. gospodarką rolną, leśną czy ogrodnictwem działkowym. Na terenie m.st. Warszawy tereny ROD wyróżniają się szczególnie dużym i chaotycznym nagromadzeniem nośników reklamowych. Sytuacja ta jest nie tylko niezgodna z zasadami ładu przestrzennego, ale i zapisami Ustawy z 13 grudnia 2013 r. o rodzinnych ogrodach działkowych, w szczególności z zapisami art. 3, 4 i 5. ROD stanowią „tereny zielone” i podlegają ochronie przewidzianej w przepisach o ochronie gruntów rolnych i leśnych, a także w przepisach dotyczących ochrony przyrody i ochrony środowiska. Są urządzeniami użyteczności publicznej, służącymi zaspokajaniu wypoczynkowych, rekreacyjnych i innych potrzeb socjalnych członków społeczności lokalnych poprzez zapewnienie im powszechnego dostępu do ROD oraz działek dających możliwość prowadzenia upraw ogrodniczych na własne potrzeby, a także podniesienie standardów ekologicznych otoczenia. Zapis zakazujący sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na terenach rodzinnych ogrodów działkowych jest prawidłowy, z związku z czym brak jest podstaw do wprowadzania zmian w jego brzmieniu.
	53.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III rozdział 2 par. 10 ust. 1 pkt 1 i 2 **Treść uwagi:** **Dział III „Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami”, rozdział 2 Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami – usytuowane na budynkach, par 10 pkt 1 i 2 – wadliwa technika legislacyjna.** Par 10 pkt 1 c) projektu Uchwały dotyczący tablic reklamowych na budynkach jest sformułowany w niedopuszczalnej technice legislacyjnej wielokrotnych (w tym potrójnych) negacji, cyt. „zabrania się sytuowania innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niż poniżej wymienione... w innych lokalizacjach niż poniżej wymienione”, zaś w podpunktach kolejnych do tego paragrafu zawarte są kolejne przeczenia i wyjątki od wyjątków, co czyni prawną dyspozycję zupełnie nieczytelną. Czytając ten przepis można jedynie zgadywać, że Par 10 pkt 1 c) prawdopodobnie zezwala na nośniki średniej i dużej wielkości (3-9 m kw i 9-18 m kw) poza Centrum i poza obszarami ujętymi w ewidencji zabytków pod warunkiem, że na jednej elewacji nie ma ich więcej niż dwa i są ułożone identycznie w pionie lub w poziomie. Przy czym niejasne jest, jak ma funkcjonować ten przepis, jeśli obecnie istnieją już na budynku dwa lub trzy legalne nośniki reklamowe: do którego z nich mają zostać dostosowane pozostałe, jak określić który z nich ma być tym, który ma być zdemontowany całkowicie jak ten trzeci, czyli już niedopuszczalny? Kto będzie to określał? Zupełnie pominięto przy tym szeroko omówioną wyżej zasadę ochronę praw nabytych podmiotów, które je legalnie wzniosły. Nie wiadomo także, co oznacza sformułowanie zwarte w tej regulacji, że reklamy te są dopuszczalne na elewacjach mających „charakter wyłącznie techniczny” - czy to dopuszczenie reklam tylko i wyłącznie na tzw. ślepych ścianach budynków?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest nieaktualna – zapisy w analizowanej w uwadze formie nie znalazły się w wyłożonym do publicznego wglądu projekcie Uchwały.

		Par 10 pkt 2 projektu Uchwały dozwala (jeśli udało się nam prawidłowo odczytać ilość zaprzeczeń zawartych w tym zdaniu) na sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych na dachach budynków wyższych niż 25 m w Centrum i Śródmieściu oraz na dachach budynków wyższych niż 35 m poza centrum (takich poza centrum Warszawy rzecz oczywista nie ma) w postaci ażurowych liter do max 1/10 elewacji jednak nie wyższych niż 6 m. Wynika z tego a contrario, że wszelkie inne nośniki reklamy na dachach niestanowiące ażurowych liter są zabronione (czyli np. billboardy). To także uderza w podmioty, które do tej pory wzniosły takie urządzenia reklamowe na dachach legalnie i zgodnie z literą prawa i narusza ich chronione prawa nabyte. Trzeba przy tym zważyć, że zapis ustawy Prawo budowlane i ich obowiązująca interpretacja przez organy nadzoru budowlanego i sądy administracyjne ogranicza tryb zgłoszenia budowy lub wykonywania robót budowlanych bez konieczności uzyskania pozwolenia na budowę właśnie do instalowania i montowania urządzeń reklamowych na dachach budynków. Praktyka postępowań legalizacyjnych przed PINB wskazuje na możliwość funkcjonowania klasycznych nośników reklamowych w formie ekranów i tablic na dachach budynków. Z tej przyczyny ten przepis projektu Uchwały jest sprzeczny chociażby z tą regulacją Prawa budowlanego.	
	53.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział III rozdział 2 par. 12 **Treść uwagi:** **Dział III „Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami”, rozdział 4 Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe niebędące szyldami – wolnostojące, par 12 wadliwość techniki legislacyjnej prowadząca do niemożności dekodowania norm prawnej w zakresie, które ze wskazanych typów są dozwolone, a które zakazane.** Zapisy par 12 ust 1 projektu Uchwały krajobrazowej i pozostałych ustępów tego paragrafu są wadliwe z punktu widzenia obowiązujących zasad techniki legislacyjnej i wymagają przeformułowania oraz istotnego doprecyzowania. Zastosowane techniki prawodawcze i stylistyczne (w tym wielokrotne negacje „zabrania się” „niebędące” „niespełniające” i wielokrotne, czyli tzw. kaskadowe odesłania do innych przepisów) nie czynią zadość wymogom legislacyjnym i postulatom jasności tekstu prawnego. W istocie ten hermetyczny język jest absolutnie nieczytelny dla laików (np. właścicieli urządzeń reklamowych), którzy będą mieli w przyszłości zastosować Uchwałę w praktyce i ustalać na jej podstawie, które urządzenia reklamowe są dozwolone, a które trzeba będzie usunąć lub jak można będzie w przyszłości lokować reklamy w legalny sposób. Rodzi to istotne niebezpieczeństwo wadliwej lub spornej wykładni poszczególnych zapisów Par 12 Uchwały w przyszłości. W szczególności w par 12 ust.1 projektu Uchwały stanowi: „Zabrania się sytuowania..., w miejscach nie spełniających wymienionych niżej warunków”, po czym następuje pozytywne wyliczenie warunków i jeszcze podwyjątków od nich (potrójne i poczwórne zaprzeczenia, wyjątki od wyjątków od wyjątków), przez co z kontekstu zdania nie wiadomo, czy wyliczone w podpunktach lokalizacje to są te, które są akurat zabronione, czy te, które są dozwolone - jest to nieczytelne nawet dla prawników. Podobnie w par. 12 ust. 2 mówi się o tym, że: „Zabrania się sytuowania innych wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami niż poniżej wymienione i w innych lokalizacjach niż poniżej wymienione” — po czym następuje pozytywne wymienienie w pkt 1 ustandaryzowanych nośników formatu dużego, średniego i małego - w pasach drogowych i wzdłuż pasów drogowych wskazanych w załączniku nr 1 - niejasne jest z tego, czy nośniki reklamowe w pasach drogowych tych dróg to te zabronione, czy też w końcu te dozwolone. Te same błędy pojawiają się też w ustępie 3 tego paragrafu. Mianowicie par. 12 ust. 3 pkt 1 projektu uchwały ustanawia strefy zakazu funkcjonowania innych wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych wokół innych nośników wolnostojących w zależności od ich formatu wg zasady im większy nośnik, tym większa minimalna odległość od następnego nośnika podobnego typu. Jeśli jednak na danym terenie stoi już więcej różnych nośników reklamowych, to nie wiadomo będzie (i uchwała tego nie precyzuje), który z tych nośników jest tym, wokół którego wyznacza się strefę zakazu istnienia wolnostojących nośników reklamowych: czy liczy się wtedy od najstarszego? Brak przy tym również w tym miejscu zróżnicowania nośników legalnych i nielegalnych, może się zatem okazać, że nośnikiem wokół którego będzie wyznaczona strefa zakazu będzie nośnik nielegalny, a ustąpić mu będą musiały nośniki legalne. Określone w par. 12 ust. 3 pkt 2 projektu uchwały minimalne odległości nośników reklamowych wolnostojących poszczególnych typów od krawędzi jezdni, znaków drogowych, budynków, wiat	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest nieaktualna – zapisy w analizowanej w uwadze formie nie znalazły się w wyłożonym do publicznego wglądu projekcie Uchwały.

		przystankowych, skrzyżowań, miejsc pamięci itd. w gęstej zabudowie miejskiej obfitującej co krok w takie elementy infrastruktury, wykluczają w praktyce pozostawienie jakiejkolwiek reklamy wolnostojącej w Warszawie. Tymczasem w latach ubiegłych m.st. Warszawa wydawało pozwolenia na posadowienie nośników reklamowych w konkretnych lokalizacjach. Jednak po upływie okresu dostosowawczego z par. 14 konstrukcje reklamowe nie mają szans pozostać w istniejących lokalizacjach z uwagi na brak możliwości przesunięć reklam, tak aby spełnić określone w projekcie uchwały minimalne odległości od innych elementów miejskiej zabudowy. Zapis ten eliminuje samoistnie większość ustawionych na terenie m.st. Warszawy reklam wolnostojących i jest równoznaczny w praktyce z zakazem prowadzenia działalności gospodarczej dla podmiotów, które specjalizują się w wolnostojących nośnikach reklamowych. Na marginesie trzeba dodać, że jednocześnie obowiązuje ustawa o drogach publicznych, która również określa konkretne odległości minimalne dla tablic i urządzeń reklamowych w terenie zabudowanym jak również niezabudowanym dla poszczególnych kategorii dróg - nie jest przy tym jasne, czy po uchwaleniu warszawskiej uchwały krajobrazowej wiążące będą przepisy uchwały czy ustawy i czy uchwała (jako akt prawa miejscowego niższego rzędu) w tym zakresie uchyli przepisy ustawy (aktu wyższego rzędu)? Wskazujemy przy tym, że przepisy ustawowe mają wyższą rangę niż przepisy aktów prawa miejscowego i akty prawa miejscowego mają obowiązek być z nimi zgodne (nie mogą ich naruszać). Uzupełniająco wskazujemy ponadto, że w projekcie uchwały nie jest określony sposób mierzenia odległości nośników reklamowych od wymienionych w par. 12 ust. 3 pkt 2 elementów infrastruktury miejskiej i drogowej. Nie wiadomo przez to, w jaki sposób trzeba będzie dokonać pomiarów (w linii prostej) i od którego elementu konstrukcyjnego nośnika reklamowego liczyć, np. od rogu czy od krawędzi ekranu reklamowego itd. Identyczne rozbieżności w orzecznictwie wyłoniły się na tle określania sposobu pomiaru odległości punktów sprzedaży i podawania napojów alkoholowych od tzw. obiektów chronionych (placówek oświatowych). Powyższe ma fundamentalne znaczenie dla możliwości zgodnego z zapisami uchwały posadowienia nośników reklamowych. Dodatkowo w projekcie uchwały brak również jakichkolwiek regulacji na wypadek, gdy w przyszłości będzie budowane np. nowe skrzyżowanie lub nowe budynki, wiaty przystankowe itp. Czy obowiązek dostosowania istniejących nośników reklamowych będzie działał też po 2 latach od dnia wejścia uchwały i np. w przypadku nowej drogi czy wiaty będzie trzeba pousuwać dotąd legalnie tam stojące tablice i urządzenia reklamowe, czy też obowiązek dostosowania dotyczy tylko i wyłącznie stanu infrastruktury istniejącego w dniu wejścia uchwały w życie? W tym zakresie projekt uchwały zawiera naszym zdaniem istotną lukę prawną. Zgodnie z par. 12 ust. 3 pkt 3 projektu uchwały wzdłuż jednego odcinka drogi między skrzyżowaniami mają być tylko tablice reklamowe wolnostojące „jednego typu, identycznej formy, z identyczną powierzchnią ekspozycyjną.” Nie wskazano jednak, kto i jak będzie ustalał, która z tablic reklamowych istniejących przy danej drodze jest tym wiążącym wzorem, do którego mają się dostosować pozostałe nośniki oraz na jakiej podstawie zostanie dokonany taki wybór (wg najstarszego nośnika? licząc pierwszy nośnik od danego skrzyżowania patrząc od określonej strony świata?) Także tutaj zlekceważono ochronę praw nabytych podmiotów, które operują już legalnie wzniesionymi tablicami i urządzeniami reklamowymi posadowionymi przy danej drodze na podstawie wymaganych prawem pozwoleń i zgłoszeń robót budowlanych. Nie wiadomo także na tle tej regulacji, czy będzie istniał jakiś wyznaczony wzorzec formy wolnostojącego nośnika reklamowego i kto go będzie określał (m.st. Warszawa?). Firmy reklamy zewnętrznej, w tym Cityboard Media sp. z o.o. posiadają swoje charakterystyczne, indywidualne formy ekranu reklamowego wraz z konstrukcją nośną zgłoszone jako wzory użytkowe lub stanowiące chronione prawem autorskim projekty architektoniczne. Mają one standardowe wymiary, jednak są podobne lub identyczne tylko na pierwszy rzut oka. Jeśli „wzorcem” nośnika zostanie wyznaczony model nośnika konkurencji, to będzie oznaczało, że pozostali na rynku konkurenci będą musieli kupić od niego licencje na jego projekt nośnika reklamowego, wyburzyć swoje legalne nośniki i zastąpić je nowymi opartymi na wzorze konkurenta. Regulacja ta, w praktyce prowadząca do absurdu, najwyraźniej została przygotowana przez osoby nieznające specyfiki branży i nieumiejące przewidzieć skutków prawnych danego przepisu. Podobny błąd zawiera par. 12 ust. 3 pkt 4. Zgodnie z nim, wzdłuż jednego odcinka drogi miedzy skrzyżowaniami nie mogą jednocześnie funkcjonować tablice typu dużego i średniego. Przy tym nie	

		ustalono, kto i jak zadecyduje, który typ tablicy reklamowej jest tym wiążącym typem dla danego odcinka drogi (czy tylko tablice średnie czy tylko duże), zlekceważono także w tym przypadku aspekt ochrony praw nabytych podmiotów, które już dysponują przy danej drodze legalnie wzniesionymi tablicami i urządzeniami reklamowymi określonego formatu. Redakcja przepisu skłania ku tezie, że przepis ten wyraża w zakamuflowany sposób zasadę „kto pierwszy ten lepszy”. Inaczej mówiąc, usytuowanie jako pierwszego nośnika określonego formatu eliminuje od razu możliwość lokalizacji innego formatu. Także par 12 ust. 3 pkt 5 niesie niebezpieczeństwo naruszenia praw nabytych operatorów tablic i urządzeń reklamowych. Zgodnie z nim nośniki reklamowe nie mogą uniemożliwiać realizacji planów nasadzeń. Oznacza to, że w przyszłości będzie wystarczało, że Miasto zarządzi w danym miejscu nasadzenie drzew, aby istniejący w danym miejscu legalny nośnik reklamowy trzeba było wyburzyć.	
	53.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 9 ust. 1 pkt 5 lit. c) **Treść uwagi:** “Nie reguluje się sposobu sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych: sytuowanych na mocy przepisów odrębnych” – jakie przepisy odrębne Uchwałodawca ma na myśli?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest nieaktualna – zapis w analizowanej w uwadze formie nie znalazł się w wyłożonym do publicznego wglądu projekcie Uchwały.
	53.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 9 **Treść uwagi:** Par 9 zawiera tylko jeden ustęp, więc jego numeracja jest zbędna.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest nieaktualna – zapis w analizowanej w uwadze formie nie znalazł się w wyłożonym do publicznego wglądu projekcie Uchwały.
	53.17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** par 11 pkt 2 **Treść uwagi:** W par 11 pkt 2 brak definicji „kiosku z prasą”. Czy w myśl tego przepisu jeden egzemplarz jednego tytułu czyni kiosk z warzywami znajdujący się w pasie drogowym kioskiem z prasą?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest nieaktualna – zapis w analizowanej w uwadze formie nie znalazł się w wyłożonym do publicznego wglądu projekcie Uchwały.
	53.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** 11 pkt 10 **Treść uwagi:** Par 11 pkt 10 dozwala na niczym nieskrępowaną reklamę wyborczą w powiązaniu z faktycznym monopolem jednostki samorządu terytorialnego na stawianie konstrukcji służących jej ekspozycji (nie wiadomo przy tym czy „konstrukcje” to to samo co „urządzenia reklamowe” w myśl właściwych przepisów). Jest bardzo dyskusyjne i wydaje się świadczyć o dyskryminującym charakterze tego przepisu, bo w praktyce oznacza zakaz reklamowania się komitetów wyborczych na urządzeniach reklamowych prywatnych operatorów tablic i urządzeń reklamowych takich jak nasza firma. Ogranicza to wolność gospodarczą i narusza przepisy o ochronie konkurencji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest nieaktualna – zapisy w analizowanej w uwadze formie nie znalazły się w wyłożonym do publicznego wglądu projekcie Uchwały.
	53.19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Par 3 pkt 11 **Treść uwagi:** Par 3 pkt 11 definiuje plakat jako urządzenie reklamowe w postaci papierowej powierzchni, naklejanej na twarde podłoże. Po pierwsze: dyskusyjne jest definiowanie plakatu jako urządzenia reklamowego w kontekście definicji ustawowej tego pojęcia zawartej w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Po drugie: definicja ta nie uwzględnia najnowszych technik reklamowych, ponieważ obecnie stosuje się jako plakaty nie tylko druk papierowy , lecz wychodząc naprzeciw ekologii stosowany jest też tzw. plakat Eko, który umożliwia potencjalnemu klientowi zastosowanie go kilkakrotnie w różnych lokalizacjach poprzez przewieszenie z jednego ekranu na drugi – druk jest wtedy wykonany na specjalnym materiale, który nie jest papierowy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest nieaktualna – zapisy w analizowanej w uwadze formie nie znalazły się w wyłożonym do publicznego wglądu projekcie Uchwały.

	53.20.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Podsumowując powyższe uwagi wskazujemy, że w marcu b.r. odbyło się seminarium eksperckie organizowane przez Instytut Metropolitarny w Gdańsku pt. „Uchwała krajobrazowa. Pomiędzy regulacja prawną a praktyką samorządową", podczas którego omówione zostały prezentacje z różnych miast Polski, przedstawiające ich doświadczenia i różne stanowiska oraz wnioski z dotychczasowej praktyki, które pozwolimy sobie krótko przytoczyć w tym miejscu. Co istotne, wśród uczestników w/w seminarium był także Pan Wojciech Wagner (zastępca dyrektora Biura Architektury i Planowania Przestrzennego, Urząd m.st. Warszawy), który przedstawił założenia Uchwały krajobrazowej M.st. Warszawy. **Po pierwsze: błędy prawne** Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (tzw. Ustawa krajobrazowa), która jest podstawą wydawania kolejnych Uchwał krajobrazowych przez rady gmin, jest pełna błędów legislacyjnych i budzi wątpliwości co do jej zgodności jej niektórych zapisów z Konstytucją RP. Jak wykazano na ww. seminarium eksperckim ustawa ta wymaga wielu korekt i jako taka nie spełnia na razie swojej roli. Opinię tę potwierdza wielu prawników. Prof. Tomasz Bąkowski z Uniwersytetu Gdańskiego zwrócił uwagę na fakt, że ustawa jest typowym aktem zmieniającym, pozbawionym przepisów merytorycznych. Profesor dodał, że prawne granice Uchwały krajobrazowych powinny być wyznaczane konstytucyjnymi zasadami praworządności, ochrony własności i wolności działalności gospodarczej. Tymczasem proponowane w Warszawie zapisy nie szanują praw nabytych, nie chronią własności i zakazują w praktyce działalności gospodarczej firmom, które działają legalnie, płacą podatki i dają pracę. Uchwała ma sens tylko wtedy, gdy oddziela to, co legalne, od tego co nielegalne. Zapisy proponowanego projektu Uchwały zupełnie to pomijają. W przypadku, gdy przepisy ww. ustawy krajobrazowej okażą się za kilka lat niezgodne z Konstytucją, to na gminy, które uchwaliły restrykcyjne przepisy krajobrazowe, w tym na Miasto Stołeczne Warszawa spadnie ciężar licznych odszkodowań dla podmiotów pozbawionych przez lokalne Uchwały krajobrazowe ich legalnie nabytych pozycji prawnych i zysków. **Po drugie: koszty dla budżetu miasta** Na każdy legalnie zbudowany nośnik reklamowy jego operator posiada pozwolenie na budowę lub zgłoszenie robót budowlanych. Nieposzanowanie praw nabytych naraża budżet Miasta na wysokie odszkodowania na rzecz firm, z tytułu utraty wpływów z legalnie zbudowanych nośników. Jak informował w swoim wystąpieniu na wyżej wymienionej konferencji Pan Bartosz Poniatowski z Biura Architekta Miasta Łodzi od momentu wejścia w życie Uchwały krajobrazowej w Łodzi do końca marca br wpłynęło już 17 skarg od różnych podmiotów, które w przyszłości zaowocują procesami o odszkodowanie za pogwałcenie praw nabytych. Łódź musi zatem już teraz liczyć ze sporym wydatkiem z miejskiej kasy. Ponadto na łódzką Uchwałę krajobrazową wpłynęły już skargi do wojewódzkiego sądu administracyjnego wniósł także Wojewoda Łódzki, dostrzegając i podkreślając w tej skardze niezwykle ważny aspekt naruszenia praw słusznie nabytych podmiotów operując legalnymi nośnikami reklamowymi. Tymczasem można taką uchwałę zaprojektować mądrze, w zgodzie z prawem i rynkowymi uwarunkowaniami. Dobrym przykładem takiego prostego w istocie rozwiązania jest wspomniany wcześniej Szczecin, który wprowadził do projektu swojej uchwały krajobrazowej zasadę ochrony praw nabytych. Wszystkie tablice i urządzenia reklamowe, które powstały zgodnie z prawem pozostaną w Szczecinie i będą nadal pełniły swoją funkcję. Jak zauważył na seminarium Instytutu Metropolitalnego Pan Sebastian Fritsch z Zarządu Dróg i Transportu Miejskiego w Szczecinie, koszty odszkodowań dla właścicieli legalnych nośników, które miałyby być usunięte z miasta wynosiłyby tylko w przypadku 4 obszarów około 1 mln złotych. Szczecin doszedł do wniosku, że nie może narażać podatnika na takie wydatki i postanowił podejść do sprawy z rozsądkiem. **Po trzecie: koszty społeczne** Wprowadzenie projektu warszawskiej uchwały krajobrazowej w życie w jej obecnym kształcie spowoduje utratę możliwości reklamowania się dla lokalnych przedsiębiorców, a co za tym idzie, ograniczy im możliwość rozwijania biznesu, ponadto spowoduje utratę przychodów dla wydzierżawiających tereny pod nośniki reklamowe (osoby prywatne, spółdzielnie, wspólnoty mieszkaniowe, szpitale, szkoły, kluby sportowe, ROD), firm graficznych i poligraficznych, drukarni, serwisów technicznych i elektrycznych, architektów i projektantów, wykonawców konstrukcji nośników reklamowych oraz licznego grona innych firm współpracujących z branżą. Żadne miasto nie może sobie	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne. Audyty tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, realizowane przez m.st. Warszawę na wybranych fragmentach miasta, jednoznacznie wskazały, że przeprowadzenie powszechnego audytu nośników reklamowych na terenie m.st. Warszawy byłoby z uwagi na gigantyczną skalę i brak klarownego celu takiego zamierzenia nie tylko działaniem opóźniającym o wiele lat pilnie potrzebne zmiany prawne na rzecz zaprowadzenia ładu przestrzennego, ale i marnotrawstwem środków publicznych. Wnioskiem wypływającym z ww. badań jest wynikająca z wymogów ładu przestrzennego konieczność gruntowego uporządkowania wszystkich typów i formatów nośników reklamowych, niezależnie od ich statusu formalnego.

