

UCHWAŁA REKLAMOWA DLA WYSZKOWA



WERSJA ILUSTROWANA – PROJEKT DRUGIE WYŁOŻENIE

19 STYCZNIA 2024



UCHWAŁA Nr
Rady Miejskiej w Wyszkanie
z dnia 2024 r.

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 40; z późn. zm.), art. 37a oraz art. 37b ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 977; z późn. zm.), w związku z art. 66 ustawy z dnia 7 lipca 2023 r. o zmianie ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2023r., poz. 1688), oraz w związku z uchwałą Nr IX/92/19 Rady Miejskiej w Wyszkanie z dnia 30 maja 2019 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały ustalającej zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych z jakich mogą być wykonane na terenie gminy Wyszaków, na wniosek Burmistrza Wyszakowa, Rada Miejska w Wyszkanie uchwała, co następuje:

Rozdział I

Przepisy wprowadzające.

- §1. Rada Miejska w Wyszkanie ustala zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane na terenie Gminy Wyszaków, zwane dalej Uchwałą Krajobrazową.**
- §2. 1. W Rozdziale II** wprowadza się definicje i określa metodykę ustalania gabarytów i odległości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych.

2. Dopuszcza się sytuowanie **szyldów** wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w **Rozdziale III**, we wskazanych w nim gabarytach i z ograniczeniem maksymalnej liczby szyldów dopuszczalnych dla każdej działalności prowadzonej na danej nieruchomości oraz wprowadza się ograniczenia w liczbie szyldów danego rodzaju.
3. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych **nie będących szyldem** i urządzeń reklamowych **nie będących szyldem** wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w **Rozdziale IV**, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.
4. Dopuszcza się sytuowanie **ogrodzeń** wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w **Rozdziale V**, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.
5. Dopuszcza się sytuowanie **obiektów małej architektury** wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w **Rozdziale VI**, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane.



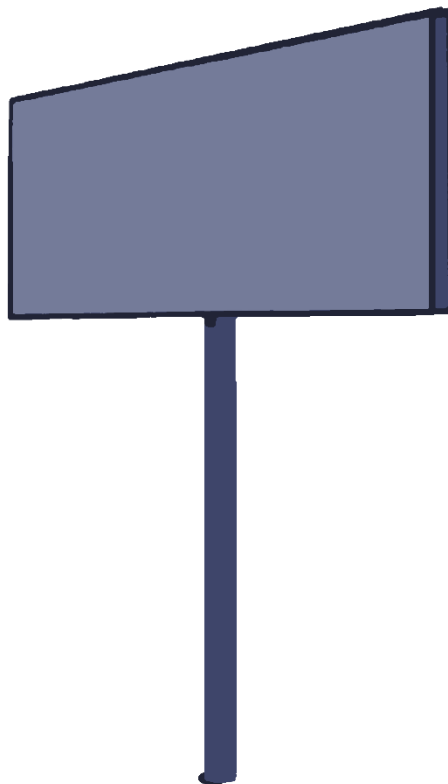
Rozdział II

Definicje i metodyka ustalania gabarytów i liczby szyldów.

§3. 1. Ilekroć w Uchwale Krajobrazowej jest mowa o:

- 1) **banerze** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, miękkiego tworzywa sztucznego lub papierowej folii impregnowanej, o strukturze spoistej lub w formie siatki, sytuowaną na istniejących elementach zagospodarowania;
- 2) **billboardzie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową o powierzchni powyżej 5,8 m², umożliwiającą umieszczanie treści reklamy przeznaczonej do czasowej ekspozycji, najczęściej w formie plakatu, w układzie poziomym;