		pozwolić na działania tak szkodliwe dla interesu społecznego. Szczególnie, że wśród zespołów serwisujących nośniki są niejednokrotnie przypadki całych rodzin utrzymujących się tylko i wyłącznie z pracy dla branży legalnej reklamy zewnętrznej, które będą narażone na utratę pracy i środków do życia. **Po czwarte: brak szacunku dla prawa** Pomimo zdecydowanego sprzeciwu wielu prawników występujących na seminarium Instytutu Metropolitalnego, nadal w projektach uchwał krajobrazowych nie szanuje się praw nabytych przedsiębiorców, którzy zbudowali swoje nośniki zgodnie z prawem i na mocy wydanych przez właściwe urzędy pozwoleń na budowę czy przyjęć zgłoszeń robót budowlanych. Zgodnie z projektowanym zapisem warszawskiej uchwały krajobrazowej urządzenia reklamowe legalne i nielegalne są traktowane w świetle prawa tak samo. Przez to uchwała będzie oddziaływała w dużej mierze demoralizująco całą branżę reklamową i w szerszej perspektywie na całą społeczność lokalną naszego miasta, a nawet na społeczeństwo w skali kraju: jeśli bowiem podmioty działające legalnie są traktowane równorzędnie z podmiotami od początku działającymi poza granicami prawa, to jaki przykład daje to obywatelom? Wniosek i skutek psychologiczny może być tyko jeden: adresaci uchwały uzyskają przekonanie, że niecelowe jest inwestowanie sił i środków w działania zgodne z prawem (lokowanie kolejnych nośników reklamowych zgodnie z uchwałą krajobrazową i uzyskiwanie dla nich kosztownych pozwoleń), bo władza według swojego „widzimisię" może w każdej chwili zmienić uchwałę krajobrazową i od nowa „zdelegalizować" kolejną partię ich nośników reklamowych. Skoro zostanie to zrobione raz, to nie będzie żadnej gwarancji, że spełnienie wymogów aktualnej uchwały krajobrazowej i działanie lege artis uchroni operatorów i właścicieli nośników reklamowych przed dalszymi podobnymi skutkami w przyszłości. W ten sposób powstaje wśród obywateli niedopuszczalny stan braku pewności prawa, a pewność prawa jest przecież jedną z podstawowych reguł państwa prawa. Zasada państwa prawa jest zaś podstawą obecnej Konstytucji RP (art. 1 Konstytucji RP). Obecne władze m.st. Warszawy powinny stać na jej straży. Przypominamy, że ta naczelna zasada oznacza, iż nie można zaskakiwać obywateli nagłymi i niespodziewanymi zmianami stanowionego przez siebie prawa (tutaj: uchwaleniem aktu prawa miejscowego), powodując tym niepewność sytuacji prawnej obywateli bądź innych podmiotów prawnych. Z powyższych względów przedstawiliśmy Państwu nasze uwagi zmierzające do pogodzenia konieczności ochrony interesu społecznego, jakim jest ochrona krajobrazu i estetyki przestrzeni publicznej, z koniecznością ochrony interesu prywatnego, jakim jest prawo do dalszego funkcjonowania legalnych nośników reklamowych w dotychczasowych lokalizacjach. Stoimy na stanowisku, że w pierwszej kolejności należy dokonać dogłębnej analizy sytuacji na terenie miasta w formie audytu krajobrazowego. Treść takiego dokumentu nie jest nam znana, nie została też upubliczniona w jakiejkolwiek formie. Znajomość takiego opracowania stanowiłaby znakomity punkt wyjścia do konstruktywnej polemiki z zapisami projektu uchwały. Tym bardziej, że ocena stanu rzeczywistego przez miasto wyrażona w konkretnych zapisach projektu uchwały jest biegunowo odległa od oceny branży reklamy zewnętrznej i naszych codziennych doświadczeń. Aby zobrazować ten problem wystarczy przywołać wyniki jednej analizy wybranego fragmentu ulicy Wał Miedzeszyński w Warszawie (od Mostu Siekierkowskiego do granicy miasta). Analiza ta przeprowadzona w sierpniu 2015 roku wykazała, że na podanym odcinku znajduje się łącznie 614 „reklam". Lecz tylko 48 z nich, czyli 7,8%, to wolnostojące reklamy systemowe. Pozostałe nośniki reklamowe to różnego rodzaju banery, flagi, tablice, kasetony itp., tworzące chaos kolorów, form i technik wykonania. Fakt ten pokazuje dobitnie jak ważna jest taka analiza i że to nie legalne wolnostojące nośniki reklamowe są problemem dla estetyki i ładu przestrzennego w Warszawie. Ufamy, że akceptowany w świetle obowiązującego porządku prawnego interes prawny podmiotów działających zgodnie z prawem w branży reklamy zewnętrznej zasługuje na uwzględnienie w procesie prawodawczym. Mamy nadzieję, że powyższe spotka się z życzliwą reakcją ze strony władz m.st. Warszawy. Prosimy o uwzględnienie niniejszych uwag w ostatecznym projekcie przedłożonym Radzie m.st. Warszawy celem podjęcia uchwały. Jednocześnie deklarujemy szczerą gotowość do podjęcia rozmów w zakresie tworzenia zapisów uchwały, jak również jej analizy pod względem branży reklamowej.	
Good Looking Studio Sp. z o.o. Sp. k.	**54.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 2 pkt 10) **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Definicja muralu jako ręcznie wykonanego malowidła § 2. 10) mural - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe w postaci powłoki malarskiej, wykonanej na elewacji budynku lub budowli Uwaga: Obecna definicja muralu jest nieprecyzyjna, dopuszcza możliwość umieszczania malowideł metodami przemysłowymi. Postrzegamy murale jako niepowtarzalne dzieła dzięki ręcznej pracy artystów. Zawarcie w definicji muralu adnotacji, że jest to malowidło ręcznie malowane ma wyeliminować przypadki malowania murali przy użyciu wyspecjalizowanych urządzeń, które czyniłyby te reklamy de facto malowanymi billboardami Propozycja definicji: - mural reklamowy – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe w postaci powłoki malarskiej, ręcznie wykonanej na elewacji budynku lub budowli	Przepis jest niejednoznaczny definicyjnie, zaś weryfikacja zgodności z nim nastręczałaby zasadniczych trudności.
	54.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Definicja muralu a murale przestrzenne Uwaga: Definicja muralu określa, że może być to urządzenie reklamowe (czyli nie będące płaską tablicą reklamową), ale nie precyzuje czy poza powłoką malarską (o znikomej głębokości) może zawierać elementy przestrzenne wychodzące poza elewację. Uchwała określa głębokości dla szyldów i poszczególnych typów nośników reklamowych, ale nie zawiera informacji o dopuszczalnej głębokości muralu Propozycja: Dodanie zapisu, że mural może mieć dodatkowe elementy (np. nie będące urządzeniami/ekranami emitującymi obraz) o głębokości nie przekraczającej 15cm. Propozycja definicji: - mural reklamowy – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe w postaci malowidła ręcznie wykonanego na elewacji budynku lub budowli, poza powłoką malarską dopuszcza się umieszczenie na nim dodatkowych elementów przestrzennych (nie będącymi urządzeniami emitującymi obraz) o głębokości nie przekraczającej 15cm **1.2 Definicja muralu a murale przestrzenne**   	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie nie jest korzystne z punktu widzenia ładu przestrzennego, a jednocześnie budzi zasadnicze trudności definicyjne, z uwagi na fakt, że odmienna technologia wykonania takiego elementu powodowałaby konieczność traktowania go jako oddzielnego urządzenia reklamowego.
	54.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt 1, § 2 pkt 1 **Treść uwagi:**	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga trafnie identyfikuje niedoskonałość zapisów projektu Uchwały w

		Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych a definicja dekoracji architektonicznej § 9. Dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: **1.** na elewacjach (…) pozbawionych dekoracji architektonicznej. [oraz] § 2 pkt 1. dekoracja architektoniczna – należy przez to rozumieć każdy dekoracyjny element elewacji lub murowanych elementów ogrodzenia niebędący witryną ani spoiwem elementów konstrukcyjnych elewacji, w szczególności: ornament, gzyms, profil, uskok, pilaster, kolumnę, półkolumnę, rzeźbę i płaskorzeźbę, miejsce zmiany materiału wykończeniowego, lizenę, obramienie okienne, mozaikę, sgraffito, płycinę, blendę; Uwaga1: Bardzo rzadko spotyka się elewacje szczytowe pozbawione uskoków lub gzymsów. Zazwyczaj te elementy występują, natomiast nie są one istotne dla architektury budynku i często wynikają z przesłanek technicznych, nie wpływając na układ elewacji. [ul. Tamka 36, ul. Jaworzyńska 8, ul. Dobra 53 – obydwie elewacje] Uwaga 2: Mamy przypadki elewacji, które posiadają dekorację architektoniczną (np. w postaci gzymsu, boniowania), jednak stanowi ona małą część powierzchni ściany i nie wpływa negatywnie na możliwość umiejscowienia na elewacji muralu. [ul. Piękna 47, ul. Dobra 53 – obydwie elewacje] Propozycja: Usunięcie pojęcia „gzymsu” i „uskoku” z definicji dekoracji architektonicznej. Tablice można lokalizować na elewacjach poza dekoracją architektoniczną, jeśli dekoracja stanowi czytelnie wyznaczony fragment elewacji, a powierzchnia zajęta przez ten fragment stanowi poniżej 50% powierzchni elewacji. **1.3 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych a definicja dekoracji architektonicznej** ul. Tamka 36, Jaworzyńska 8, ul. Dobra 53 – uskoki i gzymsy stanowiące element techniczny  uskok pionowy 10cm  uskok pionowy 12,5 cm  uskok poziomy 35cm 9	omawianym zakresie, brak jest jednak sposobu pełnego rozwiązania tego problemu. Wprowadzono dopuszczenie sytuowania murali na elewacjach, na których umieszczone są uskoki i proste gzymsy w formie listew. Wprowadzenie proponowanego kryterium pokrycia powierzchni elewacji przez dekorację architektoniczną budziłoby zasadnicze trudności interpretacyjne i objęłoby także nienadające się do sytuowania murali elewacje o całościowej, lecz oszczędnej kompozycji architektonicznej.

1.3 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych a definicja dekoracji architektonicznej

ul. Dobra 53 – boniowania, ul. Tamka 30 – uskoki na całej elewacji stanowiące element architektoniczny



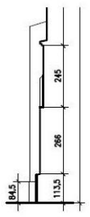


1.3 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych a definicja dekoracji architektonicznej

ul. Piękna 47 – gzymsy, detal na dole elewacji



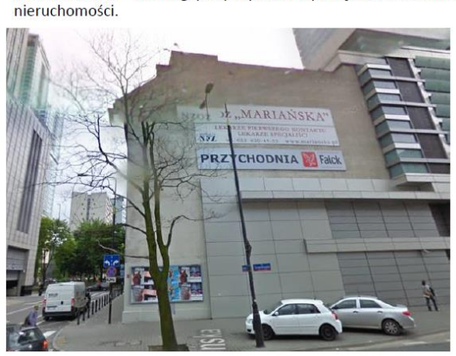


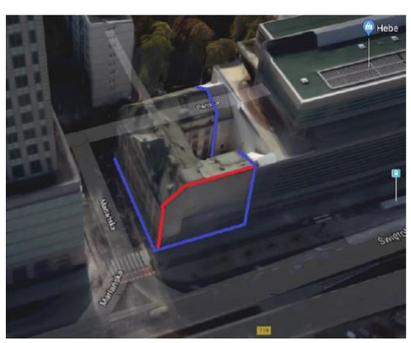


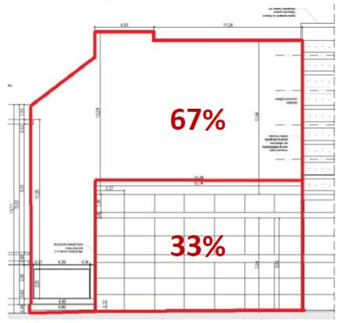
Uwaga: Mimo detalu powinna być traktowana jako ślepa ściana, bo działka sąsiadująca wg MPZP przeznaczona jest do zabudowy.

1.3 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych a definicja dekoracji architektonicznej

ul. Mariańska 1 – detal i gzymsy czytelnie wyodrębnione z elewacji, miejsce gdzie zaczyna się elewacja wskazuje granica nieruchomości.





		1.3 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych a definicja dekoracji architektonicznej ul. Mariańska 1 – detal i gzymsy czytelnie wyodrębnione z elewacji, miejsce gdzie zaczyna się elewacja wskazuje granica nieruchomości.  	
	54.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 9 pkt 1, § 2 pkt 1 **Treść uwagi:** § 9. Dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: na elewacjach (…) pozbawionych dekoracji architektonicznej. [oraz] § 2 pkt 1. dekoracja architektoniczna – należy przez to rozumieć każdy dekoracyjny element elewacji lub murowanych elementów ogrodzenia niebędący witryną ani spoiwem elementów konstrukcyjnych elewacji, w szczególności: ornament, gzyms, profil, uskok, pilaster, kolumnę, półkolumnę, rzeźbę i płaskorzeźbę, miejsce zmiany materiału wykończeniowego, lizenę, obramienie okienne, mozaikę, sgraffito, płycinę, blendę; Uwaga: Jest dużo przypadków elewacji, które posiadają dekorację architektoniczną (np. w postaci gzymsu, boniowania), jednak stanowi ona małą część powierzchni ściany i w naszej opinii nie wpływa negatywnie na możliwość umiejscowienia na elewacji tablicy reklamowej. Propozycja: Tablice można lokalizować na elewacjach poza dekoracją architektoniczną, jeśli dekoracja stanowi czytelnie wyznaczony fragment elewacji, a powierzchnia zajęta przez ten fragment stanowi poniżej 50% powierzchni elewacji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wprowadzenie proponowanego kryterium pokrycia powierzchni elewacji przez dekorację architektoniczną budziłoby zasadnicze trudności interpretacyjne i objęłoby także nienadające się do sytuowania murali elewacje o całościowej, lecz oszczędnej kompozycji architektonicznej.
	54.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych – wymóg frontu drogi § 9. Dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: 2) na elewacjach (…) należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym, Uwaga 1: Zapis wyklucza ściany dostępne z terenów publicznych, ale przylegające do dróg wewnętrznych oraz ściany znajdujące się w oficynach/podwórkach. Przykład: ul. Nowy Świat 22/28 (podwórko) oraz Nowy Świat 22c, Nowy Świat 28b – budynki w oficynie ul. Wspólna 61 (oficyna) oraz ul. Wspólna 63a (oficyna) Uwaga 2: Brak definicji elewacji frontowej, w wielu przypadkach wskazanie jej nie będzie oczywiste (np. witryny z jednej strony budynku, a wejścia do budynku z drugiej). Przykład: ul. Francuska 49 Propozycja:	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Za nadmiernie restrykcyjny i niejednoznaczny uznano obowiązek przyległości elewacji frontowej do pasa drogowego. Obowiązek ten odniesiono do dowolnej, innej elewacji budynku.

Usunięcie z par. 9 tego wymogu, gdyż nie wpływa on na doprecyzowania definicji „ślepej ściany”, natomiast rodzi problemy z interpretacją pojęcia „elewacja frontowa”, dodatkowo wykluczając dużą część ścian, na których lokalizowanie tablic reklamowych wydaje się zasadne.

1.5 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych - wymóg frontu od drogi

ul. Nowy Świat 22/28 (podwórko) oraz Nowy Świat 22c, Nowy Świat 28b – budynki w oficynie





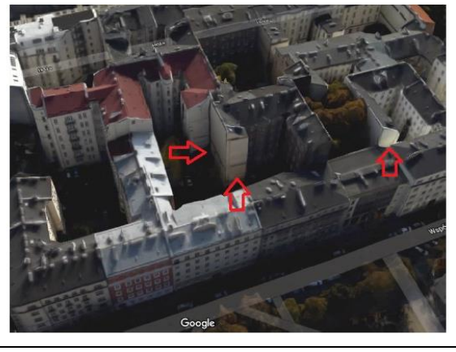
1.5 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych - wymóg frontu od drogi

ul. Nowy Świat 22/28 (podwórko) oraz Nowy Świat 22c, Nowy Świat 28b – budynki w oficynie

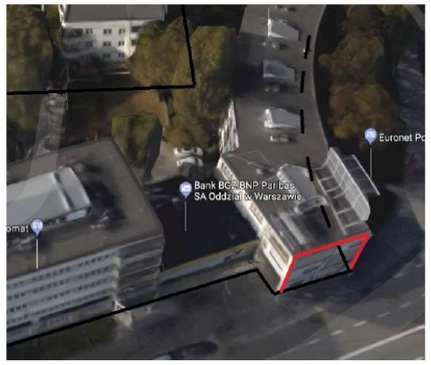


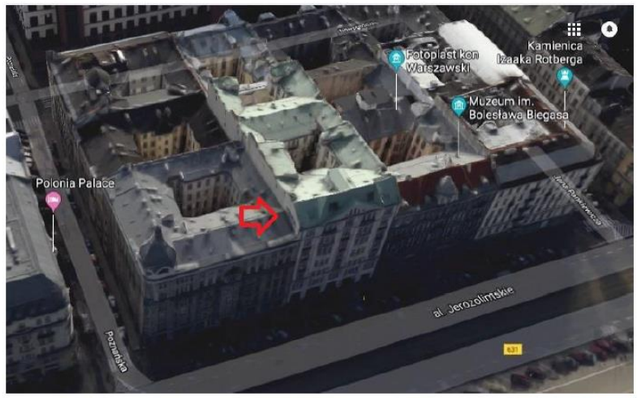
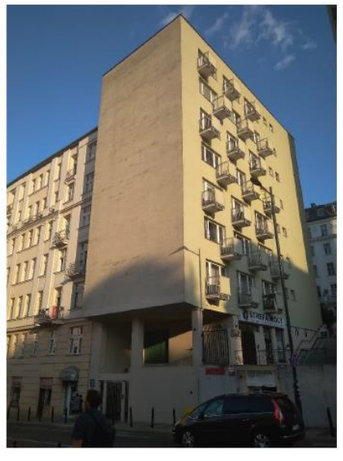
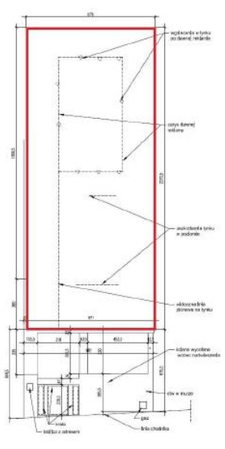
1.5 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych - wymóg frontu od drogi

ul. Wspólna 61 (oficyna) oraz ul. Wspólna 63a (oficyna)



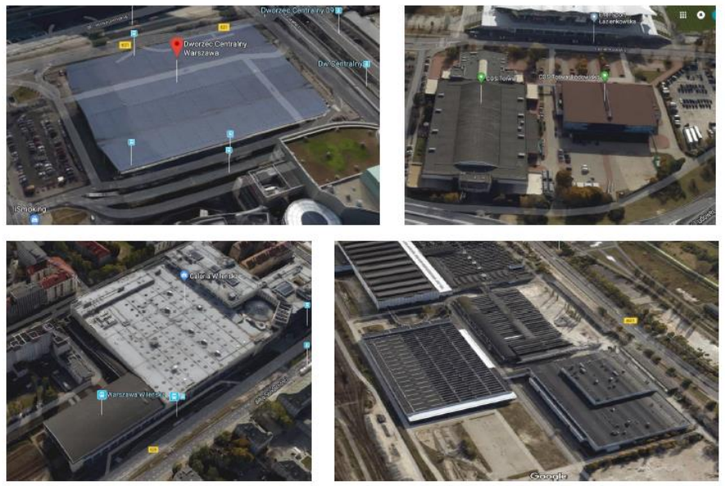


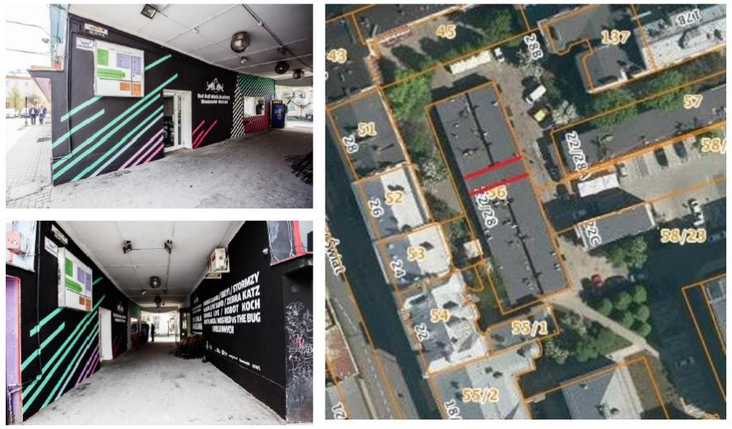
		1.5 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych - wymóg frontu od drogi ul. Francuska 49 - Problem z określeniem elewacji frontowej budynku – fasada od placu, wejścia od podwórka (teren wewn.).   Uwaga: Elewacja pokrywa się z granicą działki ewidencyjnej, ale z racji prześwitu obrys budynku w EGiB jest cofnięty o około 6,5m	
	54.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych – wysokość budynku/elewacji § 9. Dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: 1) na elewacjach szczytowych [pojęcie niezdefiniowane] <u>niższych niż 25 m</u>, <u>Uwaga 1</u>: Według naszych szacunków wybrane kamienice w ścisłym centrum Śródmieścia są wyższe niż 25m, szacujemy że może się zdarzyć, że „ślepa ściana” będzie miała wysokość 30m. <u>Przykłady</u> budynków w zabudowie pierzejowej wyższych niż 25 m: Al. Jerozolimskie 49 – 8 kondygnacji – wysokość ok. 30m Al. Jerozolimskie 57 – 7-8 kondygnacji – wysokość ok. 30m <u>Uwaga 2</u>: Dodatkowo, jako że definicja elewacji jest nieprecyzyjna, nie wiemy czy chodzi o „ślepe ściany” niższe niż 25m, czy „ślepe ściany” w budynkach niższych niż 25m. Jest to ważne w przypadku, gdy powierzchnia ta nie biegnie od poziomu gruntu, a budynek jest wysoki (przykład budynków ul. Tamka 47, Al. Jerozolimskie 49) <u>Propozycja</u>: - zwiększenie wysokości elewacji (w par. 9 pkt 1) do 30m; - doprecyzowanie pojęcia elewacji, pod kątem przypadków, gdy „ślepa ściana” nie biegnie od poziomu gruntu	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Postulowane w uwadze dopuszczenie uznano za niepożądane z punktu widzenia ładu przestrzennego. Jednocześnie jednak uwaga trafnie wskazuje na nieprecyzyjność kryterium wysokości elewacji oraz niejasność pojęcia elewacji szczytowej – przeredagowano definicję elewacji i usunięto pojęcie elewacji szczytowej.

		1.6 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych - wysokość budynku/elewacji Al. Jerozolimskie 49 – 8 kondygnacji  Uwaga: ślepa ściana tego budynku nad dachem budynku sąsiadującego (tzw. „rooftop") jest na wysokość ~1 kondygnacji i w naszym rozumieniu projektu uchwały spełnia warunki lokalizowania murali, natomiast gdyby zaczynała się ona od ziemi, to jej wysokość przekroczyłaby 30m. 22 **1.6 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych - wysokość budynku/elewacji** ul. Tamka 47: budynek ma 28m, z czego ściana do ekspozycji pod murale (wg naszego rozumienia) ma 22m.  	
	54.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych – wymóg granicy działki § 9. Dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: 1) na elewacjach (…), przy czym powierzchnie, na których sytuuje się tablicę reklamową bądź urządzenie reklamowe, muszą znajdować się bezpośrednio przy granicy działki. <u>Uwaga 1</u>: Zapis "przy granicy" jest nieprecyzyjny, nie określa czy elewacja ma być ściśle na granicy i jaki jest margines błędu.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sformułowanie „bezpośrednio przy granicy działki" bądź „bezpośrednio przy granicy z sąsiednią działką budowlaną" stosowane jest konsekwentnie w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie. Tym samym należy je uznać za jednoznaczne w sensie prawnym.

		Uwaga 2: Ponadto, wybrane "ślepe" ściany często fragmentami lub w całości są "przewieszone" i budynek w rzucie z góry wychodzi poza obrys działki ewidencyjnej. Propozycja: - powierzchnie muszą znajdować się na granicy działki ewidencyjnej, bądź w odległości do 2m od granicy działki ewidencyjnej. **1.7 Dopuszczenia sytuowania tablic reklamowych - wymóg granicy działki** ul. Tamka 47 – budynek nadwieszony jest 1,3m nad pasem drogowym, jego elewacja znajduje się de facto nad działką sąsiadującą, a nie w granicy nieruchomości.  	
	54.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie sytuowania tablic reklamowych – propozycja zapisu § 9 Propozycja korekty zapisów § 9 pkt. 1 uwzględniając wcześniejsze uwagi (z punktów 1.3-1.7 załącznika): **§ 9.** Dopuszcza się sytuowanie na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: 1) na elewacjach tzw. szczytowych, to jest elewacjach spełniających łącznie warunki: - niższych niż 30 m, - nie posiadających dekoracji architektonicznej lub posiadający czytelnie wyodrębniony fragment nie posiadający dekoracji architektonicznej stanowiący powierzchniowo większą część elewacji – wtedy stosowanie możliwe jest tylko na tym fragmencie; - których łączna powierzchnia otworów okiennych i drzwiowych nie przekracza 7% powierzchni tej elewacji, ~~- należących do budynków, których elewacja frontowa znajduje się bezpośrednio przy granicy działki z pasem drogowym,~~ - znajdujących się bezpośrednio na granicy działki ewidencyjnej, bądź w odległości do 2m od granicy działki ewidencyjnej, a jednocześnie zlokalizowanych poza wskazanymi w § 5 Załącznika nr 1 obszarami istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Podwyższono limit powierzchni otworów okiennych do 7% powierzchni elewacji, włączając do niego także powierzchnię otworów drzwiowych. Za nadmiernie restrykcyjny i niejednoznaczny uznano obowiązek przyległości elewacji frontowej do pasa drogowego; obowiązek ten odniesiono do dowolnej, innej elewacji budynku.
	54.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Zasady sytuowania tablic reklamowych – funkcja budynku § 8. Określa się generalne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami: 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na: a) nieruchomościach, na których sytuowane są budynki o funkcji: oświatowej, szkolnictwa wyższego, sakralnej, urzędów organów administracji publicznej lub placówek dyplomatycznych, Uwaga:	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Określono, że chodzi o dominujący charakter danej funkcji w budynku.

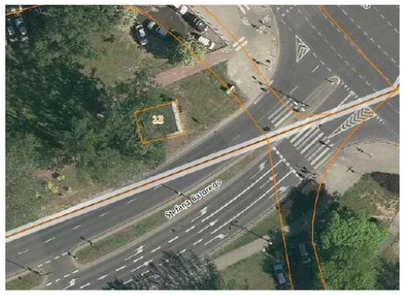
		Powszechne jest wynajmowanie części budynków pod w/w funkcje (w szczególności wynajem pomieszczeń pod małe niepubliczne placówki oświatowe np. szkoły językowe, wynajem powierzchni jednostkom i podmiotom będących organami administracji publicznej), a lokalizowanie danej funkcji w budynku nie determinuje funkcji całego budynku. Propozycja zapisu: • na nieruchomościach zabudowanych, gdzie dominującą funkcją budynku jest funkcja publicznej oświaty (w zakresie państwowych szkół wyższych, publicznych szkół i przedszkoli), sakralna, siedziba organów administracji publicznej (rządowej lub samorządowej), wymiaru sprawiedliwości i siedziba placówek dyplomatycznych; przy czym o dominującej funkcji budynku stanowi powierzchnia użytkowa pomieszczeń zajmowana przez podmioty pełniące wskazane funkcje, stanowiąca większość w stosunku po powierzchni użytkowej wszystkich lokali w danym budynku. • Proponujemy definicję powierzchni użytkowej i sposób jej pomiaru zgodne z zapisami Ustawy z dnia 12 stycznia 1991 r. o podatkach i opłatach lokalnych, gdyż takimi danymi powinni dysponować właściciele nieruchomości. (definicja w art. 1a.1.5, sposób obliczania w art. 4.2)	
	54.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie sytuowania murali na płaskich dachach budynków. Uchwała nie przewiduje żadnych reklam (także murali) na płaskich powierzchniach, także na płaskich dachach budynków. Chodzi tu o ekspozycję w miejscach nie widocznych z terenów dostępnych publicznie: pod katem sąsiednich budynków wysokościowych, ale przede wszystkim na obiektach wielkopowierzchniowych pod kątem ekspozycji na zdjęciach satelitarnych i lotniczych (np. serwisy Google Maps) Propozycja: dopuszczenie lokalizowania tablic reklamowych (w tym murali) na dachach płaskich lub których elementy nie są nachylone pod kątem większym niż 10% Przykłady realizacji: Zapora Solina, tor wyścigowy Spielberg (Austria), dawniej logo Pepsi na stadionie Legii (Pepsi Arena)  	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie miałoby negatywny wpływ na krajobraz miasta i ład przestrzenny.

		2.1 Dopuszczenie sytuowania murali na płaskich dachach budynków Przykłady dachów: Dworzec Centralny, Torwar, Galeria Wileńska i Dworzec Wileński, budynki dawnej FSO 	
	54.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie sytuowania murali w prześwitach i bramach budynków Uwaga: Uchwała nie przewiduje żadnych tablic reklamowych (także murali) w ścianach bocznych przejść bramowych i prześwitów w budynkach, które często są szpetne, zaniedbane i zlokalizowanie tam muralu reklamowego lub chociażby sponsorowanego byłoby korzystne dla ożywienia i rozjaśnienia tej przestrzeni. Dopuszcza za to malowanie w przejściach podziemnych: *§ 10. Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie:* *(...)* *7) na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach podziemnych obiektów Metra Warszawskiego;* Propozycja: *§ 10. Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie:7bis) na ścianach w przejściach bramowych i prześwitach budynków – w postaci murali;*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Systemowe dopuszczenie sytuowania murali reklamowych w takiej lokalizacji byłoby niewłaściwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.

		2.2 Dopuszczenie sytuowania murali w prześwitach i bramach budynków Przykład: przejście w tzw. pawilonach – ul. Nowy Świat 22/28 (podwórko)  **2.2 Dopuszczenie sytuowania murali w prześwitach i bramach budynków** Przykład: przejścia w innych miastach.   \	
	54.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Pojęcie muralu sponsorowanego Obecna definicja muralu: *§2 ust. 10) mural - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe w postaci powłoki malarskiej, wykonanej na elewacji budynku lub budowli* Obecna definicja muralu reklamowego „niekomercyjnego”, dopuszczającego ten typ na drogowych obiektach inżynierskich: *§ 10. Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: (...)* *8) na drogowych obiektach inżynierskich* innych niż ściany przejść podziemnych – w postaci murali pozbawionych nazw handlowych, znaków handlowych i innych elementów promujących towary lub usługi o charakterze komercyjnym;* **) zgodnie z Rozp-wt-doi, §1 ust. 2.: Do [drogowych]obiektów inżynierskich zalicza się:* *1) obiekty mostowe, 2) tunele [w tym przejścia podziemne], 3) przepusty, 4) konstrukcje oporowe.*	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec ograniczonego zastosowania proponowanego rozwiązania w projekcie Uchwały, tworzenie oddzielnej definicji uznano za niecelowe.