POWIERZCHNIA
PONAD 5,8 MKW



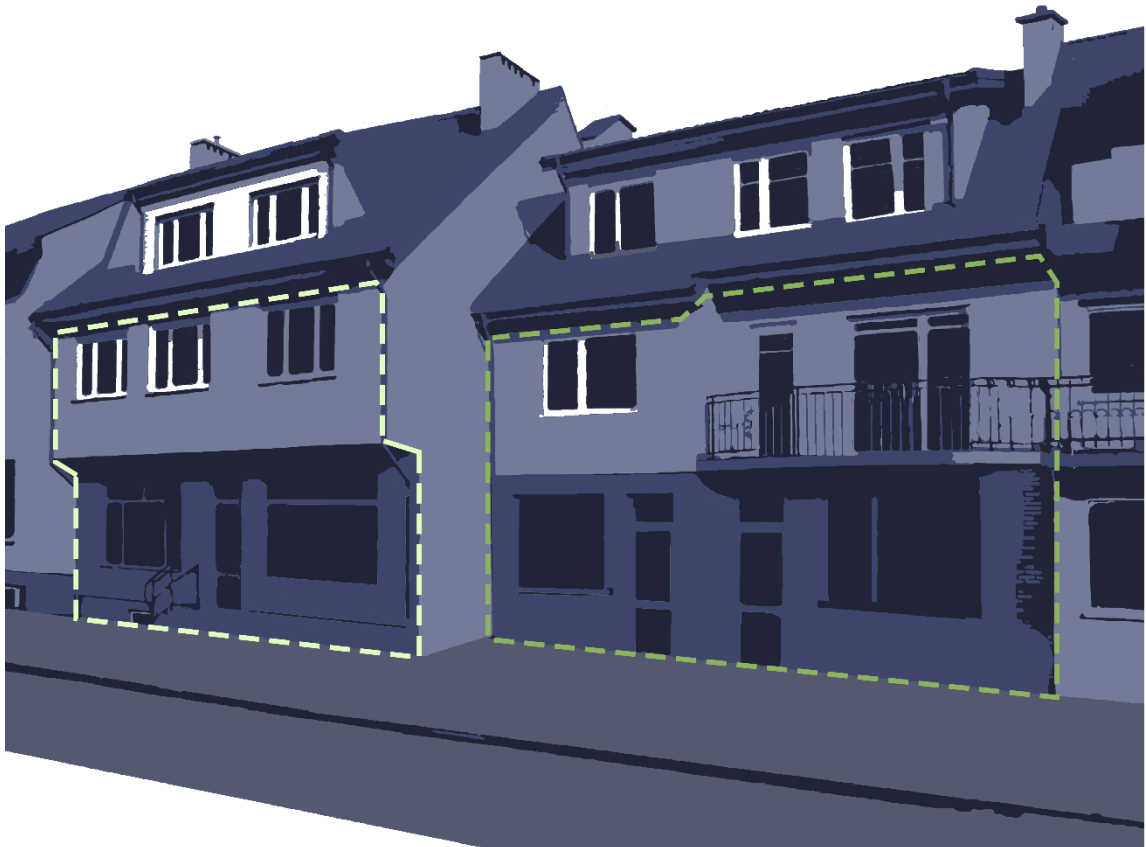
- 3) **elementach krajobrazu kulturowego** – należy przez to rozumieć zabytki, ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w szczególności wpisane do Rejestru Zabytków);



- 4) **fladze reklamowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe lub tablicę reklamową, wykonane z miękkiego materiału, sytuowane na maszcie lub innej konstrukcji, która nie obejmuje całego obwodu materiału;



- 5) **elewacji** – należy przez to rozumieć płaszczyznę przegrody zewnętrznej budynku (ściany) wraz z otworami okiennymi, witrynami, detalami architektonicznymi i attyką, której:
- a) krawędzią dolną jest styk ściany z nawierzchnią, na której jest sytuowana; zaś w przypadku zastosowania podcieni w poziomie parteru elewacji krawędź najbliższa poziomowi terenu, położonego bezpośrednio poniżej,
 - b) krawędziami bocznymi są krawędzie narożników,
 - c) krawędzią górną są najwyżej położone elementy wykończeniowe ściany, wieńczącej ją attyki lub linia styku ściany z okapem połączenia dachowej, a w przypadku wolnostojących budynków parterowych górna krawędź bryły budynku — dachu lub zadaszenia,
 - d) wysokością jest odległość mierzona w pionie między najniższym położonym punktem dolnej i najwyżej położonym punktem krawędzi górnej danej elewacji;

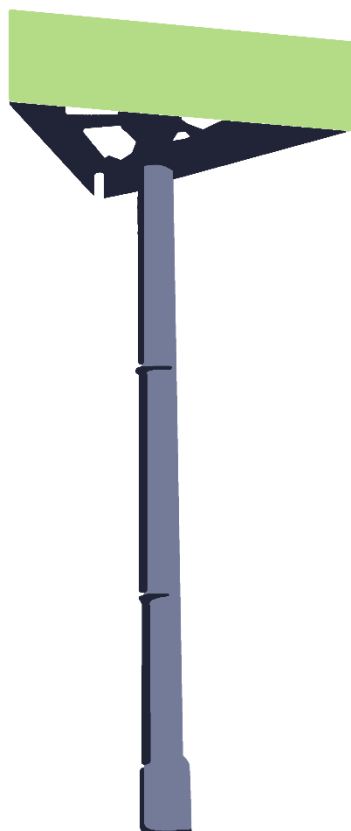


- 6) **formie ażurowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, których powierzchnię ekspozycyjną tworzą płaskie lub przestrzenne litery bądź grafiki – w tym szczególnie napisy, znaki, logo, symbole:
- a) mieszczące się we własnym obrysie i nieposiadające tła,
 - b) w układzie rewersowym, tj. wycięcia w płaszczyźnie lub wycięcia z bryły – kształt formy nadaje obrys wycięcia widoczny w pozostawionym elemencie,
 - c) w układzie wklęsłym, tj. wytrawionym, wypalonym, wyrzeźbionym lub wrytym w elemencie;

The image shows the word "SZYLD" in a bold, sans-serif font. The letters are rendered in a dark blue color with a 3D effect, appearing to be extruded from a flat surface. Each letter has a distinct shadow on its right side, giving it a sense of depth and volume.

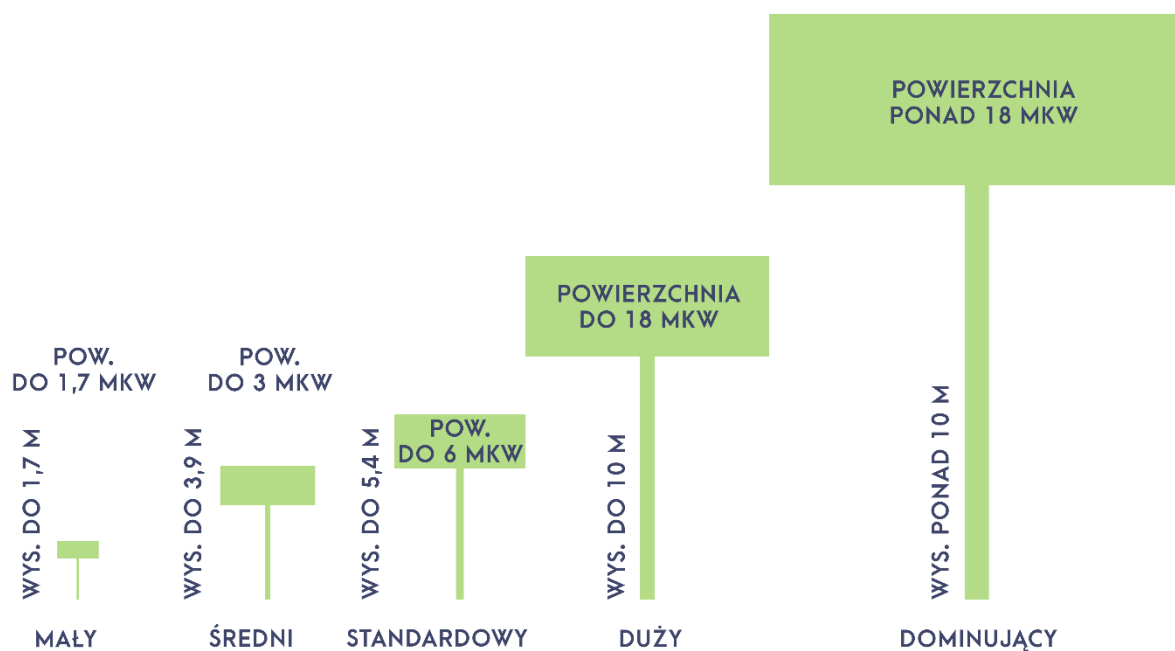


- 7) **formie dwustronnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe posiadające dwie, skierowane w różnych kierunkach, powierzchnie ekspozycyjne, sytuowane na tej samej wysokości i posiadające te same gabaryty;
- 8) **formie wielostronnej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe posiadające dwie lub więcej, skierowane w różnych kierunkach, powierzchnie ekspozycyjne, sytuowane na tej samej wysokości i posiadające te same gabaryty;