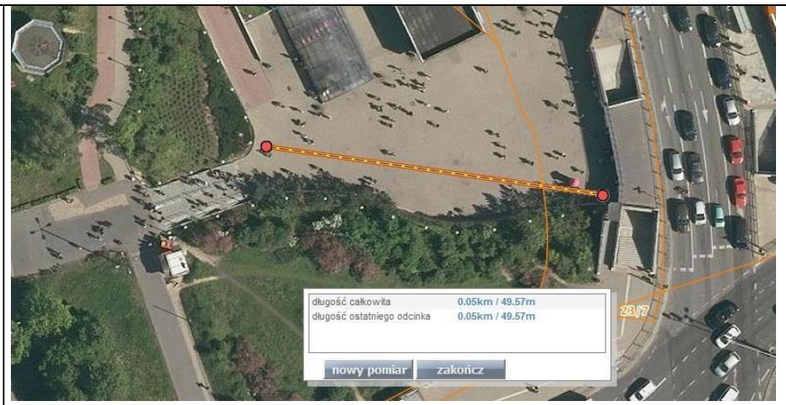
		Definicja reklamy z Upzp: *art. 2, ust. 16a) „reklama" – należy przez to rozumieć upowszechnianie w jakiejkolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne* Definicja komercji, za Słownikiem Języka Polskiego: *- komercja/komercyjny – obliczony na zysk; działalność nastawiona jedynie na osiągnięcie zysku* Uwaga 1: Brak definicji muralu sponsorowanego, tzn. muralu nie promującego towarów i usług, przedsiębiorstw, oraz mogącego promować osoby, przedsięwzięcia, ruchy społeczne o charakterze niekomercyjnym, ale zawierającego logo sponsora lub mecenasa przedsięwzięcia (w formie informacji ze znakiem handlowym lub nazwa handlową). Uwaga 2: Dopuszczenie stosowania murali sponsorowanych, jako formy twórczości niebędącej stricte reklamą, natomiast dającej możliwość poprawy wyglądu zaniedbanych budynków i budowli oraz kształtowania ładu przestrzennego korzystając z finansowania na zasadzie sponsoringu/mecenatu. Propozycja definicji: mural sponsorowany - mural reklamowy, nie promujący przedsiębiorstw, towarów ani usług, ale: - promujący przedsięwzięcia, wydarzenia lub ruchy społeczne jedynie o charakterze niekomercyjnym (tzn. nie nastawione na osiągnięcie zysku), [lub] - upamiętniający nieżyjące osoby, [lub] - zawierający formy graficzne bez żadnych treści reklamowych - oraz zawierający treści lub znaki graficzne promujące sponsora lub mecenasa przedsięwzięcia, również w formie informacji ze znakiem handlowym lub nazwa handlową, gdzie powierzchnia ekspozycji tych treści ograniczona jest do 5% powierzchni malowidła, nie więcej jednak niż 3 m^2 **2.3 Pojęcie muralu sponsorowanego**   	

		2.3 Pojęcie muralu sponsorowanego  	
	54.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie lokalizowania murali sponsorowanych (zgodnie z zaproponowaną definicją, zamiast obecnie „niekomercyjnych") na drogowych obiektach inżynierskich. Dopuszczenie lokalizowania murali sponsorowanych (zgodnie z zaproponowaną definicją) na obiektach (budynkach, budowlach) infrastruktury technicznej sieci przesyłowych. Dopuszczenie lokalizowania murali sponsorowanych na murach i murkach oporowych (nie będących drogowymi obiektami inżynierskimi). Dopuszczenie lokalizowania murali sponsorowanych zawierających jedynie formy graficzne na pozostałych budynkach i budowlach. Powyższe powierzchnie oczywiście nie musiałyby spełniać kryteriów „ślepej ściany" <u>Propozycja zapisu</u>: **§ 10.** Dopuszcza się sytuowanie na budowlach, urządzeniach budowlanych i technicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami, z uwzględnieniem zapisów § 8, wyłącznie: 8) na drogowych obiektach inżynierskich innych niż ściany przejść podziemnych – w postaci murali sponsorowanych, 8a) na budynkach naziemnej sieci uzbrojenia terenu (służących dystrybucji płynów, pary, gazów i energii elektrycznej) oraz sieci łączności publicznej, w szczególności budynki pełniące funkcje urządzeń wodociągowych, kanalizacyjnych, ciepłowniczych, elektroenergetycznych, gazowych i telekomunikacyjnych - w postaci murali sponsorowanych. [definicja obiektów infr. techn. na podstawie art. 2. Pkt. 11 U-PGiK oraz art. 124-124c i 143 Ugn]	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Za uzasadnione z punktu widzenia ładu przestrzennego uznano dopuszczenie sytuowania murali ze ściśle ograniczoną, pojedynczą powierzchnią reklamową na drogowych i kolejowych obiektach inżynierskich.

		2.4 Murale sponsorowane - możliwość lokalizowania na obiektach inż. oraz infr. techn. ul. Waryńskiego/Batorego – trafostacja Innogy   **2.4 Murale sponsorowane - możliwość lokalizowania na obiektach inż. oraz infr. techn.**   **2.5 Murale sponsorowane - możliwość lokalizowania na murach i murkach oporowych**  	
	54.15.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie lokalizowania murali sponsorowanych [zgodnie z zaproponowaną definicją], na murach i murkach oporowych (niebędących drogowymi obiektami inżynierskimi). Propozycja zapisu: Dopuszcza się sytuowanie murali sponsorowanych na murach (murowanych ogrodzeniach o stopniu	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Za uzasadnione z punktu widzenia ładu przestrzennego uznano dopuszczenie sytuowania murali ze ściśle ograniczoną, pojedynczą powierzchnią reklamową na murach oporowych.

		ażurowości 100%) oraz murach oporowych (innych niż drogowe obiekty inżynierskie) nie posiadających dekoracji architektonicznej [zgodnie z zaproponowaną definicją dekoracji architektonicznej], z uwzględnieniem zapisów § 8. **2.5 Murale sponsorowane - możliwość lokalizowania na murach i murkach oporowych** Przykład: zajedznia TW Wola przy ul. Karolkowej, zajezdnia MZA Woronicza i TW Mokotów przy ul. Konstruktorskiej   **2.6 Murale sponsorowane - możliwość lokalizowania na budynkach i budowlach**   	
	54.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dopuszczenie lokalizowania murali sponsorowanych (zgodnie z zaproponowaną definicją), zawierających jedynie formy graficzne, na pozostałych budynkach i budowlach, poza „ślepymi" ścianami. Znamy przypadki, gdy podmiot zgłasza się z chęcią namalowania muralu artystycznego np. na elewacji frontowej w zamian za umieszczenie informacji o nim jako o sponsorze przedsięwzięcia. Naszym zdaniem tego typu inicjatywy poprawiają estetykę budynków i pozytywnie wpływają na ład przestrzenny.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowana w uwadze regulacja jest bardzo nieprecyzyjna i wpłynęłoby negatywnie na stan ładu przestrzennego.
	54.17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Zakaz sytuowania tablic reklamowych – tereny zieleni	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis nie wyklucza sytuowania murali na ścianach, znajdujących się przy

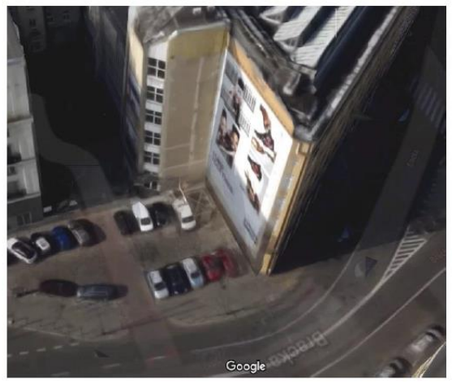
		§ 8. Określa się generalne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami: 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na: c) terenach parków, cmentarzy i ogrodów jordanowskich oraz terenach wyznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, jako tereny zieleni urządzonej; Uwaga: Zakaz lokowania reklam na terenach zieleni jest zrozumiały. Należy jednak zauważyć, że rozgraniczenie terenów o różnym przeznaczeniu w planie miejscowym (np. terenów zabudowy i terenów zieleni) opiera się na istniejących liniach zabudowy i często granicach nieruchomości. Ponieważ elewacje preferowane do lokalizowania tablic i murali również stanowią granice istniejącej zabudowy i granice działek, może się zdarzyć że ślepa ściana znajdzie się na granicy terenu zieleni. Z dużym prawdopodobieństwem stanie się to w przypadku nieruchomości ul. Tamka 36 (zwrócona w stronę terenów zieleni skarpy warszawskiej, określone jako zieleń w studium), gdyby sporządzono MPZP dla tego obszaru. Uwaga: Zakaz lokowania reklam na terenach zieleni jest zrozumiały. Należy jednak zauważyć, że rozgraniczenie terenów o różnym przeznaczeniu w planie miejscowym (np. terenów zabudowy i terenów zieleni) opiera się na istniejących liniach zabudowy i często granicach nieruchomości. Ponieważ elewacje preferowane do lokalizowania tablic również stanowią granice istniejącej zabudowy i granice działek, może się zdarzyć, że „ślepa” ściana znajdzie się na granicy terenu zieleni. Dodatkowo, jeżeli będzie to urządzenie reklamowe (forma przestrzenna), to znajdzie się ono już w obrębie terenu zieleni. Propozycja: Dodać, że zapis ten nie dotyczy tablic i urządzeń reklamowych na elewacjach stanowiących granice w/w terenów, w szczególności terenów zieleni urządzonej.	granicy działki należącej do terenów zieleni.
	54.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** § 8 pkt 1 lit. b **Treść uwagi:** Zakaz sytuowania tablic reklamowych – grunty rolne/leśne § 8. Określa się generalne zasady sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami: 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na: b) gruntach rolnych, w tym rodzinnych ogrodach działkowych, i gruntach leśnych Uwaga: Nie zostało sprecyzowane czy rodzaj gruntu wynika ze sposobu użytkowania (użytku) oznaczonego w ewidencji gruntów i budynków, czy też chodzi o przeznaczenie terenu wynikające z planu miejscowego, ewentualnie ze studium (SUiKZP).	Uwaga nieuwzględnioną **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Pojęcia gruntów rolnych i gruntów leśnych zostały szeroko zdefiniowane w ustawie z dnia 3 lutego 1995 r. o ochronie gruntów rolnych i leśnych, w związku z czym ich prawne znaczenie nie powinno budzić wątpliwości.
	54.19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Lokalizowanie słupów ogłoszeniowych na placach § 11 ust. 2. pkt. 1a. 1.nakaz zachowania minimalnych odległości od innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej: a. dla nośnika reklamowego formatu małego oraz słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 50 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni Uchwała nie precyzuje, co do warunków lokalizowania słupów ogłoszeniowych na bulwarach i placach, nieposiadających czytelnie wyodrębnionej jezdni. Uwaga: Wątpliwości co do lokalizowania słupów ogłoszeniowych na bulwarach i placach nieposiadających czytelnie wyodrębnionej jezdni. Przykład: Metro Centrum, gdzie MPZP rejonu PKiN definiuje obszar tzw. „patelni” jako bulwar miejski. Jeśli potraktujemy go jako jedną część jezdni, to powierzchnia tego terenu uniemożliwia umiejscowienia np. dwóch słupów ogłoszeniowych w widocznym miejscu i jednocześnie poza ciągami pieszo-jezdnymi w odległości poniżej 50m.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia przestrzennego dla odrębnego traktowania słupów ogłoszeniowo-reklamowych usytuowanych na placach i usytuowanych po jednej stronie jezdni.

			
	54.20.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Pojęcie elewacji Konieczność doprecyzowania pojęcia „elewacji” (par. 2. pkt 3), obecnie jest nieprecyzyjne i nie określa która powierzchnia może być wykorzystana pod tablice i urządzenia reklamowe. Brak w uchwale definicji elewacji szczytowej i elewacji frontowej, a pojęcia zostały użyte w par. 9 pkt 1. Ich wskazanie w przypadku wybranych budynków może być bardzo trudne. § 2. 3) elewacja – należy przez to rozumieć zewnętrzną ścianę budynku lub budowli wraz z otworami, np. okiennymi bądź drzwiowymi; Uwaga 1: Bardzo nieprecyzyjne pojęcie elewacji, nie określa która powierzchnia może być wykorzystana pod tablice i urządzenia reklamowe. Uwaga 2: Brak w uchwale definicji elewacji szczytowej i elewacji frontowej, a pojęcia zostały użyte w par. 9 pkt 1. Ich wskazanie w przypadku wybranych budynków może być bardzo trudne. Propozycja definicji elewacji (do dopracowania): - zewnętrzna ściana (budynku lub budowli) lub jej fragment, wraz z otworami, np. okiennymi bądź drzwiowymi i dekoracją architektoniczną; widoczna w rzucie budynku/budowli na mapie geodezyjnej jako jedna linia, wchodząca w skład jednej nieruchomości; może składać się z wielu płaszczyzn (budynek z podcieniami, wykuszami, wnękami), wtedy jako ślepa ściana traktowana jest największa pionowa płaszczyzna Negatywne przykłady definicji Uchwała krakowska: *elewacja – zewnętrzna ściana budynku lub budowli ze wszystkimi znajdującymi się na niej elementami architektonicznymi. W przypadku budynku* z arkadami przez elewację należy rozumieć także arkady z podporami i łukami, jak również zewnętrzne ściany budynku w podcieniach. Uchwała gdańska: *elewacja - przedstawione w jednym z czterech widoków architektonicznych z danej strony świata rozwinięcie zewnętrznych przegród budynku ze wszystkimi ich elementami, w szczególności z: ryzalitami, wykuszami, wnękami, loggiami, werandami, dachami, wystawkami i detalem architektonicznym.* Przykład: Gdańsk, ul. Bohaterów Getta Warszawskiego 16 Uchwała uniemożliwiła malowanie na ślepej ścianie budynku, gdyż w rozwinięciu ścian (widoku od strony przedmiotowej ściany) znalazły się okna.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Z projektu Uchwały usunięto niejednoznaczne pojęcia elewacji szczytowej i elewacji frontowej.



4.1 Pojęcie elewacji

ul. Bracka 25 - załamana ściana





4.1 Pojęcie elewacji

ul. Grójecka 42a - załamana ściana





Uwaga: Ta ściana akurat nie spełnia wymogów uchwały, bo nie jest w granicy działki.

4.1 Pojęcie elewacji

ul. Senatorska 40 - skomplikowany rzut ściany budynku





- Uwaga: Ta ściana akurat nie spełnia wymogów uchwały, bo jest objęta „obszarem istniejącej zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej powstałej w formie otwartych zespołów zabudowy i osiedli" (os. Bielańska).

4.1 Pojęcie elewacji

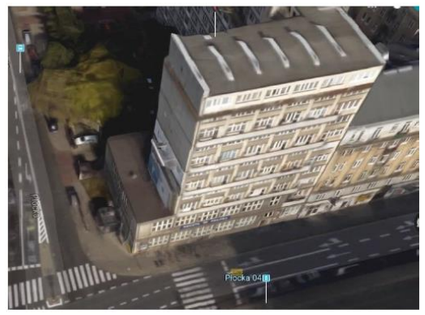
ul. Królewska 23 - skomplikowany rzut ściany budynku







Uwaga: Budynek stanowi przykład, gdy nie da się jednoznacznie wskazać elewacji frontowej i bocznej.

		4.1 Pojęcie elewacji ul. Tamka 47, ul. Francuska 49 - elewacja z prześwitem poniżej   **4.1 Pojęcie elewacji** ul. Wolska 56 – skomplikowana elewacja (2 ściany, obydwie w granicy działki)  	
	54.21.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Możliwość lokalizowania murali na bocznych ścianach w strefie parteru Propozycja Możliwość lokowania murali na elewacjach (bocznych): - nie posiadających strefy parteru i pozbawionych dekoracji architektonicznej, - jeżeli mural zajmie wysokość pierwszej kondygnacji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozwiązanie nie jest uzasadnione z punktu widzenia ładu przestrzennego.
Clear Channel Poland Sp. z o.o.	**55.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Na wstępie chcemy wskazać, że Spółka Clear Channel Poland Sp. z o.o. **(dalej „Spółka”)**, jako jedna z największym firm z branży reklamowej w Polsce oraz oddział wiodącego, Światowego koncernu reklamy zewnętrznej, pozytywnie ocenia podejmowanie przez gminy działań zmierzających do uporządkowania przestrzeni publicznej, w tym wprowadzenia jasnych i kompleksowych zasad dotyczących prezentowania treści reklamowych w tej przestrzeni. W szczególności należy pozytywnie ocenić działania ukierunkowane na walkę z nielegalną reklamą, reklamą o niskiej jakości i estetyce oraz	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis dotyczący minimalnej odległości wolnostojących nośników reklamowych od wiat przystankowych pełni istotną rolę, równoważąc wynikającą z wymogów ładu przestrzennego konieczność przeciwdziałania zjawisku przesycenia krajobrazu miasta nośnikami reklamowymi z faktem, że wiaty przystankowe nie stanowią dodatkowego, wolnostojącego i

		promowanie dobrych wzorców reklamy systemowej. Tworząc stosowne regulacje należy uwzględniać, że reklama jest nieodłącznym elementem przestrzeni publicznej, pełniąc służebną rolę wobec potrzeb społecznej konsumpcji. Wprowadzenie prawnych regulacji w zakresie reklamy zewnętrznej nie może prowadzić do odebrania możliwości trafienia ze swoim przekazem producentom, sektorowi handlu, usług, przedstawicielom Świata kulturalnego, czy organizatorom akcji społecznych. Sukces w zakresie ustalenia zasad funkcjonowania reklamy zewnętrznej jest zależny od spełnienia m.in. następujących warunków: zagwarantowania praw nabytych, szacunku dla Inwestorów, przestrzegania prawa przez wszystkie zainteresowane strony oraz brak monopolu jednego dostawcy reklamy. Zapisy zawarte w Projekcie Uchwały z dnia 4 września 2018 r. budzą szereg wątpliwości, które stały się podstawą do sformułowania przez Spółkę szczegółowych uwag i propozycji zmian do Projektu Uchwały i które zostaną w zarysie wypunktowane poniżej. W pierwszej kolejności wskazujemy, że Projekt Uchwały w sposób bezpośredni, jawny i nie pozostawiający złudzeń faworyzuje pewne formy reklamy, za czym kryje się uprzywilejowanie konkretnych podmiotów nad innymi. Projekt Uchwały wprowadza bowiem wprost szczególne zasady dla sytuowania reklam na: - wiatach przystankowych, dla których brak jest w zasadzie jakichkolwiek ograniczeń w zakresie umieszczania reklamy zewnętrznej; - słupach ogłoszeniowo-reklamowych, dopuszczonych bez ograniczeń na terenie miasta, przy jednoczesnym braku takiego uprzywilejowania dla małych form reklamy zewnętrznej, nie odbiegających estetyką od słupów, a wręcz przewyższających je jakością. Przy przyjęciu preferencyjnego podejścia do reklamy na wiatach przystankowych, twórcy Projektu Uchwały zdają się praktycznie nie dostrzegać, że tablica reklamowa stanowiąca element wiaty przystankowej stanowi równorzędną ekspozycję reklamy w krajobrazie miasta, jak przykładowo wolnostojący tzw. citylight, posiadający podobne wymiary i sposób wykonania. Z tego względu nie jest zrozumiałe, jakie przesłanki towarzyszyły tworzeniu zapisów Projektu Uchwały, wyłączających reklamy sytuowane na wiatach przystankowych spod zakazu ich sytuowania w obszarach objętych ochroną konserwatorską, czy też wprowadzających specjalną 10-metrową strefę ochronną dla reklamy umieszczonej w wiacie przystankowej, której to strefy nie może „naruszyć” inny nośnik reklamowy. Podobnie odnosząc się do słupów ogłoszeniowo-reklamowych należy podkreślić, że brak jest obiektywnych, uzasadnionych argumentami natury urbanistycznej przyczyn dla ich szczególnego uprzywilejowania w stosunku do innych typów reklamowy systemowej małego formatu, w szczególności tzw. citylightów. Wydaje się, że nośniki typu citylight przewyższają wręcz często słupy reklamowe jakością, wielością funkcji, jakie mogą pełnić, czy odpornością na akty wandalizmu lub warunki atmosferyczne. Podsumowując powyższy wątek, nie sposób nie odnieść wrażenia, że w Projekcie Uchwały pewne typy nośników reklamowych zostały uprzywilejowane, z uwagi na okoliczność dysponowania nośnikami przez spółkę miejską, bądź fakt przysługującego miastu prawa własności wiat reklamowych, dysponowanych na cele reklamowe na podstawie umów z miastem. Obecny kształt Projektu Uchwały narusza tym samym zasadę równego traktowania podmiotów i zasadę transparentności działania organów publicznych. Należy w związku z powyższym uznać, że Projekt Uchwały przekracza granice uznania, jakie ustawodawca przyznał gminom na podstawie art. 37a i n. ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Kolejnym istotnym zagadnieniem, które należy poruszyć jest wsteczność i brak perspektywiczności zapisów Projektu Uchwały. Proponowane zapisy zdają się całkowicie pomijać rozwój nowoczesnych technik i technologii stosowanych w nowoczesnej reklamie cyfrowej. Powyższe wyraża się w szczególności w braku dopuszczenia w Projekcie Uchwały możliwości wykorzystywania ekranów elektronicznych, prezentujących dynamiczne treści, co stoi w sprzeczności z trendami obecnymi w największym metropoliach zachodniej Europy i Świata. Kierunki rozwoju form ekspozycji w reklamie zewnętrznej jednoznacznie wskazują, że popyt na tradycyjne tablice reklamowe wyklejane papierem w ostatnich latach znacząco spadł. Systematycznie rosną natomiast wpływy z konstrukcji reklamowych z powierzchniami podświetlanymi o podwyższonej jakości ekspozycji, w tym nośniki o dynamicznej (ruchomej) treści. Powyższe wynika z oczekiwań i zapotrzebowania rynku. Nośniki elektroniczne stanowią przyszłościową formę, nie tylko marketingu, ale również komunikacji z mieszkańcami miast. W przeciwieństwie do tradycyjnych tablic reklamowych, elektroniczne nośnik reklamowe mogą być włączone w system Informacyjnego zarządzania miastem. Przykładowo, wykorzystywany w sytuacjach kryzysowych, takich jak m.in. awarie techniczne, szczególne sytuacje pogodowe, czy zagrożenie terrorystyczne.	służącego przede wszystkim celom reklamowym obiektu w przestrzeni miasta. Odległość ta jest więc znacznie mniejsza, niż w przypadku innych wolnostojących nośników reklamowych. Eksploatacja gablot reklamowych na wiatach przystankowych przez jeden podmiot jest ograniczona w czasie, ponieważ wynika z umowy zawartej na czas określony, przy czym podmiotem tym nie jest spółka miejska. Po jej zakończeniu zarządca infrastruktury przystankowej może ogłosić przetarg na operatora powierzchni reklamowych, w którym wszystkie zainteresowane podmioty mogą uczestniczyć na równych prawach. Eksploatacja słupów ogłoszeniowo-reklamowych jest obecnie prowadzona przez wiele podmiotów na zasadzie konkurencji rynkowej. Brak możliwości sytuowania wolnostojących nośników reklamowych formatu małego na terenach objętych ochroną konserwatorską wynika z uwarunkowań konserwatorskich i był jednym z warunków uzgodnienia projektu Uchwały przez Mazowieckiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków. Uwaga nie zawiera argumentacji, uzasadniającej tezę, iż słupy ogłoszeniowo-reklamowe stanowią nośnik reklamowy o niższej jakości niż urządzenie typu citylight. Projekt Uchwały nie pomija technologii cyfrowych i eliminuje wyświetlaczy z przestrzeni publicznej. Niemniej, kryterium, na którym mogą opierać się przesądzenia projektu Uchwały, są wymogi ładu przestrzennego, nie zaś dostępne możliwości technologiczne. Należy podkreślić, że immanentnymi cechami tego typu nośników jest silna wizualna ingerencja w krajobraz, możliwy do wywołania u obserwatora dyskomfort i negatywny wpływ tego typu instalacji na bezpieczeństwo ruchu. W przytoczonej rekomendacji UNESCO brak jest zalecenia, sugerującego sytuowanie w historycznym krajobrazie miejskim rozwiązań tego typu.

		Należy wręcz postulować, by miasta nawiązywały współpracę z podmiotami dysponującymi nośnikami elektronicznymi w celu wspólnego ustalenia warunków włączenia podmiotów z branży reklamowej w systemy zarządzania informacyjnego. Podsumowując, Projekt Uchwały wymaga w ocenie Spółki gruntownej zmiany w zakresie podstawowych założeń, tj. otwarcia się na nowe technologie, na które nie sposób zamykać oczy. Takie podejście pozwoli na przyjęcie rozwiązań trwałych, przyszłościowych i nie wymagających ciągłych zmian. Jednocześnie za niedopuszczalne należy uznać stosowanie zapisów faworyzujących określone, powiązane z miastem podmioty dysponujące nośnikami reklamowymi nad innymi firmami z branży reklamowej. Na zakończenie warto odwołać się do zapisów Rekomendacji UNESCO w sprawie historycznego krajobrazu miejskiego **(„Rekomendacja')** . Dokument ten stanowi bowiem zbiór najważniejszych, powszechnie uznawanych zasad i wartości, którymi należy kierować się przy tworzeniu polityki ochrony krajobrazów miast. Jednym z postulatów Rekomendacji jest stosowanie tzw. podejścia krajobrazowego do historycznego dziedzictwa miejskiego. Polega ono na umiejętności godzenia celów ochrony dziedzictwa **z celami rozwoju społecznego i gospodarczego** (pkt 11 Rekomendacji), czego wyrazem powinno być między innymi zapewnianie harmonijnej integracji współczesnej architektury i wszelkich innych nowych Inwestycji z historyczną tkanką miasta (pkt 12 Rekomendacji). Innymi słowy, wprowadzając zasady ochrony krajobrazu miejskiego należy łączyć różne interesy, w tym uwzględniać prawa podmiotów gospodarczych, czy rozwój nowoczesnych technologii. Projekt Uchwały wręcz przeciwnie, całkowicie pomija innowacje technologiczne, co prowadzi do zamknięcia miasta na rozwiązania cyfrowe w reklamie zewnętrznej. W zapisach Projektu Uchwały nie uwzględniono również, że dzięki promowaniu dobrych, nowoczesnych oraz systemowych rozwiązań reklamy zewnętrznej można osiągnąć korzyści społeczne, przy jednoczesnej ochronie miejskiej tkanki.	
	55.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** <u>Dot.: wprowadzenie definicji pojęcia „strefy parteru komercyjnego”</u> Wprowadzenie do § 2 Projektu Uchwały definicji „strefa parteru komercyjnego” w proponowanym następującym brzmieniu: „strefa parteru komercyjnego - należy przez to rozumieć strefę parteru przeznaczoną i wykorzystywaną do pełnienia funkcji handlowych i/lub usługowych” <u>Uzasadnienie</u> Projekt Uchwały wprowadza definicję pojęcia „strefy parteru”, co należy uznać za uzasadnione z punktu widzenia potrzeby uregulowania w uchwale szczególnych zasad i warunków sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na elewacji najniższej kondygnacji. Wprowadzenie do Projektu Uchwały dodatkowej definicji „strefy parteru komercyjnego” pozwoli na uwzględnienie w uchwale uzasadnionych z punktu widzenia, tak zasad ładu przestrzennego, jak i utrwalonej praktyki marketingowej postanowień dotyczących zasad i warunków sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na elewacjach w strefie parteru, w przypadkach w których strefa parteru pełni funkcje komercyjne.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sytuowanie w strefie parteru nośników reklamowych niebędących szyldami jest niewłaściwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	55.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** <u>Dot.: wprowadzenie definicji pojęcia „podziałów architektonicznych"</u> Wprowadzenie do § 2 Projektu Uchwały definicji „podziałów architektonicznych” w proponowanym następującym brzmieniu: podziały architektoniczne — należy przez to rozumieć pionowe lub poziome architektoniczne osie kompozycyjne (np. osie elewacji) wyznaczone jako kontynuacja w linii prostej dominujących krawędzi na obiekcie (np. osie wyznaczone przez szerokość otworu okiennego) albo wyznaczone jako oś symetrii pomiędzy dominującymi krawędziami na obiekcie (np. oś symetrii pomiędzy otworami okiennymi lub pomiędzy krawędzią Ściany a najbliższą krawędzią otworu okiennego), w szczególności dla krawędzi: otworów okiennych, witryn, przeszkleń w ścianach osłonowych, Ścian i dekoracji architektonicznej. <u>Uzasadnienie</u> Definicja pojęcia podziałów architektonicznych umożliwi wprowadzenie w sposób nie budzący wątpliwości do Projektu Uchwały zasad i warunków sytuowania tablic i urządzeń reklamowych przy przyjęciu jako kryterium dopuszczenia takich nośników, ich wkomponowanie w cechy architektoniczne elewacji budynków. Będzie to również sprzyjało zachowaniu ładu architektonicznego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera przekonującej argumentacji, uzasadniającej funkcjonalną potrzebę wprowadzenia proponowanej definicji do projektu Uchwały.