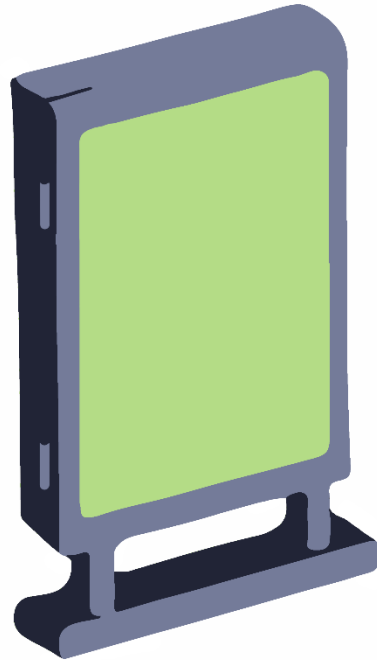


- 9) **formie wolnostojącej** – należy przez to rozumieć taki sposób sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym posiadają one niezależną własną konstrukcję nośną, trwale lub nietrwale związaną z gruntem;
- 10) **formie zwartej** – należy przez to rozumieć formę przestrzenną urządzenia reklamowego, która wypełnia 70% przestrzeni prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danego urządzenia reklamowego;
- 11) **formacie małym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna nie przekracza $0,7 \text{ m}^2$, zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 1,7 m;
- 12) **formacie średnim** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż $0,7 \text{ m}^2$, ale nie przekracza 3 m^2 , zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 3,9 m;

- 13) **formacie standardowym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 3 m² i mniejsza niż 6 m², zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 5,4 m;
- 14) **formacie dużym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest równa lub większa niż 6 m², ale nie przekracza 18 m², zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 10 m;
- 15) **formacie dominującym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 18 m² lub wysokość jest większa niż 10 m;

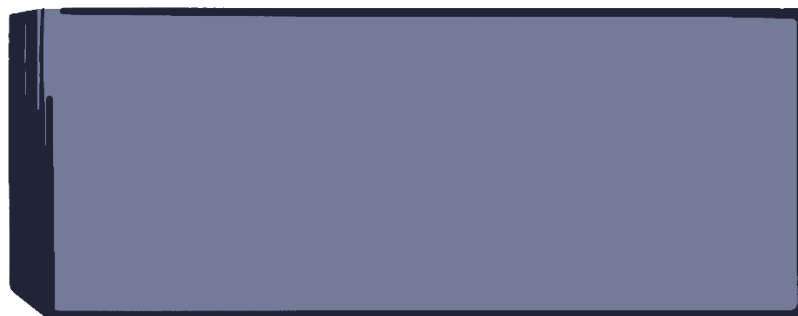


16) **gablocie ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe będące szafką, posiadającą przezroczysty front oraz nieprzezroczysty tył, w której wnętrzu znajduje się powierzchnia ekspozycyjna;

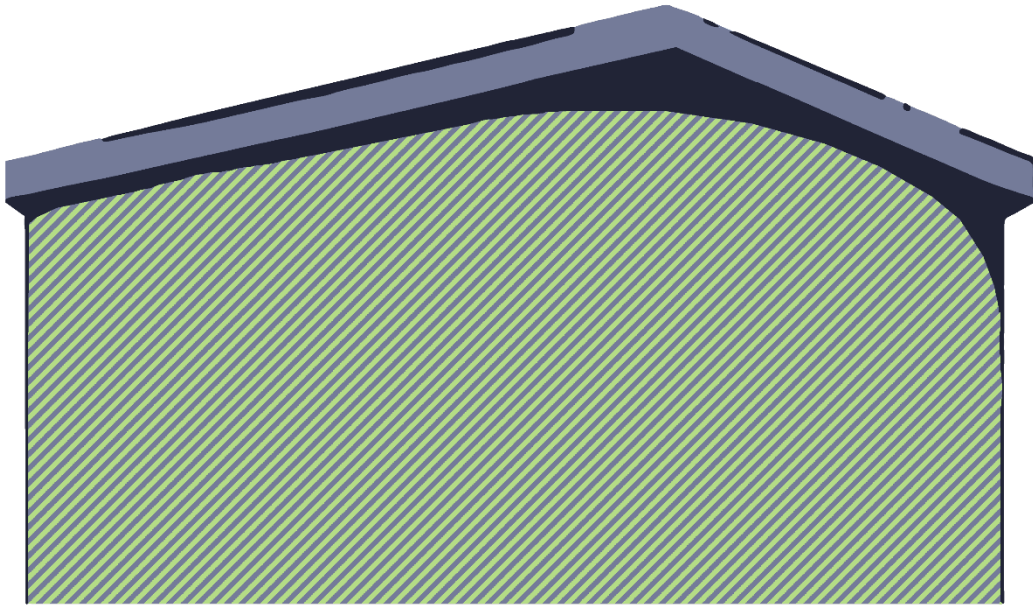


17) **istotnych detalach architektonicznych** – należy przez to rozumieć krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego, boniowanie oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend;

18) **kasetonie** – należy przez to rozumieć formę ażurową posiadającą tło lub urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej skrzynki w kształcie prostopadłościanu z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, najczęściej posiadające wewnętrzne źródło światła;



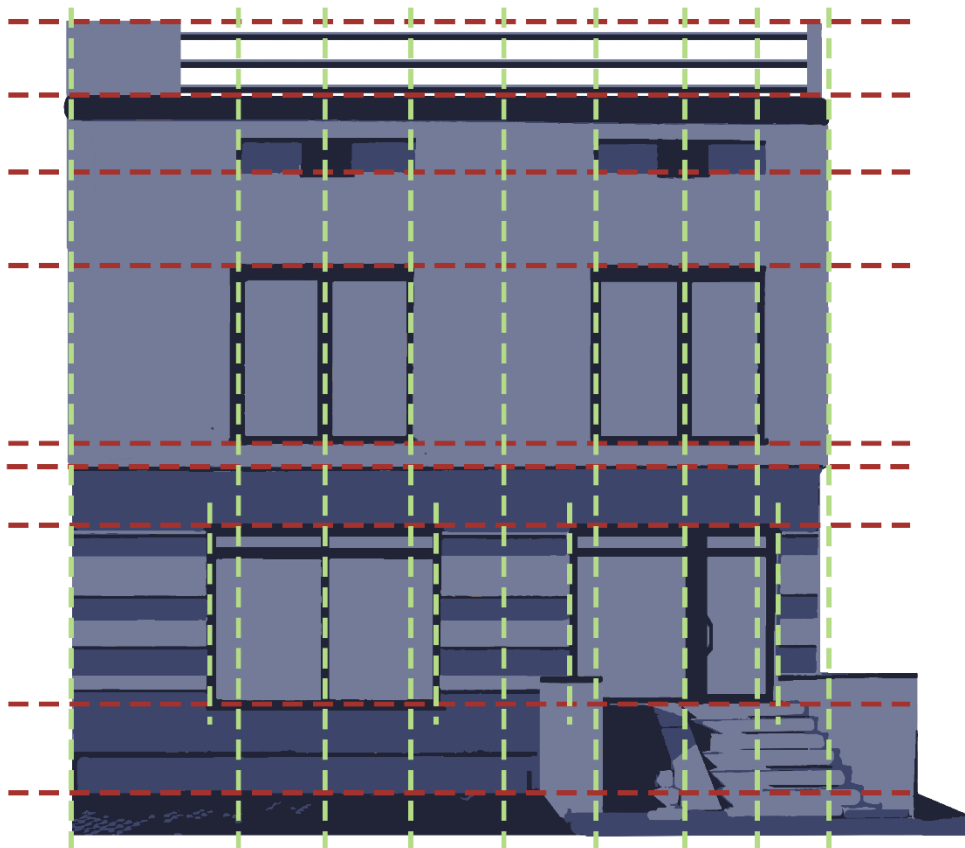
19) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w postaci powłoki malarskiej, wykonanej bezpośrednio na ścianie budynku;