	55.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dot.: wprowadzenie definicji pojęcia „ekran elektroniczny" Wprowadzenie do § 2 Projektu Uchwały definicji pojęcia „ekran elektroniczny” w proponowanym następującym brzmieniu: „ekran elektroniczny — należy przez to rozumieć ekran umożliwiający eksponowanie treści przesyłanych cyfrowo, stanowiący taki typ tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, który eksponuje na ekranie, zmienne, nieruchome lub ruchome treści, przy czym w czasie pełnego nasłonecznienia maksymalna jasność ekranu, wyposażonego w automatycznie dostosowujące jasność obrazu do jasności otoczenia, mierzona w odległości 1 m prostopadle do środka matrycy, nie może przekraczać 2500 cd/m2, zaś po zmroku - 350 cd/m2, a ekran wykonany jest: a) w technologii ciekłokrystalicznej lub w nie gorszej technologii ją zastępującej, przy czym dla powierzchni ekspozycyjnych nie większych niż 3 m2 oraz dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych wielkość piksela nie może przekraczać 2 mm, lub b) z diod elektroluminescencyjnych technologii Surface Mounted Device (SMD), przy czym dla powierzchni ekspozycyjnych nie większych niż 3 m2 oraz dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych wielkość piksela nie może przekraczać 2 mm” Uzasadnienie Projekt Uchwały przewiduje w § 2 pkt 37 definicję pojęcia „wyświetlacz”, które nie spełnia wymogów wynikających z dynamicznego rozwoju nowych technologii i w konsekwencji rozwoju form komunikacji marketingowej. Miasto st. Warszawa, jako stolica Polski stanowi przestrzeń dla działalności sektora gospodarczego w wielkiej skali. Konstrukcja uchwały reklamowej powinna w związku z powyższym uwzględniać cechy tego rynku, którego potrzeby marketingowe powstają w skali Światowej, niezależnie od uwarunkowań lokalnych. W Projekcie Uchwały brak jest regulacji przewidujących sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych o zmiennej i ruchomej treści, stosowanych w kampaniach reklamowych wielu profesjonalnych podmiotów gospodarczych. Taka sytuacja powoduje niedostosowanie Projektu Uchwały do aktualnych warunków, a w przyszłości wysoce prawdopodobną konieczność zmiany zapisów uchwały. Należy podkreślić, że ze względu na zaawansowanie tych technologii pod emitowania Światła, mimo zmienności obrazu, są one mniej uciążliwe i rozpraszające dla kierowców niż nośniki tradycyjnie oświetlone. Warto wskazać, że ekrany elektroniczne, jako nośniki treści reklamowych stosowane są w dużych miastach Europy Zachodniej. W tym zakresie należy tytułem przykładu wskazać znane Piccadilly Circus położone w centrum Londynu, bądź składający się z sześciu ekranów elektronicznych pas reklamowy o długości 72 metrów zlokalizowany przy drodze Cromwell Road w Londynie. W ramach proponowanej definicji pojęcia „ekran elektroniczny”, w stosunku do obecnego w Projekcie Uchwały pojęcia „wyświetlacza”, brak jest elementu regulującego parametry czasowe odnoszące się do zmienności prezentowanych treści. **Wprowadzanie takich regulacji wykracza bowiem poza upoważnianie ustawowe zawarte w art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.** Zgodnie z art. 37a ww. ustawy rada gminy może regulować zasady i warunki sytuowania, gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane nośniki reklamowe. W zakresie przedmiotowym tzw. uchwały krajobrazowej, wyznaczonym w ustawie w sposób wiążący, **nie mieszczą się zagadnienia związane z treścią prezentowaną na tablicach i urządzeniach reklamowych**. Kwestia czasu zmienności treści reklamowych nie stanowi ani zasad i warunków sytuowania, ani gabarytów, standardów jakościowych lub materiałów budowlanych, tym samym jej regulacja stanowiłaby bezpodstawną ingerencję w treści reklamowe. Należy przypomnieć, że zgodnie z art. 94 zd. 1 Konstytucji RP organy samorządu terytorialnego, ustanawiając akty prawa miejscowego obowiązujące na obszarze działania tych organów, działają na podstawie **i w granicach upoważnień zawartych w ustawie.** Naruszenie granic delegacji ustawowej poprzez rozszerzającą, a zarazem nieuprawnioną Interpretację regulacji ustawowych, stanowi o istotnym naruszeniu prawa w rozumieniu art. 91 ust. 1 w zw. z art. 91 ust. 4 ustawy o samorządzie gminnym.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Postulowane w uwadze dopuszczenie emisji ruchomych obrazów reklamowych w przestrzeni publicznej należy uznać za niewłaściwe z punktu widzenia ładu przestrzennego. Nośniki reklamowe w postaci wyświetlaczy silnie ingerują w swoje otoczenie, a zakres ich dopuszczeń wymaga szczególnie precyzyjnych regulacji. Ruchome obrazy stanowią bardzo intensywny bodziec wizualny, który może powodować u obserwatora dyskomfort i negatywnie wpływa na bezpieczeństwo ruchu. Potwierdza to regulacja art. 42a ustawy z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych, zakazująca sytuowania w pasie drogowym reklam wyświetlających ruchome obrazy. Należy jednocześnie wskazać, że zagadnienie ruchomości obrazu dotyczy formy, a nie treści reklamy, i stąd podlega m.in. regulacjom ustawy o drogach publicznych. Zgodnie zaś z art. 37a ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, rada gminy może ustalić w formie uchwały zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.
	55.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:**	Uwaga nieuwzględniona

		Treść uwagi: Dot.: usunięcie definicji „wyświetlacza" Zmiana § 2 pkt 37, tj. definicji pojęcia „wyświetlacz” poprzez jego usunięcie. Uzasadnienie W związku z propozycją wprowadzenia definicji pojęcia „ekran elektroniczny”, bardziej dostosowanej do realiów i stosowanych powszechnie nowych technologii w reklamie, definicję pojęcia „wyświetlacz” należy uznać za zbędną. Pojęcia te bowiem w znacznej części pokrywają się treściowo.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera przekonującej argumentacji, wskazującej na faktyczne rozpowszechnienie pojęcia „ekran elektroniczny” i funkcjonalną konieczność zastąpienia przez nie pojęcia „wyświetlacz”.
	55.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dot.: wprowadzenie definicji pojęcia „citylight" Wprowadzenie do § 2 Projektu Uchwały definicji „citylight” w proponowanym następującym brzmieniu: citylight — należy przez to rozumieć jednostronną lub dwustronną tablicę reklamową trwale związaną z gruntem lub sytuowaną na obiekcie (budynku, wiacie przystankowej, innym obiekcie małej architektury, urządzeniach technicznych), w formie przeszklonej gabloty, posiadającej wewnętrzne źródło Światła, eksponującej zmienne lub niezmienne nieruchome treści lub w formie ekranu elektronicznego, o rozmiarze zawierającym się w nośniku reklamowym formatu małego. Uzasadnienie W ocenie Spółki w ramach uchwały brakuje dodatkowej definicji nośnika reklamowego typu „citylight”, który z uwagi na swój mały format, wysoką jakość i potencjał wymaga odmiennego traktowania w ramach regulacji reklamy w przestrzeni miejskiej. Dzięki wprowadzeniu takiej definicji możliwym stanie się jednocześnie wprowadzenie szczególnych zasad i warunków sytuowania nośników typu „citylight”. Citylight stanowi formę uporządkowanej, systemowej i nowoczesnej reklamy, obecnej w dużych i rozwiniętych miastach Europy (i nie tylko Europy). Citylight, z uwagi na korzystanie z nowoczesnych technologii, stanowi jednocześnie nośnik reklamy kosztowny i wykonany z wysokiej klasy materiałów. Estetyka Citylightu przewyższa w znacznym stopniu nośniki takie jak słupy na których można umieszczać nieestetycznie przyklejone plakaty reklamowe i które są mało odporne na warunki pogodowe i akty wandalizmu. W związku z powyższym citylighty stanowią ofertę najbardziej profesjonalnych firm z branży reklamowej i przeznaczone są do realizacji profesjonalnych kampanii reklamowych, czy kampanii społecznych. Co więcej, technologiczna przewaga citylightów nad innymi typami nośników reklamowych przejawia się w różnorodności funkcji, które mogą pełnić. Poza działaniami marketingowymi, citylighty mogą stanowić dopasowaną do aktualnych (i pojawiającym się) potrzeb, formę komunikacji z mieszkańcami miast m.in. umożliwiającą wyświetlanie Informacji o awariach, zagrożeniach itp. Dodatkowo, wskazać należy, że jakość materiałów, z których wykonuje się citylighty oraz ich gabaryty powodują, że ten typ reklamy nie wpływa negatywnie na odbiór wizualny przestrzeni miejskiej. Należy wskazać, że cele ochrony jakości krajobrazu można uzyskać dzięki wprowadzeniu do Projektu Uchwały szerszych wymogów w odniesieniu do standardów jakościowych i rodzajów materiałów budowalnych, z jakich mogą być wykonane nośniki reklamowe, do czego upoważnia gminę ustawodawca.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera przekonującej argumentacji, przemawiającej za funkcjonalną koniecznością wprowadzenia do projektu Uchwały pojęcia „citylight”, skoro jego cechy spełnia istniejąca w projekcie Uchwały definicja nośnika reklamowego formatu małego.
	55.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dot.: zasady i warunki sytuowania nośników reklamowych formatu małego na budynkach w strefie parteru komercyjnego Wprowadzenie do § 9 dodatkowego pkt. 3 w następującym proponowanym brzmieniu: „3) na elewacjach w strefie parteru komercyjnego w postaci citylightów, w ilości do dwóch nośników na Ścianę elewacji, wykonanych w wysokim standardzie jakościowym, przez co rozumie się konstrukcje: a) długotrwałej odporności na proces starzenia, tj. wymagające kompleksowych zabiegów konserwacyjnych, zapobiegających zmianom obniżającym cechy użytkowe i estetykę, powtarzanych w okresach nie krótszych niż 10 lat, b) odporne na uszkodzenia lub złuszczenie na skutek działania czynników mechanicznych i atmosferycznych oraz wykonane z materiałów odpornych na uszkodzenia lub zniszczenie na skutek działania tych czynników, c) wykonane z następujących materiałów budowlanych: aluminium, stal nierdzewna lub stal	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sytuowanie w strefie parteru nośników reklamowych niebędących szyldami jest niewłaściwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.

		ocynkowana, beton klasy C30/37 lub wyższej, szkło bezpieczne lub tworzywo sztuczne barwione w masie; - pod warunkiem wkomponowania w podziały architektoniczne budynku i nieprzysłaniania dekoracji architektonicznej, - a w przypadku sytuowania więcej niż jednego nośnika na jednej ścianie, pod warunkiem stosowania jednorodnej formy geometrycznej i kolorystyki” Uzasadnienie Przedstawiony Projekt Uchwały nie przewiduje możliwości sytuowania tablic i urządzeń reklamowych niebędących szyldami na budynkach poza tzw. ślepymi ścianami na warunkach określonych w S 9 pkt 1 Projektu Uchwały oraz na dachach budynków w postaci liter lub znaków ażurowych na warunkach określonych w S 9 pkt Projektu Uchwały. Należy zauważyć, że w wielkomiejskiej przestrzeni Warszawy strefa parteru wykorzystywanego dla celów handlowych tradycyjnie komponowana była jako przestrzeń dla zmiennych treści wizualnych. Niekwestionowana potrzeba uporządkowania chaosu reklamowego widocznego również na elewacjach budynków, nie powinna przysłaniać okoliczności, iż reklama i architektura mogą stanowić elementy spójnie współtworzące przestrzeń miejską. Powyższe wymaga określenia zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych w taki sposób, by były one wkomponowane w architekturę, zarówno w zakresie dostosowania do cech architektonicznych budynku (podziałów architektonicznych), jak i w zakresie stosowania dla nośników reklamy takich materiałów, których jakość i nie zaburzą estetyki elewacji. W tym miejscu należy zauważyć, że wyodrębnienie w ramach Projektu Uchwały szczególnych zasad dla sytuowania nośników reklamy w strefie parteru komercyjnego znajduje uzasadnienie w Świetle poglądów przedstawicieli urbanistyki i architektury. Przykładowo, w publikacji pn. „Elewacja sklepu jako czynnik reklamy” Jerzy Hryniewiecki, przedwojenny warszawski architekt i urbanista wskazywał, że „Architektura wieczna domów dzielnicy handlowych zaczyna się od pierwszego piętra”. Zupełnie inaczej — z punktu widzenia dopuszczalności sytuowania nośników reklamy - należy bowiem oceniać strefę parteru przeznaczonego pod działalność handlową i usługową a strefy kondygnacji przeznaczonych pod mieszkania (bądź przeznaczone pod inną działalność niż handlowo - usługową). Z tej przyczyny postuluje się, by Projekt Uchwały wprowadził zasadę „dynamicznego parteru”, przez co należy rozumieć dopuszczenie na warunkach określonych w uchwale sytuowanie nośników reklamy w strefie parteru komercyjnego oraz zasadę ochrony wizualnej wyższych kondygnacji. Proponowany powyżej zapis pozwala na osiągnięcie równowagi pomiędzy: - utrzymaniem tradycji wykorzystywania strefy parteru komercyjnego w przestrzeni wielkomiejskiej do prezentacji treści marketingowych a - koniecznością wkomponowania nośników reklamowych w zabudowę w taki sposób, by zachować wymagania ładu przestrzennego, w tym urbanistyki i architektury (w tym zakresie — propozycja uwzględnienia podziałów architektonicznych budynków, zakazu przysłaniania dekoracji architektonicznej, stosowania materiałów wysokiej jakości, ograniczenie nośników na elewacjach w strefie parteru komercyjnego do nośników typu citylight, cechujących się wysoką jakością i estetycznym wyglądem oraz nakaz stosowania spójnej formy i kolorystyki). Dla osiągnięcia celów ochrony krajobrazu Warszawy, należy rozważyć, aby dopuszczeniu lokalizacji nośników reklamy formatu małego w strefie parteru komercyjnego towarzyszyło zmniejszenie liczby dopuszczonych obecnie w Projekcie Uchwały liczby szyldów (por. uwaga poniżej).	
	55.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dot.: dopuszczalna maksymalna liczba szyldów Zmiana § 4 pkt 3 Projektu Uchwały poprzez zastąpienie zapisem w następującym proponowanym brzmieniu: „Określa się dopuszczalną maksymalną, łączną liczbę szyldów, umieszczanych na nieruchomości, przez jeden podmiot prowadzący na niej działalność, na trzy, przy zachowaniu dodatkowych ograniczeń liczbowych nakładanych na poszczególne rodzaje szyldów przez inne przepisy Uchwały, przy czym ograniczenie to nie dotyczy szyldów, które są niewidoczne z pasów drogowych bądź stanową wyposażenie ogródków gastronomicznych” Uzasadnienie**:** Zgodnie z art. 37a ust. 2 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w uchwale	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Liczba szyldów umieszczonych na nieruchomości jest czynnikiem, który nie wpływa w zasadniczy sposób na ład przestrzenny – do kluczowych parametrów należą ich wielkość, forma i lokalizacja. Określenie liczby szyldów jest jednak wymogiem art. 37a ust. 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Dla większości podmiotów usytuowanie dużej liczby szyldów na nieruchomości nie będzie w praktyce możliwe z uwagi na inne ograniczenia lokalizacyjne, definiowane w projekcie Uchwały.

		krajobrazowej należy określić liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność. W tym zakresie Projekt Uchwały w S 4 pkt 3 przewiduje możliwość sytuowania **przez jeden podmiot na danej nieruchomości aż 10 szyldów.** Takie rozwiązanie jest nieuzasadnione z punktu widzenia celów, które powinny towarzyszyć przyjęciu uchwały krajobrazowej. Obecnie najbardziej palącym problemem w kwestii reklamy w przestrzeni publicznej jest chaos reklamy nieuporządkowanej, przesyt ilościowy kosztem jakości stosowanych nośników reklamowych, nieuzasadnione celami marketingowymi nagromadzenie nośników na niewielkich powierzchniach elewacji, przy braku poszanowania architektury, wkraczanie przez nośniki w kolejne kondygnacje zabudowy. Zjawisko to uzyskało swoją potoczną, ale popularną nazwę „SZYLDOZY". Tym bardziej, nie jest zrozumiałe dopuszczenie w Projekcie Uchwały tak dużej liczby szyldów na pojedynczy podmiot prowadzący działalności na nieruchomości. Co więcej, zmniejszenie ilości szyldów poprawi ich czytelność i widoczność i nie będzie miało niekorzystnych skutków dla użytkowników lokali. Przykładowo w uchwale krajobrazowej przyjętej dla Gdańska kwestia ilości szyldów została określona znacznie szczegółowiej i znacznie bardziej limitująco (por. zapis poniżej). Wyciąg z § 8 ust. 4 uchwały krajobrazowej dla Gdańska: *4. Ustala się następującą liczbę soldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości, przez każdy Podmiot prowadzący na niej działalność:* *1) jeden szyld równoległy lub semaforowy dla każdego lokalu posiadającego bezpośrednie wejście zewnątrz lub witrynę;* *2) jeden dodatkowy szyld równoległy albo semaforowy sytuowany na innej elewacji dla każdego lokalu Posiadającego witryny na co najmniej dwóch elewacjach lub co najmniej dwa czynne i udostępnione publicznie wejścia zewnątrz;* *3) jeden szyld wizytówkowy przy wejściu do budynku dla każdego podmiotu zajmującego lub współdzielącego lokal, który nie posiada bezpośredniego wejścia z zewnątrz;* *4) jeden szyld wizytówkowy przy przejściu prowadzącym do lokalu dla każdego lokalu, do którego wejście nie znajduje się od strony ulicy, w szczególności szyld flankujący przejście bramne prowadzące do podwórka;* *5) jeden dodatkowy szyld wizytówkowy albo równoległy na nie ażurowych fragmentach ogrodzenia lub na pylonie (odpowiednio wizytówkowym lub zbiorczym) lub na totemie, dla każdego podmiotu;* *6) jeden poziomy lub jeden pionowy szyld główny w formie znaków bez tła, spełniający jeden z poniższych warunków:* *a. zamiast szyldu równoległego - dla budynku usługowego posiadającego jedną kondygnację wysokości mniejszej niż 5 m;* *b. jako dodatkowy szyld - dla budynku usługowego, posiadającego więcej niż jedną kondygnację naziemną;* *7) nie więcej niż trzy dodatkowe szyldy w formie flag na maszcie flagowym, po jednej fladze na każdy maszt;* *8) nie więcej niż dwa dodatkowe szyldy w formie flag na wysięgnikach zabytkowych lub ich wiernych rekonstrukcjach, po jednej fladze na każdy wysięgnik;* *9) nie więcej niż trzy soldy zabytkowe lub ich wierne rekonstrukcje.*	
	55.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dot.: zasady i warunki sytuowania nośników reklamowych na dużych obiektach handlowych Wprowadzenie do § 9 Projektu Uchwały dodatkowego pkt. 4 w następującym proponowanym brzmieniu: „na elewacjach obiektów handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 2.000 m2, w postaci ustandaryzowanych nośników reklamowych, w tym ekranów elektronicznych, pod warunkiem, że ustandaryzowane nośniki reklamowe są umieszczone na elewacji obiektu w równoległym układzie pionowym lub poziomym, a ich powierzchnie ekspozycyjne są umieszczone w linii zgodnej z linią elewacji, do której przylegają i są do niej maksymalnie przybliżone oraz nie wykraczają poza obrys elewacji i są wpasowane w podziały architektoniczne obiektu. ” Uzasadnienie Projekt Uchwały nie wprowadza żadnych szczególnych regulacji w zakresie sytuowania nośników reklamowych na dużych obiektach o przeznaczeniu ściśle handlowym. Powyższe należy uznać	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały zawiera szereg rozwiązań przeznaczonych dla obiektów handlowych o dużej powierzchni w zakresie szyldów. Uwaga nie przedstawia jednak przekonującej argumentacji za istnieniem funkcjonalnej potrzeby tworzenia dla takich obiektów szczególnych rozwiązań w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami kosztem wymogów ładu przestrzennego. Należy przy tym podkreślić, że nośniki reklamowe w postaci wyświetlaczy silnie ingerują w swoje otoczenie, a zakres ich dopuszczeń wymaga szczególnie precyzyjnych regulacji.

		za znaczącą lukę w regulacji. Nie sposób nie zauważyć, że wielkopowierzchniowe obiektu handlowe integralnie łączą się z działalnością reklamową. Wprowadzenie szczególnych warunków dla reklamy na obiektach handlowych jest uzasadnione specyfiką tego rodzaju obiektów, w których działalność gospodarczą prowadzi wiele podmiotów w sposób „skoncentrowany przestrzennie" .Tablice i urządzenia reklamowe umieszczone na takich obiektach są zazwyczaj spójne architektonicznie, z uwagi na koncepcję projektową wdrażaną już na etapie tworzenia projektu architektonicznego, co zapewnia ład przestrzenny. Uniemożliwienie lokalizowania tablic i urządzeń na tego typu obiektach zdecydowanie negatywnie wpłynie na ich wygląd, na ogół odsłaniając puste przestrzenie. Należy ponadto wskazać, że tablice i urządzenia reklamowe na obiektach handlowo-usługowych spełniają funkcje łączącą szyldy i reklamy (np. tablice reklamowe umieszczone na DT Wars Sawa od strony ul. Marszałkowskiej). Co więcej powyższe tablice wpisują się w jednorodną estetykę architektoniczną obiektów handlowych, nie powodując większych uciążliwości niż sama estetyka tychże obiektów. Proponowany zapis odwołuje się do kategorii wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, tj. posiadających powierzchnię sprzedaży powyżej 2.000 m2, które zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, których lokalizacja musi być przewidziana w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego. Celem takiej konstrukcji zapisu jest ograniczenie sytuowania dużych nośników reklamowych, w tym ekranów elektronicznych na elewacjach, wyłącznie do największym kompleksów handlowych.	
	55.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** <u>Dot.: doprecyzowanie definicji nośników reklamowych formatu małego, średniego i dużego</u> Zmiana § 2 pkt 11) lit. b) w następujący sposób: „korzystania z powierzchni ekspozycyjnych **każdej ze stron** każdorazowo większych niż 9 m2 ,lecz nieprzekraczających 18 m2" pkt 12) lit. d) w następujący sposób: „korzystania z powierzchni ekspozycyjnych **każdej ze stron** nieprzekraczających każdorazowo 2,5 m2" pkt 13) lit. c) w następujący sposób: „korzystania z powierzchni ekspozycyjnych **każdej ze stron** każdorazowo większych niż 3 m2, lecz nieprzekraczających 9 m2" <u>Uzasadnienie</u> Przyjęte w Projekcie Uchwały definicje nośników reklamowych formatu małego, dużego i średniego nie pozwalają rozstrzygnąć, czy określona w wymiarach powierzchnia ekspozycji dotyczy w przypadku nośników dwustronnych jednej strony, czy też łącznie powierzchni ekspozycji obu stron nośnika.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wprowadzono do wszystkich trzech definicji zmiany, ujednoznaczniające sposób interpretacji wielkości i liczby powierzchni ekspozycyjnych.
	55.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** <u>Dot. dopuszczenie na określonych warunkach nośników reklamowych formatu powyżej 18 m2</u> Zmiana § 2 poprzez dodanie definicji nośnika reklamowego formatu duży plus, w następującym proponowanych brzmieniu: „nośniku reklamowym formatu dużego - należy przez to rozumieć tablicę reklamową, także w formie dwustronnej, która spełnia łącznie warunki: a) korzystania ze sztywnych powierzchni ekspozycyjnych w układzie poziomym, o wysokości i szerokości nieprzekraczającej odpowiednio 4 m i 8 m, b) korzystania z powierzchni ekspozycyjnych każdorazowo większych niż 18 m2, lecz nieprzekraczających 32 m2, c) zachowania wysokości konstrukcji — od poziomu dolnej krawędzi nasypu lub poziomu gruntu do skrajnego górnego elementu konstrukcji — nieprzekraczającej 15 m;" <u>Uzasadnienie</u> Projekt Uchwały nie przewiduje sytuowania nośników reklamowych o powierzchni przekraczającej 18 m2. Nośniki takie stanowią znaczny procent inwentarzu firm z branży reklamowej. Należy uznać za uzasadnione ich dopuszczenie poza obszarem gęstej zabudowy, w szczególności przy drogach wylotowych.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wprowadzanie kolejnego, dwukrotnie większego formatu nośników reklamowych uznano za niezgodne z wymogami ładu przestrzennego.
	55.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:**	Uwaga nieuwzględniona