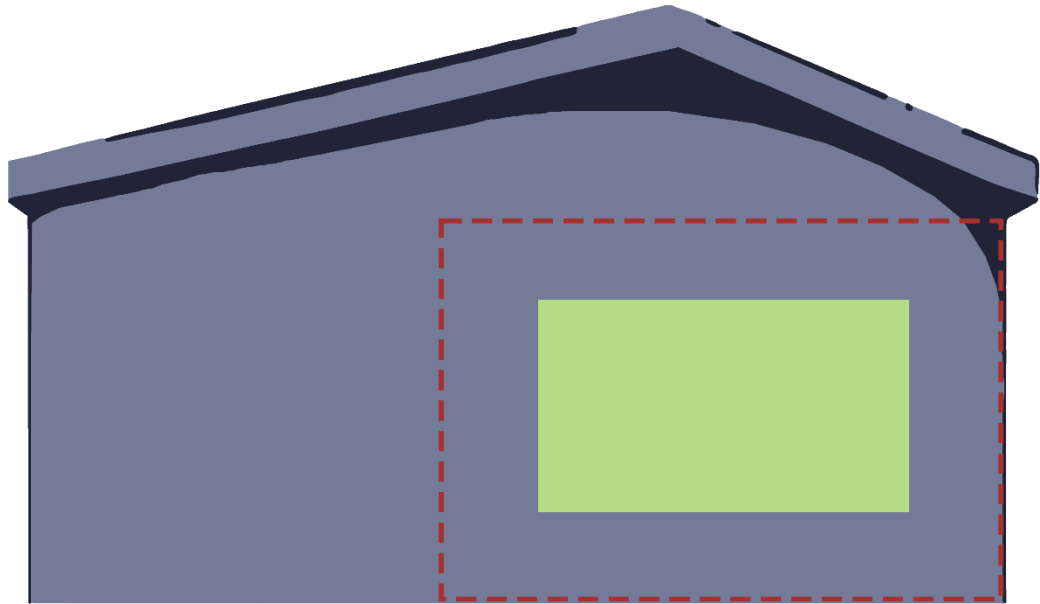
20) **neonie** – należy przez to rozumieć szczególny przypadek formy ażurowej, świecący wewnętrznym światłem w szczególności w postaci lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzącej napis lub kompozycję plastyczną;



- 21) **nośniku reklamy** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową nie będącą szyldem i urządzenie reklamowe nie będące szyldem;
- 22) **osiach kompozycyjnych elewacji** – należy przez to rozumieć wyobrażalne linie proste, na których oparte są istotne architektoniczne elementy wystroju elewacji – linie proste, biegnące na przedłużeniu krawędzi otworów okiennych i drzwiowych elewacji, osie symetrii tych otworów oraz na przedłużeniu uskoków elewacji lub zmiany materiału wykończeniowego, a także krawędzie lub osie symetrii ścian lub detali architektonicznych, takich jak gzymsy, pilastry, lizeny, blendy;



- 23) **pasie ochronnym** – należy przez to rozumieć obszar elewacji, położony bezpośrednio wokół tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym nie występują istotne architektoniczne elementy wystroju elewacji, takie jak: krawędzie otworów okiennych i drzwiowych elewacji, uskoki i krawędzie elewacji, miejsca zmiany materiału wykończeniowego oraz krawędzie gzymsów, pilastrów, lizen i blend; jego szerokością określa się odległość od jego zewnętrznej krawędzi do zewnętrznej krawędzi tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;



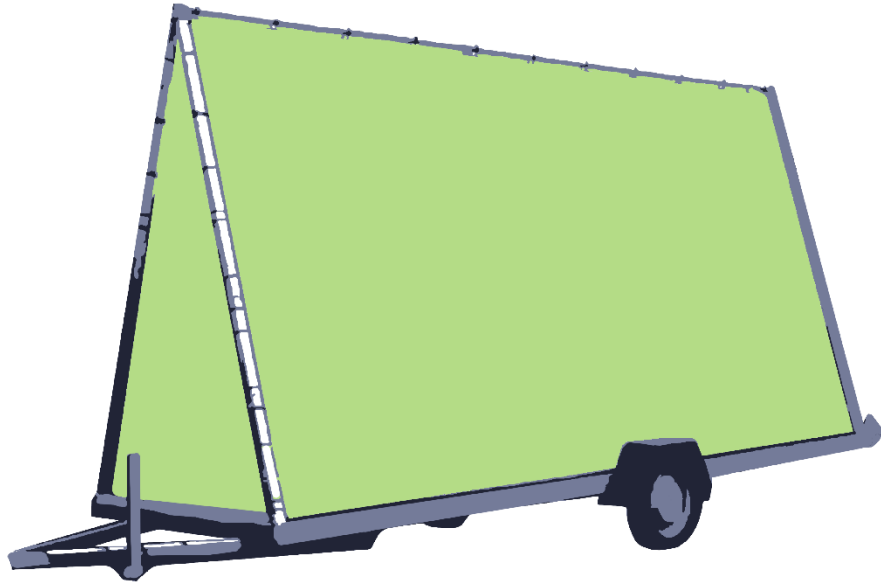
24) **pasie szyldowym** – należy przez to rozumieć powierzchnię na elewacji w poziomie parteru, mieszczącą się ponad górną krawędzią witryn lub otworu drzwiowego, prowadzącego do budynku lub lokalu;