		Treść uwagi: Dot.: Zrównanie nośników reklamowych typu citylight z preferencyjnie traktowanymi w ramach Projektu Uchwały słupami ogłoszeniowo-reklamowymi Zmiana § 11 ust. 1 pkt 1 Projektu Uchwały poprzez zastąpienie zapisem w następującym proponowanym brzmieniu: „słupów ogłoszeniowo-reklamowych **oraz citylightów**: bez ograniczeń w zakresie nieruchomości, na jakich mogą umieszczane, pod warunkiem sytuowania na terenie dostępnym publicznie wyłącznie słupów zgodnych ze wzorami określonymi w Załączniku graficznym nr 2” a w związku z powyższym zmiana § 11 ust. 1 pkt 2 Projektu Uchwały w następujący sposób: „nośników reklamowych formatu dużego, średniego **i innych niż citylighty nośników reklamowych formatu** małego: poza obszarami wpisanymi do rejestru zabytków lub ujętymi w ewidencji zabytków, wzdłuż ulic lub ich odcinków opisanych w Załączniku nr 1 i wskazanych w Załączniku graficznym nr 1, w maksymalnej odległości 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych oraz 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg” Uzasadnienie Projekt Uchwały w sposób jednoznaczny traktuje preferencyjnie słupy ogłoszeniowo-reklamowe. Powyższe nie znajduje uzasadnienia z puntu widzenia wymogów ładu przestrzennego. W branży reklamowej stosowane są również inne typy nośników reklamowych, których estetyka i gabaryty należy oceniać jako równie preferowane formy reklamy zewnętrznej w mieście. Przykładem takim są w szczególności citylighty, stanowiące niewielkie konstrukcje, o nowoczesnym charakterze i wysokiej jakości. Citylighty stosowane są powszechnie w miastach europejskich, jako forma reklamy uporządkowanej i dopuszczalnej również na terenie zabudowy historycznej. Aktualnie są one powszechnie stosowane również w Warszawie. Z tego względu brak jest obiektywnych i uzasadnionych urbanistycznie przyczyn, dla uprzywilejowania podmiotów dysponujących słupami ogłoszeniowo-reklamowymi w stosunku do podmiotów oferujących prezentowanie treści reklamowych na citylightach. Innymi słowy wprowadzenie tego typu uregulowań może zostać odebrane jako wyraźna preferencja dla podmiotu dysponującego tego typu słupami, w tym w szczególności spółki miejskiej Warexpo. Przewaga słupów reklamowych może być ewentualnie uzasadniona w rejonach Starego Miasta, gdzie słupy mogą być stylizowane historycznie. W okolicach nowoczesnej zabudowy (np. Śródmieście Płn., Górny Mokotów, Bliska Wola) brak jest takich argumentów natury urbanistycznej. Takie różnicowanie nosi znamiona nieuzasadnione uprzywilejowywania podmiotów, których inwentarz w znacznej mierze składa się z przedmiotowych słupów.	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Słupy ogłoszeniowo-reklamowe stanowią odmienną formę przestrzenną niż tzw. citylighty, znacznie silniej osadzoną w tradycji przestrzennej m.st. Warszawy i w praktyce znacznie bardziej rozpowszechnioną. Citylighty stanowią obiekt o charakterze współczesnym i wielkomiejskim, także w stanie obecnym koncentrując się przede wszystkim przy szerokich ciągach komunikacyjnych. Projekt Uchwały, z uwagi na wymogi ładu przestrzennego, sankcjonuje taki właśnie, wielkomiejski kontekst nośników tego typu i unika ich lokalizacji w kameralnych ciągach ulicznych o niewielkim przekroju. Ponadto, wyłączenie możliwości sytuowania tzw. citylightów z obszarów objętych formami ochrony konserwatorskiej wynika także z uzgodnienia projektu Uchwały z Mazowieckim Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków.
	55.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dot.: dopuszczalne minimalne odległości pomiędzy wolnostojącymi nośnikami reklamowymi formatu małego Zmiana § 11 ust. 2 pkt 1 lit. a) Projektu Uchwały poprzez zastąpienie zapisem w następującym proponowanym brzmieniu: „dla nośnika reklamowego formatu małego oraz słupa ogłoszeniowo-reklamowego: - przy jezdniach, których szerokość pomiędzy wewnętrznymi krawędziami jezdni wynosi do 9 metrów: 20 m po tej samej stronie jezdni lub 25 m po przeciwnej stronie jezdni; -przy jezdniach, których szerokość pomiędzy wewnętrznymi krawędziami jezdni wynosi powyżej 9 metrów: 20 m po tej samej stronie jezdni lub 35 m po przeciwnej stronie jezdni.” Uzasadnienie Obecnie przewidziane w Projekcie Uchwały odległości pomiędzy nośnikami reklamowymi formatu małego są w ocenie Spółki znacznie przekraczające uzasadnione potrzeby ochrony krajobrazu miejskiego. Odległości 50 m oraz 30 m praktycznie wykluczają z rynku wiele podmiotów z branży reklamowej, stosujących nośniki reklamowe o małym formacie, które powinny być traktowane jako preferencyjny typ reklamy w przestrzeni miejskiej. Dodatkowo, należy mieć na uwadze, że na etapie dostosowywania do warunków uchwały reklamowej, taki zapis może w praktyce rodzić liczne sytuacje konfliktowe pomiędzy podmiotami posiadającymi nośniki w bliższej odległości. W celu minimalizacji takich konfliktów należy wprowadzić bardziej kompromisowe odległości. Proponowane 20 m i 25 m (20 i 35 m) nie wpłyną negatywnie na odbiór przestrzeni miejskiej.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Obniżenie limitów odległości wzajemnych powodować może przeładowanie krajobrazu miasta nośnikami reklamowymi, w szczególności na długich i pozbawionych innych elementów zagospodarowania ciągach komunikacyjnych. Podwyższenie minimalnej odległości wzajemnej nośników reklamowych usytuowanych po przeciwnej stronie jezdni dla jezdni szerokich nie jest konieczne, bowiem umieszczenie nośnika na jezdni i tak nie jest możliwe z uwagi na przepisy odrębne.

		Proponowane zapisy opierają się na następujących założeniach: - nośniki reklamowe sytuowane po przeciwnej stronie jezdni powinny być lokalizowane w większej odległości niż nośniki po tej samej stronie ulicy, a to z uwagi na konieczność nierozpraszania kierowców pojazdów. Założeniem jest lokalizowanie nośników po przeciwnej stronie jezdni we wzajemnym przesunięciu, by nie tworzyć zagęszczenia zmieniających się treści reklamowych, powodujących jednocześnie kierowanie wzroku w zmieniających się kierunkach. - odległości 20 i 25 m (oraz 20 i 35 m) stanowi odpowiednie wyważenie pomiędzy ochroną krajobrazu, umknięciem nadmiernego zagęszczenia nośników reklamowych oraz dopuszczeniem reklamy w przestrzeni ulic miasta. Rozróżnienie proponowanych odległości na jezdnie o szerokości do 9 metrów i ponad 9 metrów jest uzasadnione tym, że pas jezdni jest wyłączony spod lokalizacji nośników reklamowych, co należy uwzględnić przy określaniu odległości.	
	55.15.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** <u>Dot.: dopuszczalne odległości nośników reklamowych od wiat przystankowych</u> Zmiana § 11 ust. 2 pkt 2 lit. b) Projektu Uchwały poprzez jego usunięcie. <u>Uzasadnienie</u> Wskazany wyżej zapis, o którego usunięcie się postuluje w sposób rażący narusza zasadę równości podmiotów, poprzez uprzywilejowanie reklam znajdujących się na wiatach przystankowych. Wprowadzenie „strefy ochronnej” dla wiat przystankowych, na których umieszczone są nośniki reklamowe (którymi dysponuje obecnie podmiot mający umowę z m. st. Warszawa) nie znajduje żadnego uzasadnienia przestrzennego. Jedynym uzasadnieniem takiego rozwiązania wydaje się być próba chronienia urządzeń znajdujących się na wiatach przed konkurencyjnymi dla nich nośnikami wolnostojącymi. Oba nośniki: te umieszczone na wiatach i wolnostojące (formatu małego), mają bowiem jednakowy wpływ na krajobraz oraz w jednakowy sposób wpływają na ład przestrzenny. Lokalizacja nośników wolnostojących nie powoduje kolizji ze strukturą przestrzenno-komunikacyjną i dopełnia nowoczesnych charakter wiat przystankowych. Skoro zatem Projekt Uchwały dopuszcza wyjątkowe duże nagromadzenie nośników na wiatach przystankowych, nie jest uzasadnione zakazywanie umieszczania wolnostojących ustandaryzowanych nośników formatu małego w bliskiej odległości od tych wiat. Należy również podkreślić wartość i znaczenie gospodarcze takich miejsc. Z treścią nośników reklamowych usytuowanych na wiatach lub obok wiat zapoznaje się najwięcej ludzi, a kontakt ten jest dłuższy, niż z reklamą umieszczoną w innym miejscu. W związku z tym skuteczność takiej reklamy jest dużo większa. Dlatego też podmioty nie dysponujące przestrzenią na wiatach reklamowych powinny mieć równy dostęp do powyższych miejsc. Biorąc pod uwagę powyższe, przepis powinien zostać usunięty.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis dotyczący minimalnej odległości wolnostojących nośników reklamowych od wiat przystankowych pełni istotną rolę, równoważąc wynikającą z wymogów ładu przestrzennego konieczność przeciwdziałania zjawisku przesycenia krajobrazu miasta nośnikami reklamowymi z faktem, że wiaty przystankowe nie stanowią dodatkowego, wolnostojącego i służącego przede wszystkim celom reklamowym obiektu w przestrzeni miasta. Odległość ta jest więc znacznie mniejsza, niż w przypadku innych wolnostojących nośników reklamowych.
	55.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** <u>Dot. warunki sytuowania nośników reklamowych formatu duży plus</u> 1) Zmiana § 11 ust. 1 Projektu Uchwały poprzez dodanie punktu w brzmieniu: „nośników reklamowych formatu **dużego plus** wzdłuż ulic posiadających co najmniej dwa pasy ruchu w każdym kierunki , w maksymalnej odległości 30 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla autostrad i dróg ekspresowych oraz 15 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dla pozostałych rodzajów dróg;” 2) Zmiana § 11 ust. 2 pkt 1 poprzez dodanie następującego zapisu: „nakaz zachowania minimalnych odległości od innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie wolnostojącej dla nośnika reklamowego formatu duży plus: - 70 m po tej samej stronie jezdni lub 30 m po przeciwnej stronie jezdni -.w stosunku do nośników reklamowych formatu małego i średniego oraz słupów ogłoszeniowo-reklamowych, - 250 m - w stosunku do innych nośników reklamowych formatu dużego lub dużego plus” 3) Zmiana § 11 ust. 2 pkt 2 poprzez dodanie następującego zapisu: „nakaz zachowania minimalnych odległości od następujących elementów przestrzeni:	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wprowadzanie kolejnego, dwukrotnie większego formatu nośników reklamowych uznano za niezgodne z wymogami ładu przestrzennego.

		- od budynków: - dla nośnika reklamowego formatu duży plus: 35 m” Uzasadnienie Format nośników reklamowych powyżej 18 m2 jest obecnie powszechnie stosowany w sektorze reklamowym. Należy wskazać, że przy zachowaniu odpowiednich warunków, tj. ograniczeniu sytuowania największych tablic reklamowych do stref przy drogach określonych kategorii i poza terenem gęstej zabudowy miasta, ich wpływ na ład przestrzenny jest jednakowy, co przy stosowaniu tablic reklamowych o powierzchni 18 m2. W związku z propozycją wprowadzenia warunków dla sytuowania tablic reklamowych o powierzchni do 32m2 proponuje się jednocześnie, by nośniki takie mogły być sytuowane jedynie w okolicach „luźnej i rozproszonej” zabudowy (poprzez wymóg co najmniej 35 metrowej odległości od budynków) oraz przy drogach posiadających co najmniej dwa pasy ruchu w każdym kierunku.	
	55.17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dot.: przepisy przejściowych S 14 pkt. 2 ppkt. 2) Projektu Uchwały. Wniosek o zmianę § 14 pkt. 2 poprzez wydłużenie okresu dostawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do okresu analogicznego dla szyldów tj. 3 lat. Ewentualnie zrównanie do 3 lat okresu dostosowawczego dla nośnika reklamowego małego formatu (zdefiniowanego w pkt. 14 § 2) i dla szyldów do 3 lat. Uzasadnienie Brak jest uzasadnienia dla różnicowania okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych i szyldów. Zarówno szyldy jak i tablice reklamowe i urządzenia reklamowe pełną tą samą funkcję tj. funkcję marketingową, której celem jest zwiększenie sprzedaży. Brak jest uzasadnienia dla rygorystycznego traktowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w stosunku do szyldów biorąc pod uwagę ich jednolitą funkcję. Należy podkreślić, że tablice reklamowe i urządzenia reklamowe w zakresie małego formatu, mają często te same wymiary co szyldy. Tym samym ich wpływ na krajobraz jest analogiczny. W związku z tym zapisy projektu Uchwały są preferencyjne dla szyldów i dyskryminujące dla nośników reklamowych małego formatu. 3 letni okres dostosowawczy jest okresem i tak bardzo restrykcyjnym. Zmiany wprowadzone Uchwałą warszawską w porównaniu do uchwały z innych miast np. gdańskiej, czy sopockiej są zmianami bardzo rygorystycznymi i restrykcyjnymi. Należy podkreślić, że regulacje w zakresie krajobrazu są pierwszy raz wprowadzone do polskiego porządku prawnego, natomiast wcześniej obszar ten nie podlegał regulacji. W związku z tym dla tak radykalnego i rygorystycznego ograniczenia uzasadnione jest przewidzenie nieco dłuższe okresu dostawczego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy spełniają ustawowy warunek i są kompromisem między dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych, w tym dużej liczbie małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów, możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany, a interesem publicznym, którym jest jak najszybsze wprowadzenie w życie ochrony ładu przestrzennego i krajobrazu miasta. Dalsze wydłużanie okresu dostosowania byłoby niezgodne z oczekiwaniami społecznymi w tym zakresie. Należy jednocześnie podkreślić, że szyld stanowi niezbędny element funkcjonowania podmiotu gospodarczego w krajobrazie miasta, natomiast nośnik reklamowy niebędący szyldem pozbawiony jest takiego samego waloru funkcjonalnej niezbędności. W związku z powyższym, zarzut dyskryminującego traktowania przez projekt Uchwały tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami nie jest uzasadniony.
	55.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dot.: wprowadzenie definicji szyldu w postaci neonu do § 2 Projektu Uchwały. W definicjach zawartych w § 2 Projektu Uchwały, brak jest definicji szyldu w postaci neonu tzw. szyldu neonowego, wnioskujemy o wprowadzenie definicji szyldu neonowego. Uzasadnienie W §2 Projektu Uchwały wymieniono wiele rodzajów szyldów w pkt. 23-32. Wśród tych 10 rodzajów kategorii szyldów brak jest szyldu w postaci neonu tzw. szyldu neonowego. Szyldy neonowe nie mieszą się również w Żadnej z 10 kategorii szyldów przewidzianych przez ustawodawcę. Nowe szyldy neonowe są coraz częściej aktualnie spotykanym rodzajem szyldów i winny mieć odrębną definicję (np. szyld nowego domu towarowego sezam). Szyldy ze względu za swoją widoczność winny być odrębną kategorią szyldów. Ponadto nowe szyldy neonowe, ze względu na potencjalną uciążliwość Świetlną (tzw. zanieczyszczenie Światłem) winny być uregulowane m.in. pod względem rodzaju, koloru, natężenia oraz uciążliwości Świetlnej. Te kwestie powinny być doregulowane w definicji szyldu neonowego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera argumentacji, uzasadniającej funkcjonalną konieczność wprowadzenia proponowanej definicji. Szyldy neonowe wypełniają kryteria szyldów o formie ażurowej, a odpowiednie przepisy projektu Uchwały regulują sposoby ich sytuowania w kompletny sposób.
	55.19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Dot.: doprecyzowanie definicji kategorii szyldów opisanych w § 2 pkt. 23 – 32 Projektu Uchwały W definicjach zawartych w § 2 pkt. 23-32 Projektu Uchwały, nie spełniono kryterium rozłączności w związku z tym definicje są niejasne i niezrozumiałe. Uzasadnienie W § 2 Projektu Uchwały wymieniono wiele rodzajów szyldów w pkt. 23-32. Powołane definicje szyldów są zbyt ogólne. Powyższe definicje legalne nie spełniają warunku rozłączności. Posłużenie się w kilku przypadkach jedynie cechą głębokości szyldu komplikuje zrozumienie uchwały. Skoro zdecydowano się wprowadzać definicję legalną, powinna ona w sposób wyczerpujący wskazywać cechy danego szyldu w taki sposób, aby osoba niezaznajomiona z językiem reklamy mogła bez większych problemów zrozumieć, o jaki szyld chodzi. Biorąc pod uwagę powyższe, należy wprowadzić bardziej precyzyjne definicje poszczególnych szyldów.	Stworzony w § 2 Projektu Uchwały zestaw definicji szyldów odzwierciedla złożoność typologii tego rodzaju nośników i tylko w części stanowi system pojęć rozłącznych. Niektóre z umieszczonych w § 2 definicji opisują bowiem formy szczególne, tj. podtypy niektórych pojęć szyldów, bądź formy przekrojowe, o cechach, które może spełniać wiele innych pojęć. Nie wpływa to negatywnie na logikę dokumentu i jest niezbędne dla racjonalnej regulacji tej problematyki.
	55.20.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dot.: sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych na gruntach rolnych Wniosek o zmianę § 8 pkt 1 lit. b) Projektu Uchwały poprzez wprowadzenie następującej treści: „rodzinnych ogrodach działkowych i gruntach leśnych”, tj. poprzez rezygnację z generalnego zakazu sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na gruntach rolnych. **Uzasadnienie** Ograniczenie umieszczania tablic reklamowych na gruntach rolnych nie ma żadnego uzasadnienia. Grunty rolne pozostające w granicach administracyjnych miast nie mają na ogół charakteru rolnego pomimo ujawnienia takiego przeznaczenia w Ewidencji Gruntów. Obecnie sprzedaż takich Gruntów na cele budowlane została w znacznym stopniu ograniczona przepisami ustawy o kształtowaniu ustroju rolnego. Możliwość umieszczenia tablic i urządzeń reklamowych jest zatem dla właścicieli tych nieruchomości jedynym sposobem dochodu. Biorąc pod uwagę, że tereny te znajdują się na obrzeżach miasta (przy drogach dojazdowych), tablice reklamowe nie wpływają negatywnie na ład przestrzenny.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapis wykluczający sytuowanie tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych na terenach rolnych wynika z zasadniczego celu Uchwały, jakim jest dążenie do przywrócenia ładu przestrzennego na terenie m.st. Warszawy. Brak jest uzasadnienia dla sytuowania obiektów budowlanych na otwartych krajobrazowo obszarach miasta w sposób obniżający ich jakość przestrzenną i powierzchnię biologicznie czynną w celach niezwiązanych z przeznaczeniem tych terenów, tj. gospodarką rolną.
A.L.	**56.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §2 **Treść uwagi:** Dzień dobry, Po przeczytaniu projektu Uchwały nie mogę nie zgłosić poniższe uwagi. Niestety, w istniejącej formie wywołuje ona (Uchwała) więcej pytań, niż daje odpowiedzi. Niestety, pobudowana ona w oparciu o istniejące rozwiązania techniczne (co spowoduje problem przy stosowaniu ustawy do wszystkiego, co nie jest wymieniono) zamiast tego żeby zrobić przepisy raczej ogólnymi, . §2: • nie ma definicji co należy rozumieć jako budynek użyteczności publicznej; • nie ma definicji co to w ogóle jest szyld, czym się różni od tablicy reklamowej. Są wiele rodzajów materiałów informacyjnych nie będących reklamą, np.godziny otwarcia, ogłoszenie o zawieszeniu pracy lub zatrudnieniu ludzi do pracy, rozkład ruchu etc. Są wiele rodzajów materiałów reklamowych nie mieszczących nazwę podmiotu prowadzącego działalność. Zalecane jest stosowanie terminologii wymienionej w odpowiednich przepisach prawa ogólnopolskiego. • nie ma definicji tablicy reklamowej. • nie ma definicji urządzenia technicznego. Co będziemy robili z czymś innym, znajdującym się na terenie, dostępnym publicznie, co nie da się dostosować do wymienionych kategorii? Na przykład: autobus, automat telefoniczny, latarnia etc etc etc. • definicja nośniku reklamowego formatów małego i średniego nie uwzględnia pomiary innych urządzeń reklamowych w postaci innej niż gabloty. • nie ma definicji czynnika mechanicznego (np §11 pkt 2 ppkt 4) lit b)). Padający liść drzewa i uderzenie ciężarówki - tylko dwa przykłady czynnika mechanicznego. • nie ma definicji obiektu małej architektury • nie ma definicji zwartego terenu (§13 ust 6 pkt 1))	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Stosowanie w projekcie Uchwały pojęć budynku użyteczności publicznej, szyldu, tablicy reklamowej, urządzenia technicznego i obiektu małej architektury wynikają ze sposobu ich użycia w aktach prawnych wyższego rzędu, tj. prawa budowlanego oraz ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Zawężono opis czynników mechanicznych i usunięto słowo „zwarty” jako zbędne.

	56.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §2 ust 2) **Treść uwagi:** Może ma sens dodać latarnie ta/albo inne ogrodzenia, np. parkowe?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem, latarń i ogrodzeń nie można uznać za obiekty małej architektury w myśl definicji zawartej w art. 3 pkt 4 prawa budowlanego.
	56.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §2 ust 18) **Treść uwagi:** Moim zdaniem w wyrazie "urządzenie reklamowe" tu nie wystarcza słowa "wolnostojące", inaczej mogę go usytuować np. na innym słupie, na szyldzie.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Słup ogłoszeniowo-reklamowy jest dopuszczony do sytuowania zapisami § 11, a więc wyłącznie w formie wolnostojącej.
	56.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §2 ust 24) **Treść uwagi:** „Jednym swoim bokiem do prostego masztu lub drzewca". A jeżeli dwoma bokami? A pięcioma przy ośmiokątnym kształcie? A jeżeli nie do prostego, a do łuku? A jeśli nie do masztu lub drzewca, a do czegoś innego - co wtedy?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały dopuszcza sytuowanie szyldów flagowych jedynie w formie określonej w definicji.
	56.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §2 ust 32) I ust 37) **Treść uwagi:** Co będziemy robili, jak nazajutrz po wejściu w życie Uchwały będzie dostępny nowy rodzaj ekranu? Jeśli mamy wyświetlacz e-ink czy tresowanych mrówek, tworzących litery swoim ciałem? Co, jeśli treść zmienia się automatycznie, ale nie zdalnie? Zdalnie - to na jakiej odległości? Na przykład urządzenie sterujące jest usytuowane w metrze od szyldu - to już zdalnie? I jaka w ogóle różnica - zdalnie czy nie? Zamiast tych dwóch punktów proponuję inną opcję: a) pogrupować nośniki na rodzaje w zależności on częstotliwości zmian, np. ciągle zmieniające się (częściej niż raz na 10s w tym video), słabo zmieniające się (od jeden raz na 10s do jeden raz na minutę), stałe (pozostali) b) reglamentować maksymalną jasność w ogóle, a nie traktować to jako cechę wyłącznie wyświetlacza. Jasność musi być mierzona jako jasność obrazu.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sytuowanie nośników reklamowych o formie lub lokalizacji niewymienionej w tekście Uchwały będzie niezgodne z jej przepisami. Termin „zdalny”, z uwagi na swoją niejednoznaczność, został usunięty z definicji szyldu zmiennego. Uwaga nie zawiera przekonującej argumentacji, wskazującej na funkcjonalną potrzebę grupowania nośników reklamowych w zależności od częstotliwości zmian na wyświetlaczu.
	56.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §2 ust 34) **Treść uwagi:** Proszę zwrócić uwagę na różnicę między "teren dostępny publicznie" i "teren publiczny". Korytarz przychodni, sala sklepu albo kina, prywatny parking - to są tereny prywatne ale dostępne publicznie. Czy naprawdę Rada m. st. Warszawy będzie interweniować się co i jak reklamuje się wewnątrz terenów prywatnych? Całkiem rozumiem, że może chodzić o reklamie, *widocznej* z terenu publicznego nawet jeśli znajduje się na terenie prywatnym, taka reklama jak najbardziej wpływa na krajobraz i wtedy może być regulowana przez Uchwałę. W takim przypadku może ma sens uwzględnić stosunek dystansu od terenu publicznego do nośnika reklamowego do pomiarów tego nośnika, czyli im mniej nośnik tym mniej on ma wpływ na środowisko i tym bliżej na terenie prywatnym on może być do terenu publicznego bez obowiązku dostosowania się do przepisów Uchwały? Dział II: reglamentuje sytuowanie szyldów a) na budynkach b) urządzeniach budowlanych i technicznych c) wolnostojących. Jak reglamentuje się sytuowanie szyldów w innych miejscach? Świadomie nie wymieniam tu żadnego takiego miejsca, żeby pokazać, że tu jest dziura w przepisach.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zakres definicji terenu dostępnego publicznie, zawarty w projekcie Uchwały, nie obejmuje nieruchomości należących do podmiotów prywatnych. Brak jest uzasadnienia dla uzależniania dopuszczenia danego nośnika reklamowego od odległości jego usytuowania od granic terenu dostępnego publicznie. Uwaga dotycząca dopuszczalnych lokalizacji szyldów nie wskazuje, na czym miałaby polegać luka w odpowiednich przepisach projektu Uchwały.
	56.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §4 ust 3)	Uwaga nieuwzględniona

		Treść uwagi: "... z pasów drogowych". Czy chodzi tak naprawdę o • pasach ruchu dróg publicznych za wyjątkiem dróg wewnętrznych • pasach ruchu dróg publicznych z drogami wewnętrznymi włącznie • terenie publicznym? Proszę zwrócić uwagę że dojazd do parkingu to również pas ruchu, w ten czas jak ścieżka dla pieszych w ogrodzie nie jest. Również, może ma sens uwzględnić stosunek dystansu od terenu publicznego do nośnika reklamowego do pomiarów tego nośnika?	**Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Definicja pasa drogowego sformułowana jest w ust. 4 pkt 1 ustawy z dnia 21 marca 1985 r. ustawy o drogach publicznych.
	56.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §4 ust 7) **Treść uwagi:** Jak tu uwzględnione ekrany dotykowe lub zwykle?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapisy projektu Uchwały nie przewidują sytuowania w przestrzeni publicznej szyldów w postaci ekranów dotykowych. Nie wyklucza to sytuowania ekranów dotykowych niepełniących funkcji reklamowych.
	56.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §6 ust 5) **Treść uwagi:** Czy nie chodzi tu o szyldach naklejkowych NA ŚCIANACH urządzenia zamiast szyldów naklejkowych NA urządzeniu? Przecież nie istnieje technicznej możliwości żeby szyld NA urządzeniu technicznym był naklejkowym ponieważ albo on przylega/przyklejany do ściany i wtedy nie jest na urządzeniu ale tylko NAD nim, albo on jest na urządzeniu ale wtedy nie jest naklejkowym. Również tu nie wystarcza przepisu, reglamentującego szyldy i nie-szyldy NA takich urządzeniach. Mały przykład: na bankomaty i automaty vendingowe stawi się konstrukcja reklamowa żeby usunąć możliwość wyrzucania śmieci na urządzenie.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ściana urządzenia pozostaje jego integralną częścią, a zatem przepis sformułowany jest prawidłowo. Uniemożliwienie pozostawiania śmieci na urządzeniu jest zagadnieniem z zakresu ergonomii urządzenia, nie zaś regulacji reklamowych.
	56.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §7 ust 1 pkt 1) **Treść uwagi:** Część po słowu "bądź" zezwala na usytuowanie dowolnej ilości szyldów wolnostojących pod warunkiem że szyld na budynku jest dość odległy od terenu publicznego.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ze wskazanego przepisu nie wynika twierdzenie zawarte w uwadze. Z uwagi na nieprzejrzystą redakcję cały §7 został jednak w znacznym stopniu przeredagowany.
	56.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §7 ust 1 pkt 2) lit e) **Treść uwagi:** Proponuję wymienić "restauracji" na "lokal handlowo-usługowy" pozostawiając warunek kupna z samochody, ponieważ inaczej będzie to dyskryminacja kawiarni która nie jest restauracją albo np. kwiaciarni. To, że takich nie mamy w Warszawie dziś, nie znaczy, że nie będzie ich w przyszłości.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozszerzanie zakresu działania przepisu na nowe, niekorzystające dziś ze wskazanych rozwiązań branże działalności gospodarczej, a w konsekwencji zwielokrotnienie liczby przewidzianych w przepisie szyldów, byłoby niezgodne z wymogami ładu przestrzennego.
	56.17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §7 ust 2 pkt 1) **Treść uwagi:** Co robimy z budynkami mniej niż 1000 m.kw? Również, może ma sens uwzględnić stosunek dystansu od terenu publicznego do nośnika reklamowego do pomiarów tego nośnika, jak i niewidoczność szyldu z terenu publicznego?	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Z przepisu wynika brak możliwości sytuowania dodatkowego szyldu wolnostojącego dla znajdujących się na nieruchomości budynków o powierzchni użytkowej mniejszej niż 1000 m.kw., nie zaś brak możliwości sytuowania szyldu na nieruchomości w ogóle. Uwaga nie zawiera argumentacji uzasadniającej potrzebę zmiany przepisu. Brak jest również argumentacji uzasadniającej potrzebę wprowadzenia skomplikowanego mechanizmu dostosowania wielkości szyldu do odległości od terenu dostępnego publicznie, szczególnie wobec swobody wyboru przez

			inwestora lokalizacji szyldu na terenie nieruchomości. Uwagę uwzględniono w zakresie poszerzenia zakresu dopuszczeń szyldów wolnostojących, niewidocznych z terenu dostępnego publicznie.
	56.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §7 ust 2 pkt 4) i 5) **Treść uwagi:** Dlaczego dla jednych rodzajów biznesu robimy preferencje, a dla innych nie? Po co tam - 10m, a tam - 20? Po co różne procenty, po co dyskryminacja? Chyba nie ma być jednakowo?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozszerzanie zakresu działania przepisu na nowe, niekorzystające dziś ze wskazanych rozwiązań branże działalności gospodarczej, a w konsekwencji zwielokrotnienie liczby przewidzianych w przepisie szyldów, byłoby niezgodne z wymogami ładu przestrzennego.
	56.19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §7 ust 2 pkt 7) **Treść uwagi:** Punkt jest dyskryminujący: gdyby fryzjer albo weterynarz zachciał zmontować markizę to on nie ma prawa stosować nadruk ze swoim logo, a restauracja może! Dlaczego? Dlaczego kwiaciarnia albo szewc nie ma prawa na tablicę kredową?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozszerzanie zakresu działania przepisu na nowe, niekorzystające dziś ze wskazanych rozwiązań branże działalności gospodarczej, a w konsekwencji zwielokrotnienie liczby przewidzianych w przepisie szyldów, byłoby niezgodne z wymogami ładu przestrzennego.
	56.20.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §7 ust 2 pkt 7) lit a) **Treść uwagi:** • po co ograniczamy wysokość obrzeża zamiast ograniczenia powierzchni ekspozycyjnej? • czy chodzi tu o szyld jako osobny przedmiot zmontowany na zadaszeniu, czy o również o nadruku? • czy nie ma sensu zezwolić na nadruk na górnej części zadaszenia / parasolu również?	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Za zasadne uznano określenie wysokości szyldu, a nie obrzeża, a także kategoryzację definicyjną dopuszczalnych w takiej lokalizacji szyldów. Dopuszczenie sytuowania szyldów na górnej części parasola uznano za nieuzasadnione z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	56.21.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §7 ust 2 pkt 7) lit c) **Treść uwagi:** Dlaczego stojak jest zdefiniowany tu, a nie w §2? Czy właściciel ma prawo usytuować stojak poza obszarem ogródka? Czy mogę podzielić ogródek na dwie części, powiedzieć że teraz mam dwa obszary i usytuować dwa dodatkowych stojaki? A mogę podzielić na 10 i dodać 20 stojaków?	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Tworzenie oddzielnej definicji pojęcia, jednokrotnie zastosowanego w tekście projektu Uchwały, byłoby niewłaściwe z punktu widzenia czytelności dokumentu. Usunięto pojęcie obszaru ogródka jako niejednoznaczne. Stojak określony jest w tekście projektu Uchwały jako element ogródka gastronomicznego, nie może więc być on umieszczony poza obszarem ogródka.
	56.23.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §7 ust 2 pkt 8) **Treść uwagi:** Co robimy z budynkami mniej niż 1000 m.kw, jeśli one są na wspólnej nieruchomości?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Fakt usytuowania budynków poniżej 1000 m^2 powierzchni użytkowej nie uprawnia podmiotu do sytuowania dodatkowych szyldów wolnostojących na nieruchomości.
	56.24.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §7 ust 2 pkt 8) lit a) i b) **Treść uwagi:** • policzmy: 2,5*1,5=3,75m.kw, więc dlaczego szyldy w obszarach A i B mogą mieć większą powierzchnią, niż w obszarze C? • dlaczego w a) nie wymieniona maksymalna powierzchnia a w b) - głębokość? Albo dlaczego nie napisane że głębokość nie ogranicza się? • nie sprecyzowane czy tirety tych a) i b) łączą się między sobą jako "i" czy jako "albo"	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ujednolicono przepisy dla wszystkich obszarów, w tym głębokość, ujednoznaczniono kwestię ewentualnej rozłączności przepisów. Uwaga dotycząca Działu III projektu Uchwały nie jest zrozumiała.

		Dział III: Okazuje się, że z jednej strony bardzo łatwo szyldu zostać nie-szyldem, a z drugiej strony nie-szyldy faktycznie nie da się rozmieszczać na budynkach.	
	56.27.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §8 ust 2) lit c) **Treść uwagi:** To całe metro i wszystkie przejścia zaklejamy reklamą z nóg do głowy?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie nakazuje pokrycia nośnikami reklamy, a jedynie rezygnuje z tworzenia szczegółowych regulacji w tym zakresie z uwagi na ich potencjalnie dużą złożoność i brak bezpośredniego przełożenia na krajobraz miasta w tradycyjnym rozumieniu. Należy jednak wskazać, że wymienione obiekty znajdują się w zarządzie publicznym, który może regulować te sprawy instrumentami adnimistracyjno- bądź cywilnoprawnymi.
	56.29.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §8 ust 2) lit e) **Treść uwagi:** Czy warunki wymienione w tiretach muszą być spełnione jednocześnie czy wystarczy spełnić jeden?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Treść przepisu jednoznacznie wskazuje na rozłączność warunków opisanych w tiretach.
	56.30.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §9 ust 1) **Treść uwagi:** Dlaczego nie możemy robić to samo na elewacjach nie szczytowych? Dlaczego nie możemy robić to samo na elewacjach wyższych niż 25m?	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Z projektu Uchwały usunięto niejednoznaczne pojęcie elewacji szczytowej. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	56.32.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §9 ust 1) lit b) **Treść uwagi:** Proponuję wymienić "w maksymalnej odległości od niej wynoszącej 25 cm" na "w odległości wynoszącej maksymalnie 25 cm od niej". W istniejącym wariancie to brzmi jako zakaz usytuowania bliżej niż 25 cm.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis jest jednoznaczny, zaś proponowana w uwadze zmiana nie poprawia jego czytelności.
	56.33.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §10 ust 3) lit b) **Treść uwagi:** Co należy zrobić kiedy budowa trwa dłużej niż 9 mies.?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis nakazuje zakończenie ekspozycji nośnika reklamowego po upływie wskazanego terminu.
	56.37.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §10	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Treść uwagi: Nic nie powiedziano o innych urządzeniach technicznych	Przepisy projektu Uchwały dopuszczają sytuowanie nośników reklamowych wyłącznie w formie i w lokalizacjach wskazanych w tekście projektu.
	56.38.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §11 ust 1 pkt 1) **Treść uwagi:** Czy naprawdę chcemy zezwolić na 1000 słupów dla jednej nieruchomości?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Możliwości sytuowania słupów ogłoszeniowo-reklamowych ograniczone są przez minimalne odległości wzajemne wskazane w projekcie Uchwały. Tym samym, umieszczenie 1000 obiektów tego typu na jednej nieruchomości jest możliwe, lecz wymagałoby wykorzystania powierzchni ok. 100 ha.
	56.39.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §11 ust 1 pkt 1) **Treść uwagi:** Proponuję wymienić "w maksymalnej odległości" na "w odległości nie więcej niż". Oprócz tego, może ma sens uwzględnić stosunek dystansu od terenu publicznego do nośnika reklamowego do pomiarów tego nośnika, jak i niewidoczność urządzenia z terenu publicznego?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis jest jednoznaczny, zaś proponowana w uwadze zmiana nie poprawia jego czytelności.
	56.40.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §11 ust 2 **Treść uwagi:** Co, jeżeli w ogóle nie chodzi o drodze lub nie ma jezdni? Również, proponuję wymienić "nośników reklamowych" na "urządzeń reklamowych"	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak możliwości zachowania odpowiedniej odległości od jezdni uniemożliwia sytuowanie nośnika reklamowego. Proponowana zmiana nazwy pojęcia zmieniałaby w zasadniczy sposób jego sens, wiążąc go ściśle z pojęciem urządzenia reklamowego, zdefiniowany w treści ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	56.41.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §11 ust 2 pkt 4) **Treść uwagi:** Jak tu uwzględnione jest stosowanie elementów elektronicznych?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis dotyczy elementów konstrukcyjnych nośnika reklamowego, nie zaś jego powierzchni ekspozycyjnej. Analiza aktualnych rozwiązań technologicznych nie wskazuje na potrzebę dopuszczenia sytuowania nośników reklamowych o elektronicznych elementach konstrukcyjnych.
	56.43.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §12 ust1) lit b) **Treść uwagi:** Czy naprawdę musimy nie stosować miedź lub brąz?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Miedź i brąz nie są metalami stosowanymi do seryjnej produkcji mebli miejskich.
	56.44.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** §16 **Treść uwagi:** Gdzie określają się warunki dostosowania szyldów?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Warunki dostosowania tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych będących szyldami i niebędących szyldami zostały określone w jednym paragrafie.
	56.46.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:**

		Nie patrząc na wymienione problemy, chcę podziękować osobom, którzy dokładali wysiłków do wypracowania tej uchwały, zdaję sobie sprawy że to nie byle jaki kawał pracy i doceniam to. Również jestem mieszkańcem miasta stołecznego Warszawy, i również będę cieszył się porządkiem w tej branży. Również wydałem sporą ilość czasu na ten tekst, i proszę uwierzyć że zrobiłem to nie dlatego żeby przyniżyć czyjąś pracę ale żeby pomóc i wspólnymi wysiłkami zrobić Warszawę piękniejszą. Na sam koniec kilka dodatkowych pytań. Nie proszę o odpowiedź, tylko żeby takie i setki innych skomplikowanych pytań mieli swoje jasne i niedwuznaczne odpowiedzi w Uchwale. Jak ten dokument reglamentuje reklamę wewnątrz autobusów? Zewnątrz roweru prywatnego? A jeśli ten rower jest środkiem transportu dla handlu obwoźnego? • Jak ten dokument reglamentuje reklamę takiego rodzaju jak widoczna tu https://www.google.com/maps/@52.2228344,21.0155888,3a,75y,270.24h,100.78t/data=!3m6!1e1!3m4!1smIbcYeuoXJu7VMcV7UcKvA!2e0!7i13312!8i6656 na rogu budynku pod adresem Koszykowa 51, gdyby ona była po 1989 roku? • Malunek kredą na chodniku? • Poziomy albo prawie poziomy nie-szyld na prywatnym trawniku? • Jeżeli właściciel sklepu gastronomicznego w witrynie zbuduje z puszek koli logo swojego sklepu - czy to będzie traktowane jako urządzenie reklamowe? • Do jakiego formatu - małego, średniego czy dużego - należy kula o średnice 70 cm (powierzchnia ekspozycyjna 6 m.kw), dlaczego? Co zmieni się, jeśli dodamy oświetlenie zewnętrzne? • Do jakiego formatu - małego, średniego czy dużego - należy urządzenie wolnostojące z dotykowym ekranem, działające o drugiej w nocy na dworcu (teren użytkowany całodobowo)? Na terenie prywatnym obok dworca? Bardzo proszę postawić się do tych (nawet najbardziej wariackich) pytań w sposób poważny i nie odwoływać się do zdrowego rozsądku, ponieważ one (pytania) są podstawą dla przyszłych konfliktów, których nie da się rozwiązać wyłącznie zdrowym rozsądkiem ale potrzebne jest Prawo: chodzi o konflikt między przedsiębiorcą a urzędem kontrolującym, i to wyłącznie jako skutek niedoskonałości i niedokładności teraźniejszej treści uchwały.	Uchwała nie posiada kompetencji do regulacji sposobu oznaczenia pojazdów służących celom transportowym. Wskazana instalacja na budynku Koszykowa 51 nie podlega przepisom Uchwały, nie spełnia bowiem kryteriów ustawowej definicji reklamy. Rysunek kredą i poziomy szyld na trawniku będą podlegać przepisom Uchwały, o ile będą spełniać kryteria ustawowej definicji reklamy. Towar handlowy, pozbawiony jakiejkolwiek informacji dodatkowej, nie spełnia kryteriów ustawowej definicji reklamy. Kula o średnicy 70 cm nie spełnia kryteriów definicji nośnika reklamowego o formacie małym, średnim bądź dużym. Dane urządzenie z ekranem dotykowym spełniać może jedynie kryteria definicyjne nośnika reklamowego o formacie małym z uwagi na brak dopuszczeń wyświetlaczy w definicji nośników reklamowych o pozostałych formatach, jednak ewentualne spełnianie wskazanych kryteriów zależy od wielkości powierzchni ekspozycyjnej tego urządzenia oraz faktu, czy sposób jego działania wypełnia kryteria ustawowej definicji reklamy.
Media Vision s.c.	**57.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Zgodnie z aktualnym stanem techniki produkcyjnej oraz zapotrzebowaniem rynku oceniany projekt Uchwały powinien rozdzielać trzy główne obszary, a mianowicie: 1. Obszar Reklamy komercyjnej w postaci : - wielkoformatowych wolnostojących nośników reklamowych typu „frontlight” (płaszczyzny reklamowe oświetlane z zewnątrz) lub „backlight” (płaszczyzny reklamowe oświetlane od wewnątrz), montowanych głównie w pasach drogowych lub poza nimi a także w niektórych lokalizacjach w mieście, - nośników reklamowych typu „citylight” zazwyczaj o wymiarach 1.2x1.8m,montowanych głównie na przystankach komunikacji miejskiej, dolnych elementach ścian budynków oraz w przejściach podziemnych, - nośników reklamowych o zmiennej ekspozycji w postaci ekranów LED oraz na bazie pryzmatycznych elementów zmiennych, - słupów ogłoszeniowych, w których plakaty reklamowe są oświetlone wewnątrz, - reklamie pneumatycznej (zazwyczaj jest to reklama krótkoterminowa), - reklamie kasetonowej typu „backlight” o dużych powierzchniach lokalizowanych głównie na elewacjach centrów handlowych. - wielkoformatowych siatek reklamowych 2. Obszar tzw. identyfikacji wizualnej firm, która nie jest stricte płatną reklamą, a która prezentuje głównie : - nazwy firm lub ich logotypy zlokalizowane na fasadach ,dachach lub nadbudowach dachów obiektów biurowych lub oddzielnych wolnostojących totemach czy pylonach na terenach tych obiektów , w których mieszczą się siedziby tych firm. Są to głównie logotypy firmowe w różnej postaci (zwane reklamami świetlnymi), głównie w postaci świetnych kasetonów lub w postaci świetnych logotypów	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uchwała nie może wprowadzać podziału definicyjnego tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób sprzeczny z podziałem ustanowionym w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Proponowane w uwadze każdorazowe określanie warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla każdego z ustanawianych w projekcie Uchwały obszarów „A”, „B” i „C” spowodowałoby nieracjonalne zwielokrotnienie objętości dokumentu, bowiem ogromna większość regulacji stanowionych w projekcie Uchwały pozostaje niezależna od granic ww. obszarów.

		(liter przestrzennych lub symboli 31)) ,świetlne pylony i totemy informacyjne o różnych kształtach lub z zamontowanymi kasetonami typu „front light" oraz „backlight" oraz maszty flagowe z logotypami firmowymi. Ten obszar obejmuje także identyfikację obiektów użyteczności publicznej ale także banków czy osiedli mieszkaniowych. Zdarzają się także logotypy firmowe wykonane z giętych rur neonowych o różnej kolorystyce. 3. Obszar tzw. szyldów a więc informacji o działalności różnego rodzaju drobnych firm handlowych, usługowych i tp. zlokalizowane w zasadzie w dowolny sposób tak w budynkach nowych jak i starszych na terenie m.st. Warszawy. Z powyższego wynika, iż aby uniknąć nieporozumień z Wydziałami Architektury i Budownictwa poszczególnych dzielnic m.st. Warszawy przy rozpatrywaniu zgłoszeń o planowanych pracach budowlanych należy precyzyjnie w 52 projektowanej Ustawie określić definicje wszelkiego rodzaju nośników ,szyldów i urządzeń reklamowych, gdyż wrzucenie niejako do „jednego worka" wszelkiego rodzaju reklam pod ogólną nazwą „szyldy" jest, naszym zdaniem, wadliwe i powodować będzie na pewno szereg nieporozumień przy rozpatrywaniu stosownych zgłoszeń o zamiarze prowadzenia robót budowlanych. Generalnie, naszym zdaniem, należy w projektowanej Ustawie określić enumeratywnie dla każdego określonego obszaru m.st. Warszawy (A,B,C) na jaki typ reklam czy szyldów lub innych urządzeń reklamowych Ustawa zezwala ,a których zabrania. Wzorem dla takiego rozwiązania może być stosowana Ustawa przyjęta przez Radę Miasta Gdańska. Tym niemniej w kolejnym załączniku przedstawiamy szereg uwag do projektu Uchwały, które chciałby w niewielkim możliwym stopniu dążą do uporządkowania jej treści.	
	57.2	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi** Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym Dz. U. z 2017 r. poz. 1875 i 2232 oraz Dz.U. z 2018 r. poz. 130) oraz art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2017 r. poz. 1073 i 1566) **oraz ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. z 2015r. poz. 774 i 1668)** w związku z Uchwałą Nr XVII/365/2015 Rady Miasta Stołecznego Warszawy z dnia 17 września 2015 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały o zasadach i warunkach sytuowania małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, Rada Miasta Stołecznego Warszawy uchwala, co następuje:	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia** W związku z publikacją tekstów jednolitych ustaw, do których odsyła projekt Uchwały, uwzględniających zmiany wprowadzone ustawą z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu, odesłanie do aktu prawnego zmieniającego te ustawy byłoby błędne z punktu widzenia zasad techniki prawodawczej.
	57.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 1 § 2 **Treść uwagi:** Zmiana na: „elewacji — należy przez to rozumieć zewnętrzną ścianę budynku lub budowli **<u>łącznie z attyką</u>** wraz z otworami, np. okiennymi bądź drzwiowymi". Dodać pkt. „nadbudowie elewacji — należy przez to rozumieć nadbudowę elewacji bez otworów okiennych umieszczona zwykle na dachu budynku lub budowli.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Definicja elewacji uległa znacznemu przekształceniu, m.in. w celu ujednoznacznienia, że jej częścią są także te elementy ściany, które przesłaniają bądź przewyższają dach. Uwaga nie zawiera uzasadnienia funkcjonalnego dla wprowadzenia proponowanego pojęcia nadbudowy elewacji, zaś wskazana definicja zawiera błąd logiczny, opisując definiowane pojęcie za pomocą tego pojęcia.
	57.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 1 § 2 pkt 4 **Treść uwagi:** Zmiana na: „formie ażurowej — należy przez to rozumieć taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ***<u>świetlnych lub podświetlanych</u>***, w której składają się one z pozbawionych tła elementów ***<u>przestrzennych 3D</u>*** takich, jak napis, symbol, ***<u>logotyp</u>*** lub kompozycja graficzna, nie mają cech siatki reklamowej i nie są płaszczyzną perforowaną, a powierzchnia tych elementów, mierzona w rzucie poziomym, nie przekracza 60% ***<u>(85%)</u>*** powierzchni prostokąta ***<u>lub kwadratu</u>*** opisanego na najbardziej oddalonych punktach tych elementów; powierzchnię takiego prostokąta ***<u>lub kwadratu</u>*** przyjmuje się za powierzchnię ekspozycyjną tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego ***<u>(w tym elementów wykonanych z giętych rur</u>***	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia funkcjonalnego dla wprowadzenia proponowanych zmian, które m.in. znacznie zawężają jej zakres stosowania oraz zasadniczo ograniczają rzeczywisty, wizualny efekt ażurowości, jaki jest celem jej ustanowienia w projekcie Uchwały.

		neonowych)”	
	57.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 1 § 2 pkt 6 i 12 **Treść uwagi:** Zmiana na: „formie wolnostojącej — należy przez to rozumieć taką formę tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w której posiadają one własną konstrukcję nośną, posadowioną na gruncie ***lub trwale związaną z gruntem;*** f) oświetlenia od wewnątrz ***lub od zewnątrz*** bądź braku oświetlenia”.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Kwestia relacji z gruntem w definicji uległa rozszerzeniu. Rozbudowa formy nośników reklamowych formatu małego o oświetlenie zewnętrzne byłaby niewłaściwa z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	57.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 1 § 2 pkt 13 **Treść uwagi:** Zmiana na: „nośniku reklamowym formatu średniego — należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci gabloty, także w formie dwustronnej o równoległych do siebie powierzchniach ekspozycyjnych, spełniające łącznie warunki: **c)** oświetlenia od wewnątrz ***lub od zewnątrz*** bądź braku oświetlenia”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Rozbudowa formy nośników reklamowych formatu średniego o oświetlenie zewnętrzne byłaby niewłaściwa z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	57.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 1 § 2 pkt 15 **Treść uwagi:** Zmiana na: „polu szyldowym — należy przez to rozumieć położony nad witryną obszar strefy parteru; jego dolną granicę stanowi linia wyznaczona przez górną krawędź witryny, boczne granice — linie wyznaczone przez maksymalny zasięg witryny po obu stronach wraz z ewentualnymi opaskami, zaś górną granicę — linia wyznaczona przez element architektoniczny oddzielający wizualnie kolejną kondygnację, a w przypadku jego braku linia wyznaczona przez dolną krawędź najniżej położonego na elewacji elementu kolejnej kondygnacji (otwór okienny lub drzwiowy, płyta balkonowa, dekoracja architektoniczna) z wyłączeniem wsporników balkonów i wykuszów ***oraz obszar attyki budynku lub pas nad ostatnimi oknami budynku lub budowli oraz nadbudowę budynku lub budowli***”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niezgodna z zasadniczym założeniem projektu Uchwały, jakim jest ograniczenie pola szyldowego do strefy parteru budynku. Ewentualne dopuszczenie sytuowania szyldów w innych miejscach na budynku wypływa z innych przepisów projektu Uchwały i nie wymaga zmiany definicji pola szyldowego.
	57.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 1 § 2 pkt 18 **Treść uwagi:** Zmiana na: „słupie ogłoszeniowo-reklamowym — należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe ***z podświetlanymi od wewnątrz plakatami*** w formie walca o maksymalnej wysokości 4,82 m i maksymalnej średnicy 1,40 m”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapisy projektu Uchwały nie wykluczają sytuowania słupów ogłoszeniowo-reklamowych z podświetlanymi od wewnątrz plakatami.
	57.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 1 § 2 pkt 25 **Treść uwagi:** Zmiana na: „szyldzie kasetonowym — należy przez to rozumieć szyld o głębokości od 3 cm do 20 cm włącznie; ***jednobryłowy, przestrzenny, zazwyczaj podświetlany”***	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia funkcjonalnego dla wprowadzenia proponowanych zmian, które w niewielkim stopniu wpłynęłyby na sposób stosowania przepisu.

	57.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 1 § 2 pkt 31, Dział 2 § 7 ust. 1 pkt 2 lit. a **Treść uwagi:** Zmiana na: „szyldzie zbiorczym, ***<u>także w formie totemu lub pylonu</u>*** — należy przez to rozumieć zwartą kompozycję szyldów o ujednoliconych wymiarach i usytuowanych w równych odstępach od siebie na wspólnej płaszczyźnie; każdy element szyldu zbiorczego musi dotyczyć innego podmiotu prowadzącego działalność”. Zmiana na: „stanowi element szyldu zbiorczego **<u>(także w postaci totemu lub pylonu)”</u>**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia funkcjonalnego dla wprowadzenia proponowanych zmian, które wpłynęłyby zawężająco na sposób stosowania przepisu.
	57.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dodać: obiekt użyteczności publicznej - należy przez to rozumieć wszystkie budynki i budowle (w tym budynki biurowe) z wyłączeniem budynków mieszkalnych (nie dotyczy budynków mieszkalnych, w których więcej niż 30% powierzchni jest przeznaczone na cele publiczne).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia funkcjonalnego dla wprowadzenia definicji pojęcia, które nie występuje w projekcie Uchwały. Definicja pojęcia budynku użyteczności publicznej zawarta jest w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie.
	57.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 4 pkt 1, pkt 5 lit. a, pkt 7, § 5 ust. 1 **Treść uwagi:** Zmiana na: dopuszcza się sytuowanie szyldów ***<u>(w tym szyldów ażurowych)</u>*** wyłącznie w sposób niezakrywający dekoracji architektonicznej, balustrad oraz innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych; Zmiana na: „dopuszcza się bez ograniczeń sytuowanie tablic urzędowych, wymaganych na mocy przepisów odrębnych; a) dopuszcza się bez ograniczeń sytuowanie szyldów ***<u>(w tym szyldów ażurowych)</u>*** wewnątrz lokalu w strefie parteru, odsuniętych od szyby witryny o co najmniej 20 cm, jeśli nie posiadają wewnętrznego źródła światła lub o co najmniej 50 cm, jeśli posiadają wewnętrzne źródło światła, ale ich łączna powierzchnia nie przekracza 30% powierzchni prześwitu witryny”. Zmiana na: „dopuszcza się oświetlenie i podświetlenie szyldów ***<u>(w tym szyldów ażurowych)</u>*** wyłącznie światłem o stałym natężeniu i kolorze”. Zmiana na: „Dopuszcza się sytuowanie szyldów ***<u>(w tym szyldów ażurowych)</u>*** w strefie parteru wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów § 4”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia funkcjonalnego dla wprowadzenia do definicji przykładu szyldu ażurowego, który nie wpłynęłaby na sposób stosowania przepisów.
	57.13.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 4 pkt 3 **Treść uwagi:** Zmiana na: „określa się dopuszczalną maksymalną, łączną liczbę szyldów ***<u>(w tym szyldów ażurowych)</u>***, umieszczanych na nieruchomości ***<u>na jeden dla każdego podmiotu prowadzącego w niej działalność</u>***, przy zachowaniu dodatkowych ograniczeń liczbowych nakładanych na poszczególne rodzaje szyldów przez	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowany zapis radykalnie ograniczyłby możliwości sytuowania szyldów przez podmioty gospodarcze, zdecydowanie wykraczając poza zakres interwencji uzasadniony wymogami ładu przestrzennego. Uwaga nie zawiera uzasadnienia funkcjonalnego dla wprowadzenia do definicji przykładu szyldu ażurowego, który nie wpłynęłaby na sposób stosowania

		inne przepisy Uchwały, przy czym ograniczenie to nie dotyczy szyldów, które są niewidoczne z pasów drogowych bądź stanowią wyposażenie ogródków gastronomicznych.”	przepisu.
	57.14.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 4 pkt 4 **Treść uwagi:** Zmiana na: „dopuszcza się bez ograniczeń funkcjonowanie szyldów zainstalowanych przed 1989 r. bądź sytuowanie szyldów stanowiących ich wierną rekonstrukcję w oryginalnej lokalizacji ***lub zainstalowanych zgodnie z obowiązującymi planami zagospodarowania przestrzennego (§ 12 oraz ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. z 2015r. poz. 774 i 1668)”.***	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowany zapis odwoływałby się do tych przepisów miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, które zostaną uchylone wskutek wejścia w życie Uchwały, a także do przepisów zmieniających ustawy, mimo, że zostały opublikowane teksty jednolite tych ustaw, obejmujące te zmiany. Zapis byłby więc nieprawidłowy z punktu widzenia zasad techniki prawodawczej.
	57.15.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 5 ust.1 pkt 10 lit. a **Treść uwagi:** Zmiana na: „na dowolnym fragmencie elewacji, w sposób nieprzesłaniający otworów okiennych i drzwiowych: a) na obiektach handlowo-usługowych o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1.000 m2 ***oraz na obiektach biurowych***”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego do objęcia regulacjami, uzasadnionymi specyficznymi cechami architektonicznymi i urbanistycznymi obiektów handlu wielkopowierzchniowego, bardzo licznej i zupełnie odmiennej pod względem typologicznym grupy budynków biurowych.
	57.16.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 5 ust. 2 **Treść uwagi:** Zmiana na: „Dopuszcza się sytuowanie szyldów poza strefą parteru, poniżej górnej krawędzi elewacji ***lub nadbudowie budynku***, wyłącznie we wskazanych poniżej lokalizacjach oraz według wskazanych poniżej warunków i zasad, z uwzględnieniem zapisów § 4”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowane rozszerzenie przepisu jest niejasne pod względem pojęciowym. Przepisy dotyczące sytuowania szyldów na budynku powyżej elewacji umieszczone są w projekcie Uchwały w odrębnym ustępie § 5.
	57.17.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 5 ust. 2 pkt 2, § 7 ust. 1 pkt 2 lit. b **Treść uwagi:** Zmiana na: „na budynkach użyteczności publicznej pełniących funkcję hotelu, teatru, kina, muzeum, biblioteki, opery, operetki, filharmonii bądź domu kultury: szyldów semaforowych w formie ażurowej ***(podać definicję szyldu semaforowego w formie ażurowej),*** przy spełnieniu następujących warunków” Zmiana na: „stanowi szyld kasetonowy w formie ażurowej, ***(podać definicję szyldu kasetonowego w formie ażurowej)***”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Definicje szyldu ażurowego, szyldu kasetonowego oraz formy ażurowej zostały umieszczone w § 2 projektu Uchwały.
	57.18.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 5 ust. 2 pkt 3 **Treść uwagi:** Zmiana na: „na budynkach użyteczności publicznej pełniących funkcję publicznej instytucji kultury, kina, teatru ***lub budynku biurowego***: szyldów banerowych, przy spełnieniu następujących warunków”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego do objęcia regulacjami, uzasadnionymi specyficznymi celami publicznymi, realizowanymi przez instytucje prowadzące działalność kulturalną, bardzo licznej grupy budynków biurowych.

	57.19.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 6 pkt 1 lit.a **Treść uwagi:** Zmiana na: „w obrębie pola szyldowego lub fragmentu elewacji przesłaniającej dach: szyldów tablicowych, szyldów kasetonowych, szyldów muralowych, ***szyldów ażurowych*** o ile ich wysokość nie przekracza ***150 cm***”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały dopuszcza sytuowanie na budowlach i tymczasowych obiektach budowlanych, pełniących funkcje handlowe i usługowe, szyldów o formie ażurowej. Zwiększenie ich dopuszczalnej wysokości do 150 cm byłoby niewłaściwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	57.20.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 6 pkt 1 lit. c **Treść uwagi:** Zmiana na: „na fragmencie elewacji przesłaniającej dach: szyldów muralowych, szyldów tablicowych, ***szyldów ażurowych*** i szyldów kasetonowych, tak, by nie wystawały one poza jej obrys i nie przekraczały ***150 cm*** wysokości”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis, którego dotyczy uwaga, został usunięty jako dublujący zapisy § 6 pkt 1 lit. a projektu Uchwały.
	57.21.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 2 § 7 ust. 2 pkt 5 lit. b, c **Treść uwagi:** Zmiana na: „b. dla obiektów handlowych ***i biurowych*** o łącznej powierzchni sprzedaży przekraczającej 1000 m2, ale mniejszej niż 30.000 m2 - maksymalnie 8 m wysokości oraz o szerokości nie większej niż 20% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m; c.dla obiektów handlowych ***i biurowych*** powierzchni sprzedaży większej lub równej 30.000 rn2 - maksymalnie 8 m wysokości w obszarach „A” i „B” oraz 20 m w obszarze „C", a także o szerokości nie większej niż 20% wysokości, przy czym na obiektach ochrony konserwatorskiej ich wysokość nie może przekraczać 6 m”.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest uzasadnienia funkcjonalnego i przestrzennego do objęcia regulacjami, uzasadnionymi specyficznymi cechami architektonicznymi i urbanistycznymi obiektów handlu wielkopowierzchniowego, bardzo licznej i zupełnie odmiennej pod względem typologicznym grupy budynków biurowych.
	57.22.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 3 § 8 pkt 2 lit. a **Treść uwagi:** Zmiana na: „zostały usytuowane przed 1989 r. lub stanowią ich repliki w oryginalnej lokalizacji **lub zostały zainstalowane zgodnie z obowiązującymi planami zagospodarowania przestrzennego”**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Proponowany zapis odwoływałby się do tych przepisów miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, które zostaną uchylone wskutek wejścia w życie Uchwały, a także do przepisów zmieniających ustawy, mimo, że zostały opublikowane teksty jednolite tych ustaw, obejmujące te zmiany. Zapis byłby więc nieprawidłowy z punktu widzenia zasad techniki prawodawczej.
	57.23.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 3 § 8 pkt 2 lit. f **Treść uwagi:** „sytuowane są na mocy przepisów odrębnych”. **(określić dokładnie te przepisy)**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis nie wskazuje grupy wybranych przepisów odrębnych, lecz wszystkie obowiązujące w danym momencie odrębne akty prawne wyższego rzędu, odnoszące się do przedmiotu Uchwały.

	57.25.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 3 § 9 pkt 2 **Treść uwagi:** Zmiana na: „na dachach budynków wyższych niż ***15 m*** znajdujących się w obszarach „A” i „B” oraz wyższych niż ***25 m*** na nieruchomościach w obszarze „C": w postaci ***świecących*** ażurowych liter lub znaków o wysokości nie przekraczającej 1/10 wysokości elewacji, lecz nie wyższych niż 6 m.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazana regulacja wynika z konieczności uniknięcia masowości zjawiska sytuowania nośników reklamowych na dachach i jego ograniczenia do obiektów stanowiących odpowiednio wyróżniający się akcent wysokościowy. Proponowane rozwiązanie oznaczałoby istotną liberalizację przepisu i byłoby niekorzystne dla ładu przestrzennego.
	57.26.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 3 § 10 pkt 3 lit. a **Treść uwagi:** Zmiana na: a. „powierzchnia ekspozycyjna reklamy musi zajmować na siatce zwarte pole o kształcie prostokąta: – stanowiącego minimalnie 20% i maksymalnie ***80%*** łącznej powierzchni tej siatki widocznej z terenu dostępnego publicznie: w obszarach „A", „B” i na obiektach ochrony konserwatorskiej w obszarze „C”, przy czym na powierzchni ekspozycyjnej reklamy musi zostać umieszczone odwzorowanie elewacji budynku przykrytej przez siatkę ***(powyższe nie dotyczy budynków użyteczności publicznej na których przewidziane jest miejsce pa instalację siatki).*** – stanowiącego minimalnie 30% i maksymalnie ***80%*** łącznej powierzchni tej siatki widocznej z terenu dostępnego publicznie: w obszarze „C” poza obiektami ochrony konserwatorskiej.”	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazana regulacja ma na celu uniknięcie zjawiska zdominowania elewacji budynku przez powierzchnię reklamową. Proponowane rozwiązanie oznaczałoby istotną liberalizację przepisu i uniemożliwiłoby realizację celu regulacji.
	57.27.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 3 § 10 pkt 7 **Treść uwagi:** Zmiana na: „na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach podziemnych obiektów Metra Warszawskiego **oraz dworców”**	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Nie jest jasne, czy uwaga postuluje dopuszczenie sytuowania nośników reklamowych na ścianach dworców czy też podziemnych obiektów dworców. Dopuszczenie sytuowania nośników reklamowych wyłącznie na ścianach podziemnych obiektów Metra Warszawskiego uznano za nieprawidłowo sformułowane i rozszerzono je na wszystkie podziemne obiekty publicznego transportu szynowego.
	57.28.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 6 § 16 pkt 1 lit. a **Treść uwagi:** „jeśli szyldy usytuowane są niezgodnie z postanowieniami § 4 pkt 3, ale spełniają pozostałe postanowienia Uchwały, to obowiązek dostosowania oznacza konieczność usunięcia szyldów o najmniejszej powierzchni ekspozycyjnej, aż do uzyskania ich liczby zgodnej z postanowieniami § 4 pkt 3” **(zapis nierealny gdyż może dotyczyć różnych właścicieli takich szyldów)**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zgodnie z dyspozycją art. 37a ust. 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, ograniczenie liczby szyldów odnosi się do każdego podmiotu z osobna. Analogicznie więc przepis dostosowawczy również dotyczy szyldów jednego podmiotu.
	57.29.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** Dział 6 § 16 pkt 1 lit. b **Treść uwagi:** „jeśli szyldy wskazane w § 5 ust. 1 pkt 5 lit. a nie posiadają jednolitego formatu, to należy je w tym zakresie dostosować do najliczniejszej grupy szyldów o jednolitym formacie po obu stronach danego wejścia do budynku lub bramy, o ile grupę taką można wyróżnić” **(zapis nierealny - kto ma to wykonać?)**	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zapisów Uchwały dotyczy podmiotów wskazanych w art. 37 ust. 1 i 2 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.

	57.30.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Dział VI:** § 14 pkt 1,2,3; §15; §16 pkt 1 lit. a, b, d, e; § 16 pkt 2 **Treść uwagi:** W kontekście powyższych zapisów Działu VI zwracamy uwaqę na treść § 12 ustawy z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu (Dz. U. z 2015r. poz. 774 i 1668).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niejasna. Ustawa z dnia 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu nie jest podzielona na paragrafy. W art. 12 ust. 1, 2 i 3 ustawy znajdują się przepisy przejściowe dotyczące regulacji znajdujących się w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. Przepisy projektu Uchwały nie odnoszą się do problematyki regulowanej ww. przepisami.
McDonald's Polska Sp. z o.o.	**58.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** § 4 pkt 2 — szyld zmienny winien mieć zastosowanie także do obiektów gastronomicznych, ze względu na to, że oferta i ceny ulegają zmianie w ciągu dnia (np. oferta śniadaniowa dostępna jest tylko do godz. 10:30 w dni powszednie, a do 11:00 w weekendy).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Analiza praktyki stosowania szyldów na terenie m.st. Warszawy nie wskazuje na rozpowszechnione użycie rozwiązań o charakterze zmiennym w przypadku obiektów gastronomicznych.
	58.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** § 4 pkt 3 — wnosimy o dopisanie, iż ograniczenie nie dotyczy strefy dróg wewnętrznych dla klientów zmotoryzowanych dokonujących zakupu posiłków bezpośrednio do samochodu.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Propozycja wskazana w uwadze nie pozwala na jej skuteczne zastosowanie w praktyce z uwagi na niemożność jednoznacznego wyznaczenia strefy dróg wewnętrznych dla klientów zmotoryzowanych. Jednocześnie należy wskazać, że podwyższono maksymalną liczbę szyldów możliwych do usytuowania na nieruchomości do 20.
	58.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** wśród przepisów dostosowawczych, do warunków określonych w § 7 ust. 2 pkt. 5 lit. a) wnosimy o wprowadzenie postanowień stanowiących, iż do obiektów wybudowanych legalnie na zgłoszeniu, okres dostosowawczy wynosić będzie 10 lat; w pozostałych przypadkach, o których mowa w § 14, okres ten winien wynosić 5 lat.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy spełniają ustawowy warunek i są kompromisem między dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany, a interesem publicznym, którym jest jak najszybsze wprowadzenie w życie ochrony ładu przestrzennego i krajobrazu miasta. Wydłużenie okresu dostosowania odpowiednio o dodatkowe 3 i 8 lat oznaczałoby nieuzasadnione odłożenie procesu uporządkowania przestrzeni Warszawy, pozostawiając bez odpowiedzi oczekiwania społeczne w tym zakresie. Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj.

			formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
	58.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** w zakresie pylonów (totemów) wnosimy o dodanie, że w stosunku do obiektów, które zostały uwzględnione w planach zagospodarowania terenu i dotyczyły całego zamierzenia budowlanego stanowiąc od początku jego nierozłączną część, jako element projektu, przepisów uchwały nie stosuje się, jeśli w sprawie związanej z projektem budowlanym wydano ostateczne pozwolenie na budowę, a urządzenie w postaci pylonu (totemu) z logotypem pełniącym funkcje szyldu, jest trwale związane z gruntem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Regulacje Uchwały ustanawiane są na podstawie upoważnienia ustawowego i w zakresie określonym ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne. Proponowany zapis odwoływałby się do tych przepisów miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, które zostaną uchylone wskutek wejścia w życie Uchwały, a także do przepisów zmieniających ustawy, mimo, że zostały opublikowane teksty jednolite tych ustaw, obejmujące te zmiany. Zapis byłby więc nieprawidłowy z punktu widzenia zasad techniki prawodawczej. Należy zwrócić również uwagę na fakt, że, zgodnie z ustalonym orzecznictwem, w zasadzie każde urządzenie w postaci pylonu (totemu) stanowić będzie obiekt trwale związany z gruntem.

	58.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wskazać także należy, iż w projekcie brak jest regulacji, które pozwalają uznać reklamę na budynku o charakterze nie usługowym, jako spełniającą warunki ww. z projektu uchwały, jeśli jej przedmiotem będzie logotyp przedsiębiorcy prowadzącego działalność na nieruchomości sąsiedniej, pod warunkiem, że nieruchomość ta nie będzie wyposażona w szyld zewnętrzny wolnostojący (dot. sytuacji, gdzie zamiast szyldu w formie pylonu na nieruchomości spółki, umieszcza się tenże znak graficzny na nieruchomości sąsiedniej za zgodą właściciela nieruchomości w celu poinformowania, że prowadzona jest działalność na nieruchomości sąsiedniej). Dodatkową argumentacją za uwzględnieniem naszych postulatów jest fakt, że zabudowa nieruchomości w reklamy umieszczone na pylonie i elewacji budynku w postaci nazwy własnej lub logo została zrealizowana w ramach jednego architektonicznego projektu zatwierdzonego ostatecznym pozwoleniem na budowę. Prawa nabyte i inne prawnie chronionych wartości wynikających z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej winny zostać uwzględnione w ramach wprowadzania aktu prawa miejscowego. Jeśli powyższe wyjaśnienie nie zostanie przez Państwa uwzględnione wnoszę o wyłączenie z konieczności dostosowania szyldów, znaków reklamowych, totemów, które powstały zgodnie z pozwoleniem na budowę lub zgłoszeniem. Uprzejmie proszę także o szczególne uwzględnienie specyfiki oznaczeń drive'a. W przeciwnym wypadku, tak daleko idące ograniczenie naruszy prawa nabyte, co wiązać się będzie z kolei z koniecznością uwzględnienia odszkodowania. W przypadku pytań, co do sposobu wyposażenia restauracji McDonald's w znaki informacyjne, jesteśmy do Państwa dyspozycji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przepis proponowany w uwadze budzi istotne wątpliwości prawne, ponieważ ustanawiałby faktyczny zakaz sytuowania szyldów wolnostojących na nieruchomości, a jednocześnie stanowiłby próbę ominięcia przepisów ustawy, które wyraźnie rozdzieliły od siebie pod względem prawnym nośniki reklamowe będące i niebędące szyldami. Mógłby prowadzić ponadto do rozwiązań niekorzystnych dla ładu przestrzennego, m.in. do sytuowania wskazanych obiektów w znacznej odległości od nieruchomości, na której prowadzona jest działalność, np. na działkach drogowych, bądź na nieruchomościach do tego nieprzeznaczonych. Warto jednocześnie wskazać, że ustawa w art. 37a ust. 1 ustanawia prawo rady gminy do określania zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przy czym należy założyć, że z uwagi na charakter ustawy, regulacje te powinny posiadać charakter merytoryczny, tj. odnosić się do szeroko rozumianego kryterium ładu przestrzennego. W art. 37a ust. 9 ustawa tworzy z kolei obowiązek dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zasad i warunków wskazanych w Uchwale, przy czym brak jest podstawy do ograniczania tego obowiązku w oparciu o kryteria niemerytoryczne, tj. formalne. Różnicowanie obowiązku dostosowania w oparciu o kryterium legalności, a więc o status formalny obiektu, niezależnie od kryteriów związanych z ładem przestrzennym, nie znajduje oparcia w zapisach ustawy. Byłoby ono niemożliwe do realizacji także z uwagi na zasadnicze trudności w weryfikacji tego kryterium i sparaliżowałoby egzekucję Uchwały. Sytuowanie nośników reklamowych w uproszczonej procedurze budowlanej, tj. za pomocą zgłoszenia, uniemożliwiało w praktyce zablokowanie inwestycji przez organ administracyjno-budowlany, zaś każdorazowa weryfikacja legalności danego obiektu wiąże się często z wieloletnimi i wieloinstancyjnymi sporami prawnymi, które muszą być rozwiązywane przez sądy administracyjne.
Spółdzielnia Budowlano-Mieszkaniowa „Wolska Żelazna Brama”	**59.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie nie uwzględnia prawa własności, walorów ekonomicznych, ważnego interesu prywatnego ani ochrony istniejącego stanu zagospodarowania terenów. Uchwała ma za zadanie wprowadzać ład, a w obecnym kształcie uwzględnia jedynie zakazy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, w jaki sposób projekt uchwały godzi we wskazane wartości i prawa. Wprowadzanie ładu opiera się, co do zasady, na eliminowaniu, a więc zakazywaniu działań, które godzą w jego zasady. Należy ponadto podkreślić, że nadrzędnym celem i dyspozycją ustawową Uchwały nie jest wspieranie interesów ekonomicznych poszczególnych inwestorów, ale wspieranie interesu publicznego w drodze poprawy jakości przestrzeni publicznych i przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych.
	59.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała godzi w słuszne interesy właścicieli nieruchomości — szczególnie w przypadku, gdy zawarli umowy z reklamodawcami na dłuższe okresy, a umowy nie przewidują możliwości zakończenia ich bez konieczności ponoszenia z tego tytułu kosztów (np. kary umowne). Czy Miasto ma zamiar zrekompensować szkody i utracone korzyści wobec właścicieli nieruchomości, których zyski zostaną zmniejszone po wejściu w życie uchwały?	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Dyspozycja tworzenia jednolitych regulacji dotyczących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla obszaru całej gminy wraz z obowiązkiem dostosowawczym i zastąpienia przez nie dotychczasowych, fragmentarycznych i rozproszonych regulacji w tym zakresie, istniejących w treści poszczególnych miejscowych planów zagospodarowania

			przestrzennego, wynika z zapisów art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz art. 12 ust. 2 Ustawy z 24 kwietnia 2015 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem narzędzi ochrony krajobrazu. Dyspozycją ustawy jest ochrona interesu publicznego poprzez ograniczenie swobody funkcjonowania nośników reklamowych w przestrzeni publicznej, nie zaś bezterminowa ochrona projektowanych zysków podmiotów umieszczających nośniki reklamowe w przestrzeni publicznej. Należy również zauważyć, że – w aktualnych realiach funkcjonowania rynku reklamy zewnętrznej na terenie m.st. Warszawy – stronami umów z reklamodawcami nie są, co do zasady, właściciele nieruchomości, ale operatorzy nośników reklamowych.
	59.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak możliwości finansowania działalności właścicieli nieruchomości przez reklamodawców lub najemców lokali (szyldy) spowoduje, iż właściciele będą dysponować o wiele mniejszymi budżetami remontowymi i nie będą posiadali wystarczających środków na nowe inwestycje, a zatem uchwała w sposób pośredni przyczyni się do pogorszenia (lub braku poprawy) stanu nieruchomości. Przyniesienie ładu w sferze umiejscowienia nośników (szyldy, tablice, urządzenia reklamowe) spowoduje odwrotny skutek w postaci pogorszenia stanu istniejących budynków.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest czytelnego związku między dochodami właścicieli nieruchomości a dotyczącymi szyldów regulacjami, zawartymi w projekcie uchwały, bowiem nie zakazuje on ich sytuowania, a jedynie ogranicza skalę i lokalizację. Ewentualne rozliczenia między właścicielami nieruchomości a inwestorami szyldów pozostają przedmiotem swobodnych umów cywilnoprawnych i nie są regulowane w projekcie uchwały. Należy jednocześnie zauważyć, że ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	59.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dodatkowo w projekcie wielokrotnie ukazane zostało zwiększenie nierównego traktowania beneficjentów nowych konstrukcji, takich jak szyldy, tablice i urządzenia. Godzi również w konstytucyjne prawa, wolności i zasady: zasadę proporcjonalności, wolności środków przekazu społecznego, wolności wyrażania poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niejasna – nie wskazano, na czym polega nierówne traktowanie „beneficjentów nowych konstrukcji”. Brak jest również prawnych i logicznych przesłanek do uznania bezwarunkowego prawa do reklamy, tj. nieograniczonego rozpowszechniania informacji promującej m.in. osoby, przedsiębiorstwa, towary i usługi, za część wolności i praw konstytucyjnych wzmiankowanych w art. 14 i 54 Konstytucji RP. Należy podkreślić, że ograniczenia obecności reklamy w przestrzeni publicznej, sformułowane w projekcie Uchwały, opierają się na odpowiednich delegacjach ustawowych, w szczególności art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	59.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W tekście projektu możemy zauważyć chęć udzielenia monopolu dla: ▪ reklam skarbu państwa i jednostek samorządu terytorialnego; ▪ informowania tylko o inwestycjach z udziałem środków publicznych; ▪ firm, które dysponują powierzchniami na wiatach przystankowych, obiektach do 15 m2 (kioski itp.), słupach oświetleniowych i trakcyjnych, na wejściach do metra, na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach metra; ▪ wolnostojących słupów ogłoszeniowo-reklamowych; ▪ tablic lub urządzeń reklamowych dotyczących instytucji kultury.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia, na czym miałby polegać monopol, tj. uniemożliwienie prowadzenia danej działalności przez konkurencyjne podmioty, na wskazanych polach działalności.

	59.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt zawiera niezrozumiałe zróżnicowanie i określenie dłuższego okresu dostosowania się do uchwały dla szyldów (3 lata) niż dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych (2 lata). Reklamy wymagają więcej czasu w zakresie procesu dostosowawczego (§ 14 pkt 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. W uwadze nie wskazano, z jakiego powodu niezbędne jest przedłużenie okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	59.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W projekcie uchwały brak uzasadnienia dla sytuowania tablic i urządzeń wyłącznie na budynkach do 25 m wysokości. Uchwała ma wprowadzić ład, nie może stanowić nadużycia prawa oraz nie może wprowadzać niczym nieuzasadnionych zakazów, a zatem należałoby przyjąć, iż możliwe jest sytuowanie reklam na wszystkich budynkach bez względu na ich wysokość — zaś jedynie nośnik nie powinien być montowany na wysokości wyższej niż z góry określona tj. np. do wysokości 25 m. Takie rozwiązanie zapewni ład i nie będzie różnicował pozycji właścicieli różnych nieruchomości. W przeciwnym wypadku oznacza to nierówne traktowanie właścicieli wyższych nieruchomości, którzy mogą jedynie montować reklamy na dachach, a także niekorzystne traktowanie właścicieli niższych nieruchomości, którzy nie mają tego prawa (§ 9 pkt 1).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały nie może zawierać merytorycznego uzasadnienia poszczególnych regulacji, ponieważ byłoby to niezgodne z zasadami techniki prawodawczej. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	59.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wprowadzenie ograniczenia w zakresie przyszłych reklam remontowych w żaden sposób nie jest spójne z rzeczywistością i czasem trwania prac remontowych — reklamy często stanowią źródło finansowania prac. Dopuszczenie umieszczenia siatki reklamowej tylko na rusztowaniach, gdzie wykonywane są prace remontowe łub budowlane na elewacji budynku pomija takie okoliczności jak możliwość remontowania innych części budynku niż elewacja (§ 10 pkt 3 lit. b).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Przepis dopuszcza umieszczanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których prowadzone są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku, czyli rusztowaniach roboczych, ochronnych lub systemowych, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 6 lutego 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy podczas wykonywania robót budowlanych. Stosowanie rusztowań jest obowiązkowe podczas wykonywania robót murarskich i tynkarskich na wysokości powyżej 1 m. Do zabezpieczeń stanowisk pracy na wysokości służą również siatki ochronne i siatki bezpieczeństwa. Okna lokali mieszkalnych są

			przesłonięte podczas prowadzonych prac remontowych, w związku z czym projekt uchwały przewiduje możliwość umieszczenia na siatkach ochronnych i zabezpieczających nadruku reklamowego. Remont innych części budynku, np. klatek schodowych lub piwnic, nie wymaga rozstawienia rusztowań przy elewacji, w związku z czym nie istnieje konstrukcja, na której siatka reklamowa mogłaby zostać rozpięta. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków mieszkalnych na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
Fundacja Nasze Miasteczko	**60.2.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Prosimy o skrócenie okresów przejściowych - § 14 pkt 1 i 2 do 1 roku.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Termin 12 miesięcy w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótki. Nie pozwoliłby on osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z precyzyjnie określonymi regułami.
Związek Kompozytorów Polskich – Międzynarodowy Festiwal Muzyki Współczesnej Warszawska Jesień	**61.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dotyczy slupów ogłoszeniowo-reklamowych Projekt uchwały tzw. Krajobrazowej dla Warszawy dopuszcza funkcjonowanie slupów ogłoszeniowo-reklamowych, ale tylko z wykorzystaniem określonego formatu plakatu oraz sposobie ekspozycji — zawieszenia plakatu wewnątrz słupa. Eliminuje bardzo często wykorzystywany przez nas typ zlecanych kampanii reklamowych za pomocą ekspozycji plakatów o różnej wielkości w formie naklejenia na tradycyjnym słupie warszawskim - takim jak na załączonym zdjęciu. przeszłości wybieraliśmy do komunikacji z mieszkańcami i prezentacji naszego repertuaru wspomniane slupy z klejonymi plakatami z uwagi na dobrą jakość. ekspozycji, dostępność w lokalizacjach gdzie jest generowany ruchu pieszy oraz zdecydowanie niższe ceny niż na innych formach nośników reklamowych, co jest niezwykle istotne dla organizacji działających sferze kultury. 1. Wnioskujemy o uzupełnienie załącznika nr 2 o wzór słupa na którym można eksponować plakaty poprzez ich naklejenie 2. Przygotowanie bardziej liberalnych przepisów dla slupów ogłoszeniowo-reklamowych związanych z odległościami od innych elementów przestrzeni miejskiej — Rozdział 4 § 11.1 1); 2.1)a); 2.2)a); 2.2)b; 2.2)c).	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Po przeanalizowaniu uwag, zakres dopuszczalnych modeli słupa ogłoszeniowo-reklamowego zwiększono o model przeznaczony do ekspozycji plakatów papierowych. Uwzględnienie w projekcie Uchwały modelu wskazanego w uwadze uznano za niecelowe z uwagi na jego niedostateczne walory estetyczne. Gruntownie przeredagowano i w konsekwencji zliberalizowano zapisy dotyczące odległości słupów ogłoszeniowo-reklamowych od pomników i upamiętnień.
Sz.M.	**62.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Krótszy okres przejściowy - 1 rok: W §14 projektu uchwały przewiduje się aż 2-letni okres przejściowy dla nośników reklamowych i 3-letni dla szyldów. To oznacza, że najwcześniej w 2020 roku z ulic Warszawy znikną gigantyczne billboardy, szpecące siatki, pstrokate banery i zaklejone witryny. Biorąc pod uwagę, iż uchwała krajobrazowa i tak opóźniona jest już wiele lat domagamy się wprowadzenia	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Art. 37 a ust. 9 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym przewiduje, że termin na dostosowanie, wyznaczony w uchwale, nie może być krótszy niż 12 miesięcy. Ustalone w projekcie uchwały terminy są kompromisem między interesem publicznym, którym jest ochrona ładu

		najkrótszego przewidzianego prawem, rocznego okresu przejściowego.	przestrzennego i krajobrazu miasta, a dążeniem do zapewnienia właścicielom obiektów reklamowych możliwości przeprowadzenia czynności dostosowania do nowych zasad w sposób zaplanowany. Termin 12 miesięcy w warunkach warszawskich należy uznać za zbyt krótki. Nie pozwoliłby on osiągnąć zakładanego celu, którym jest uporządkowanie przestrzeni wizualnej Warszawy zgodnie z precyzyjnie określonymi regułami.
	62.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Więcej dzielnic wolnych od billboardów: Projektu uchwały (a konkretniej załącznik nr 1) wyznacza Śródmieście jako obszar pozbawiony wolnostojących billboardów. Niestety, jednocześnie dopuszcza je na wielu innych obszarach o zdecydowanie miejskim charakterze jak np. Stara Ochota, Sielce, czy Stary Mokotów. Obszar śródmiejski powinien charakteryzować się wyraźnie wyższymi parametrami estetycznymi i krajobrazowymi. Dopuszczanie nośników nawet średniego formatu na ulicach przebiegających wzdłuż miejskiej zabudowy czy parków miejskich kłóci się z tym założeniem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Właściwie dostosowany do kontekstu urbanistycznego nośnik reklamowy o ograniczonym formacie nie wpływa negatywnie na ład przestrzenny. Określony w projekcie uchwały sposób możliwego rozmieszczenia wolnostojących nośników reklamowych formatu średniego na obszarze Starej Ochoty, Sielc i Starego Mokotowa poddany został ponownej analizie, która wykazała jednak, że dopuszczenie tego typu nośników na wybranych fragmentach lub stronach ciągów ulic Belwederskiej, Gagarina, Jana III Sobieskiego, św. Andrzeja Boboli i Kopińskiej jest akceptowalne z punktu widzenia ładu przestrzennego z uwagi na takie lokalne uwarunkowania urbanistyczne, jak brak zabudowy bądź znaczna odległość zabudowy od jezdni. Na krótkich odcinkach ww. ulic z zabudową zbliżoną do jezdni, lokalizacja nośników reklamowych formatu średniego nie będzie możliwa z uwagi na niespełnianie przewidzianych przez projekt uchwały parametrów odległościowych.
	62.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Całkowity zakaz ekranów LED: Projekt uchwały co prawda zakazuje ekranów LED w większych formatach, ale za to dopuszcza je bez żadnych ograniczeń na przystankach komunikacji miejskiej oraz przy wielu ulicach jako ekrany o powierzchni 2m. Można przypuszczać, że nieliczne wielkie ekrany zostaną zamienione na całą armię małych “oślepiaczy”. Oczekiwanie na tramwaj w otoczeniu trzech dużych ekranów nie jest niczym przyjemnym. Dlatego uchwała powinna zawierać całkowity zakaz reklamy w formie ekranów LED. Nadmiar emitowanego w mieście światła, szczególnie w postaci LED, prowadzi do niekorzystnego zjawiska jakim jest ‘zanieczyszczenie światłem’. To poważny problem, który powoduje zaburzenia snu u ludzi a także zwierząt i ma wiele innych negatywnych konsekwencji, nie wszystkie są jeszcze dokładnie zbadane.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Sformułowana w projekcie Uchwały definicja wyświetlaczy ściśle określa parametry techniczne takiego urządzenia, w szczególności limity luminancji oraz nieruchomy charakter wyświetlanych treści. Parametry te były przedmiotem analizy w kontekście dobrych praktyk realizowanych w tej dziedzinie w kraju i za granicą, i są kluczowe dla zapewnienia właściwego wkomponowania się urządzeń w otoczenie i ich zgodność z ładem przestrzennym. Konieczność przestrzegania tych parametrów w zasadniczy sposób będzie odróżniać sposób działania wyświetlaczy od rażących wizualnie urządzeń, funkcjonujących obecnie w wielu miejscach w Warszawie.
	62.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Murale, a nie siatki czy tablice reklamowe, na ślepych ścianach: Projekt uchwały (w §10 pkt 1. lit a) dopuszcza wieszanie siatek reklamowych o wysokości do 12m na ślepych ścianach budynków. Siatki to najbardziej szpecąca forma reklamy, która powinna być objęta najostrzejszymi restrykcjami. Ślepe ściany powinny być przeznaczone tylko na murale - formę reklamy, która o wiele lepiej wpasowuje się w miejski krajobraz.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały w istotny sposób ogranicza możliwości umieszczania siatek reklamowych na ślepych ścianach budynków, m.in. eliminując takie rozwiązanie w obszarach „A” i „B” oraz na obiektach zabytkowych.
	62.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Mniejsze billboardy - max. 9m2 a nie 18m2: Dopuszczona przez projekt uchwały maksymalna wielkość billboardów jest zdecydowanie zbyt duża/ Podczas gdy inne stolice europejskie takie jak Paryż idą w kierunku zakazu wszystkich nośników o powierzchni większej niż 2m2, Warszawa chce dopuścić billboardy-giganty o powierzchni 18m2! Połowa tej wielkości - 9m2 - jest rozsądnym kompromisem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Przedstawione rozwiązanie jest wynikiem analiz przestrzennych charakteru urbanistycznego poszczególnych obszarów m.st. Warszawy. Tablica reklamowa o wielkości 18 m^2 jest rozwiązaniem o znacznej wielkości, jednak przy rozpiętości skali stosowanych obecnie na terenie Warszawy

			rozwiązań nie można określić go jako gigantycznego. Dopuszczenie jego stosowania zostało ograniczone do takich lokalizacji, które nie posiadają spójnego urbanistycznie charakteru ani wartości przestrzennych bądź przyrodniczych, a jednocześnie stanowią korytarze ruchu tranzytowego o odpowiednio dużej skali, tj. tam, gdzie będzie ono dostosowane do charakteru otoczenia i nie będzie powodować zaburzenia ładu przestrzennego.
	62.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak wyjątków dla marketów i centrów handlowych: Dla wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w projekcie uchwały (a dokładnie w §5.2 punkt 1) litera a)) znajdują się osobne, preferencyjne zapisy. Uzależniają one maksymalną dozwoloną wielkość szyldu na elewacji nie od wysokości budynku, a od powierzchni handlowej wewnątrz. W skrajnym przypadku szyld z logiem będzie mógł mieć ⅓ wysokości całej elewacji. Dodatkowo, centra handlowe otrzymały możliwość postawienia ogromnych szyldów wolnostojących - do 8m wysokości w centrum i 20 m wysokości poza centrum. Ciężko zgodzić się z tak szczególnym traktowaniem. Wielkopowierzchniowe sklepy powinny podlegać dokładnie tym samym przepisom, co pozostałe budynki. Szczególnie, że powstaje ich w Warszawie coraz więcej i już wystarczająco swoją skalą i formą dominują w naszym mieście.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany zapis ten wynika z konstatacji szczególnej typologii i faktycznej roli wielkopowierzchniowych obiektów handlowych w funkcjonowaniu handlu detalicznego na obszarze m.st. Warszawy, niezależnie od możliwych ocen takiego stanu rzeczy pod kątem urbanistycznym czy społeczno-gospodarczym. Dla obiektów o szczególnie dużej powierzchni handlowej, wyróżniających się wielością podmiotów prowadzących w nich działalność, zrozumiała jest możliwość sytuowania na swoich elewacjach widocznych szyldów. Z racji szczególnej morfologii tego typu obiektów (duża skala, brak okien, duża odległość od publicznych ciągów drogowych i pieszych) uzasadniony pod kątem kompozycyjnymi funkcjonalnym jest odpowiedni wzrost skali dopuszczalnych nośników reklamowych pełniących funkcję szyldu. Przy zastosowaniu regulacji właściwych dla tradycyjnych lokali usługowych, działających w skali ulic o charakterze miejskim, szyldy takie nie spełniałyby swojej roli. W związku z powyższym, projekt Uchwały korzysta z możliwości, jakie daje art. 37a ust. 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, wskazując zasady oraz warunki sytuowania szyldów na tego typu obiektach, nieodbiegające od standardów stosowanych w innych krajach europejskich.
	62.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Brak wyjątków dla kin, teatrów i publicznych instytucji kultury: Pozwolenie na wieszanie płacht o powierzchni 50 m2 nie ma uzasadnienia. Wielka płachta tak samo szpeci miejski krajobraz bez względu na to, czy reklamuje przedsięwzięcie komercyjne czy niekomercyjne. Instytucje kultury (szczególnie publiczne) powinny świecić przykładem, a nie antyprzykładem.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Tworzenie określonych regulacji reklamowych dla podmiotów spełniających określone kryteria może być uzasadnione ich specyficzną typologią przestrzenną bądź funkcjonalną, nie jest bowiem możliwe stworzenie racjonalnych przestrzennie regulacji, które byłyby identyczne dla wszystkich typów podmiotów. Instytucje kultury odgrywają w tym wypadku szczególną rolę, biorąc pod uwagę ich ważną rolę społeczną, a także art. 1 ust. 2 ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, który wskazuje, iż „państwo sprawuje mecenat nad działalnością kulturalną polegający na wspieraniu i promocji twórczości, edukacji i oświaty kulturalnej, działań i inicjatyw kulturalnych oraz opieki nad zabytkami”. Należy podkreślić, że promocja okresowych wydarzeń za pomocą reklamy umieszczanej na tkaninie na elewacji budynku muzeów, teatrów czy kin, stanowi rozwiązanie silnie ugruntowane w tradycji tego typu placówek, stosowane w Polsce na długo przed okresem przemian ustrojowych, a jednocześnie występujące powszechnie w innych krajach europejskich.
	62.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Grodzone osiedla do rozgrodzenia: Uchwała co prawda zatrzymuje dalsze grodzenie osiedli, ale tylko tych wybudowanych przed 1989. To zdecydowanie za mało - przepisy powinny iść zdecydowanie dalej.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wobec skali zagadnień koniecznych do uregulowania w skali miasta, projekt Uchwały musi uwzględniać realność egzekucji proponowanych

		Już istniejące ogrodzenia niezgodne z uchwałą powinny zostać zlikwidowane w ciągu kilku lat, a stawianie nowych znacznie ograniczone. Jest to o tyle ważne, że na przestrzeni ostatnich lat ogrodzenia zyskało kilkaset starych osiedli, skutecznie ograniczając pieszą komunikację i zmuszając ludzi do nakładania drogi.	zapisów, w tym konieczność zapewnienia szerokiego konsensusu społecznego dla ich realizacji. Obowiązek dostosowania istniejących ogrodzeń do standardów wprowadzanych Uchwałą, w tym ich częściowej likwidacji, wiązałby się nie tylko z zasadniczymi trudnościami w procedowaniu projektu uchwały na etapie legislacyjnym, ale i wymagałby znacznej komplikacji odpowiednich zapisów merytorycznych w celu jak najlepszego zdefiniowania ogrodzeń wymagających rozbiórki. Działania takie w praktyce uniemożliwiłyby bądź przyjęcie projektu uchwały, bądź jego wejście w życie, względnie jego późniejszą, efektywną egzekucję.
	62.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Estetyczne słupy ogłoszeniowo-reklamowe: Słupy ogłoszeniowe powinny mieć jeden, ustalony przez miasto wzór, oraz ustaloną minimalną odległość od siebie - tak jak pozostałe nośniki wolnostojące. Pozwoli to uniknąć nadmiaru słupów oraz wymusi ich estetyczny wygląd.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zapisy projektu Uchwały realizują już oba postulaty zawarte w uwadze (§ 11 ust. 1 pkt 1, ust. 2 pkt 1).
Wspólnota Mieszkaniowa Krucza 51	**63.1.**	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały krajobrazowej w obecnym kształcie nie uwzględnia prawa własności, walorów ekonomicznych, ważnego interesu prywatnego ani ochrony istniejącego stanu zagospodarowania terenów. Rozporządzenie ma za zadanie wprowadzać ład, a w obecnym kształcie uwzględnia jedynie zakazy.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze nie wskazano, w jaki sposób projekt uchwały godzi we wskazane wartości i prawa. Wprowadzanie ładu opiera się, co do zasady, na eliminowaniu, a więc zakazywaniu działań, które godzą w jego zasady. Należy ponadto podkreślić, że nadrzędnym celem i dyspozycją ustawową Uchwały nie jest wspieranie interesów ekonomicznych poszczególnych inwestorów, ale wspieranie interesu publicznego w drodze poprawy jakości przestrzeni publicznych i przywrócenie ładu przestrzennego na obszarze m.st. Warszawy poprzez uporządkowanie zasad i warunków sytuowania nośników reklamowych.
	63.2.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała narusza zagwarantowane w konstytucji prawo własności do dysponowania swoją nieruchomością wszystkich współwłaścicieli co do pozyskiwania pożytków. Przychody z nich są przeznaczone na remonty nieruchomości wspólnej. Uchwała godzi w słuszne interesy właścicieli nieruchomości - szczególnie w przypadku gdy zawarli umowy z reklamodawcami na dłuższe okresy, a umowy nie przewidują możliwości zakończenia ich bez konieczności ponoszenia z tego tytułu kosztów (np. kary umowne). W jaki sposób miasto ma zamiar zrekompensować szkody i utracone korzyści wobec właścicieli nieruchomości, których zyski zostaną zmniejszone po wejściu w życie uchwały? Remonty nieruchomości Wspólnoty Krucza 51 zostały w znacznym stopniu sfinansowane z tych przychodów. Wspólnota spłaca kredyty, których zabezpieczenie stanowią umowy najmu elewacji pod reklamę. Uchwała nie uwzględnia rekompensaty za utracone korzyści dla Wspólnoty i mieszkańców.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego. Brak jest przesłanek ustawowych, z których miałby wypływać obowiązek rekompensaty przez prawodawcę utraty przez podmiot spodziewanych zysków z działalności zdelegalizowanej jako niezgodna z interesem publicznym.
	63.3.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Uchwała w sposób pośredni przyczyni się do braku możliwości finansowania działalności właścicieli nieruchomości przez reklamodawców lub najemców lokali (szyldy) spowoduje, iż właściciele będą dysponować o wiele mniejszymi budżetami remontowymi i nie będą posiadali wystarczających środków na nowe inwestycje, i do pogorszenia (lub braku poprawy) stanu nieruchomości. Przyniesienie ładu w sferze umiejscowienia nośników spowoduje odwrotny skutek w postaci pogorszenia stanu istniejących budynków.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Brak jest czytelnego związku między dochodami właścicieli nieruchomości a dotyczącymi szyldów regulacjami, zawartymi w projekcie uchwały, bowiem nie zakazuje on ich sytuowania, a jedynie ogranicza skalę i lokalizację. Ewentualne rozliczenia między właścicielami nieruchomości a inwestorami szyldów pozostają przedmiotem swobodnych umów cywilnoprawnych i nie są regulowane w projekcie uchwały. Należy jednocześnie zauważyć, że ogromna większość nieruchomości na terenie m.st. Warszawy utrzymywana jest bez dochodów osiąganych poprzez

			ekspozycję na nich nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	63.4.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Dodatkowo w projekcie wielokrotnie ukazane zostało zwiększenie nierównego traktowania beneficjentów nowych konstrukcji, takich jak szyldy, tablice i urządzenia. Godzi również w konstytucyjne prawa, wolności i zasady: zasadę proporcjonalności, wolności środków przekazu społecznego, wolności wyrażania poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga jest niejasna – nie wskazano, na czym polega nierówne traktowanie „beneficjentów nowych konstrukcji”. Brak jest również prawnych i logicznych przesłanek do uznania bezwarunkowego prawa do reklamy, tj. nieograniczonego rozpowszechniania informacji promującej m.in. osoby, przedsiębiorstwa, towary i usługi, za część wolności i praw konstytucyjnych wzmiankowanych w art. 14 i 54 Konstytucji RP. Należy podkreślić, że ograniczenia obecności reklamy w przestrzeni publicznej, sformułowane w projekcie Uchwały, opierają się na odpowiednich delegacjach ustawowych, w szczególności art. 37a Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
	63.5.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W tekście projektu możemy zauważyć chęć udzielenia monopolu dla: reklam skarbu państwa i jednostek samorządu terytorialnego; informowania tylko o inwestycjach z udziałem środków publicznych; firm, które dysponują powierzchniami na wiatach przystankowych, obiektach do 15 m2 (kioski itp.), słupach oświetleniowych i trakcyjnych, na wejściach do metra, na ścianach przejść podziemnych oraz na ścianach metra; wolnostojących słupów ogłoszeniowo-reklamowych; tablic lub urządzeń reklamowych dotyczących instytucji kultury.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Uwaga nie zawiera uzasadnienia, na czym miałby polegać monopol, tj. uniemożliwienie prowadzenia danej działalności przez konkurencyjne podmioty, na wskazanych polach działalności.
	63.6.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wydłużenie okresu vacatio legis.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** W uwadze brak jest uzasadnienia, które przemawiałoby z dalszym wydłużeniem stosunkowo długiego okresu (90 dni) vacatio legis, ustanawianego w projekcie Uchwały.
	63.7.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt zawiera niezrozumiałe zróżnicowanie i określenie dłuższego okresu dostosowania się do uchwały dla szyldów (3 lata) niż dla pozostałych tablic i urządzeń reklamowych (2 lata). Reklamy wymagają więcej czasu w zakresie procesu dostosowawczego (§ 14 pkt 2).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Długość okresu wyznaczonego na dostosowanie istniejących szyldów do regulacji określonych w uchwale stanowić musi kompromis między dążeniem do jak najszybszego wprowadzenia na terenie m.st. Warszawy zasad ładu przestrzennego a obciążeniem budżetów dużej liczby małych przedsiębiorstw, szczególnie silnie reprezentowanych wśród użytkowników szyldów. W uwadze nie wskazano, z jakiego powodu niezbędne jest przedłużenie okresu dostosowawczego dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych niebędących szyldami.
	63.8.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** W projekcie uchwały brak uzasadnienia dla sytuowania tablic i urządzeń wyłącznie na budynkach do 25 m wysokości. Uchwała ma wprowadzić ład, nie może stanowić nadużycia prawa oraz nie może wprowadzać niczym nieuzasadnionych zakazów, a zatem należałoby przyjąć, iż możliwe jest sytuowanie reklam na wszystkich budynkach bez względu na ich wysokość - zaś jedynie nośnik nie powinien być	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt uchwały nie może zawierać merytorycznego uzasadnienia poszczególnych regulacji, ponieważ byłoby to niezgodne z zasadami techniki prawodawczej. Regulacja § 9 pkt 1 wynika z motywowanego zasadami ładu przestrzennego ograniczenia ścian, na których dopuszcza się

		montowany na wysokości wyższej niż z góry określona tj. np. do wysokości 25 m. Takie rozwiązanie zapewni ład i nie będzie różnicował pozycji właścicieli różnych nieruchomości. W przeciwnym wypadku oznacza to nierówne traktowanie właścicieli wyższych nieruchomości, którzy mogą jedynie montować reklamy na dachach, a także niekorzystne traktowanie właścicieli niższych nieruchomości, którzy nie mają tego prawa (§ 9 pkt 1).	sytuowanie nośników reklamowych niebędących szyldami, do ślepych ścian budynków przeznaczonych do zabudowy w ramach tradycyjnej, kwartałowej struktury miasta. Ściany takie stanowią powierzchnie o charakterze technicznym i pozbawione są pozytywnego wpływu na krajobraz miasta, zaś ciągi zwartej zabudowy w Warszawie jedynie incydentalnie przekraczają wysokość 25 m. Przepis ma na celu wyeliminowanie sytuowania reklam na licznych na terenie miasta wysokich budynkach w zabudowie wolnostojącej i półzwartej, pochodzących z okresu powojennego. Ich ściany nie są przeznaczone do zabudowy i są częścią świadomej kompozycji architektonicznej, w związku z czym uznanie ich za pożądane miejsce lokalizacji nośników reklamowych byłoby szkodliwe z punktu widzenia ładu przestrzennego.
	63.9.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Wprowadzenie ograniczenia w zakresie przyszłych reklam remontowych w żaden sposób nie jest spójne z rzeczywistością i czasem trwania prac remontowych - reklamy często stanowią źródło finansowania prac. Dopuszczenie umieszczenia siatki reklamowej tylko na rusztowaniach, gdzie wykonywane są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku pomija takie okoliczności jak możliwość remontowania innych części budynku niż elewacja (§ 10 pkt 3 lit. b).	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Wskazany przepis nie odnosi się do okresu trwania działań remontowych, który jest trudny do weryfikacji pod względem faktycznym, ale wynika z faktu szczególnej szkodliwości dla ładu przestrzennego nośników reklamy wielkoformatowej, silnie ingerującej w krajobraz miasta. Celem przepisu jest dopuszczenie możliwości sytuowania tego typu nośników przy minimalizacji negatywnych efektów przestrzennych powstających w wyniku ekspozycji, a w szczególności wykluczeniu zjawiska remontów pozorowanych, stanowiących jedynie pretekst do uzyskiwania dodatkowych przychodów poprzez sytuowanie wielkoformatowych nośników reklamowych kosztem ładu przestrzennego. Przepis dopuszcza umieszczanie siatki reklamowej na rusztowaniach, z których prowadzone są prace remontowe lub budowlane na elewacji budynku, czyli rusztowaniach roboczych, ochronnych lub systemowych, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 6 lutego 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy podczas wykonywania robót budowlanych. Stosowanie rusztowań jest obowiązkowe podczas wykonywania robót murarskich i tynkarskich na wysokości powyżej 1 m. Do zabezpieczeń stanowisk pracy na wysokości służą również siatki ochronne i siatki bezpieczeństwa. Okna lokali mieszkalnych są przesłonięte podczas prowadzonych prac remontowych, w związku z czym projekt uchwały przewiduje możliwość umieszczenia na siatkach ochronnych i zabezpieczających nadruku reklamowego. Remont innych części budynku, np. klatek schodowych lub piwnic, nie wymaga rozstawienia rusztowań przy elewacji, w związku z czym nie istnieje konstrukcja, na której siatka reklamowa mogłaby zostać rozpięta. Należy jednocześnie zauważyć, że większość remontów budynków mieszkalnych na terenie m.st. Warszawy nie jest finansowana z dochodów osiąganych poprzez ekspozycję nośników reklamowych. Tym samym należy uznać, że dochód taki nie warunkuje prawidłowej gospodarki zasobem mieszkaniowym i nie odgrywa w skali ogólnomiejskiej roli społecznej, która uzasadniałaby odstąpienie od realizacji ważnego interesu publicznego, jakim jest ustanowienie ładu przestrzennego.
	63.10.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Postanowienia uchwały wprowadzają nierówne traktowanie podmiotów prowadzących na danej nieruchomości działalność poprzez określenie ilości szyldów (§ 4 pkt 3). Liczba szyldów powinna być uzależniona od wielkości budynku lub wielkości inwestycji. Dodatkowo zakaz sytuowania szyldów zmiennych wykracza poza zakres ustawowy - Rada Gminy nie ma kompetencji do wprowadzania zakazu	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Ograniczenie liczby szyldów sytuowanych przez podmiot na nieruchomości wynika wprost z dyspozycji art. 37a ust. 2 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Jednocześnie brak jest

		w zakresie sytuowania szyldów (§ 4 pkt 2).	przekonującego uzasadnienia dla uzależnienia liczby szyldów, którą może umieścić na nieruchomości podmiot, od wielkości budynku – duży budynek może być siedzibą bardzo wielu podmiotów, przez co taka regulacja powodowałaby chaos przestrzenny. Nie jest również jasne, dlaczego liczba szyldów sytuowanych przez podmiot miałaby zależeć od wielkości prowadzonej przez ten podmiot inwestycji i jak należałoby tę wielkość mierzyć. Projekt Uchwały nie przewiduje zakazu sytuowania szyldów w ogóle, lecz jedynie określonych typów szyldów. Zakres tej regulacji nie przekracza kompetencji gminy wynikających z upoważnienia ustawowego, z definicji każda regulacja stanowi bowiem zakaz prowadzenia określonych działań, niemieszczących się w przewidzianym w regulacji zakresie.
	63.11.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Ograniczenie dotyczące dopuszczenia sytuowania szyldów wyłącznie w sposób niezakrywający dekoracji architektonicznych nie powinno dotyczyć sytuacji, gdy ze względów obiektywnych (np. w sytuacji gdy dekoracja jest obszerna) nie jest możliwe ze względu na brak dostępnego miejsca jakiekolwiek zamontowanie szyldu (§ 4 pkt 1). Wymagane przez uchwałę zachowanie jednolitej wysokości i jednej poziomej osi symetrii sytuowania szyldów, powinno być uzależnione od warunków technicznych budynku t(..) w przypadku gdy dekoracja architektoniczna uniemożliwia spełnienie tego warunku, należałoby przyjąć możliwość innego usytuowania szyldu. W związku z tym uchwała w sposób pośredni przyczyni się do zmniejszenia ilości budynków z dekoracją architektoniczną, a zatem przyniesie odwrotny skutek od planowanego (tj. w zakresie poprawy kwestii wizualnych miasta). Informacja dotycząca rozdziału 2 paragraf 5 ust. 1 pkt. 1 lit A. nie można wymuszać na różnych podmiotach gospodarczych jednakowego szyldu reklamowego.	Uwaga częściowo nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Projekt Uchwały dopuszcza sytuowanie szyldów w obrysie witryny, a zatem jest możliwe usytuowanie szyldu na elewacji posiadającej obszerną dekorację architektoniczną. Wskazany w projekcie Uchwały obowiązek usytuowania szyldów na jednolitej wysokości i o tej samej wysokości dotyczy jedynie pól szyldowych usytuowanych na tej samej wysokości, uwzględnia zatem kompozycję architektoniczną elewacji budynku. W celu usunięcia niejednoznaczności uzupełniono jednak, że takie pola szyldowe winny mieć także jednolitą wysokość.
	63.12.	**Wskazanie zakresu jakiego dotyczy uwaga:** **Treść uwagi:** Projekt uchwały nie precyzuje określania zasad pierwszeństwa w zakresie sytuowania reklam przy drogach przez właścicieli nieruchomości (§ 11 pkt 2). Rozporządzenie powinno doprecyzować postępowanie w przypadku konfliktu między właścicielami nieruchomości.	Uwaga nieuwzględniona **Uzasadnienie rozstrzygnięcia:** Zasady postępowania w zakresie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały określa § 16 projektu Uchwały. W przypadku sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych po wejściu w życie Uchwały, odpowiedzialność za przestrzeganie przepisów dotyczących odległości od innych nośników reklamowych spada każdorazowo na inwestora.

Przewodnicząca
Rady m.st. Warszawy

Ewa Malinowska-Grupińska