- 25) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;
- 26) **poziomie parteru elewacji** – należy przez to rozumieć dolny fragment elewacji, ograniczony od góry krawędzią elementu architektonicznego, oddzielającego pierwszą kondygnację nadziemną od kondygnacji wyższych, występującego w postaci gzymsu (górną krawędź elementu), podziału w wykończeniu elewacji lub uskoku (dolną krawędź elementu), a w przypadku, gdy taki element nie występuje – do poziomu dolnej krawędzi otworów okiennych drugiej kondygnacji nadziemnej – lub gdy wyżej wymienione elementy nie występują – do górnej krawędzi elewacji; w przypadku wolnostojących budynków parterowych poziom parteru elewacji obejmuje całą bryłę budynku tj. od dolnej krawędzi elewacji do górnej krawędzi dachu lub zadaszenia;



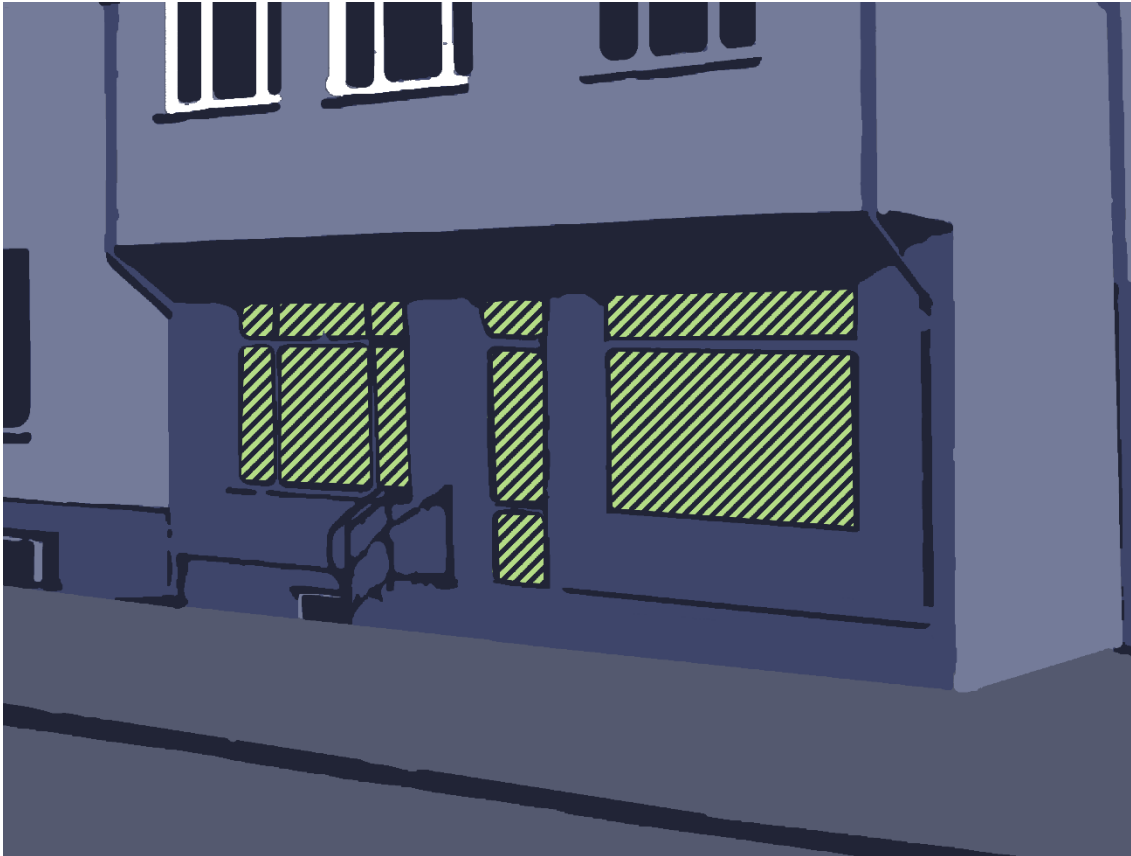
27) **przyczepie reklamowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, umieszczone na przyczepach samochodowych, lawetach lub innych konstrukcjach umożliwiających przemieszczanie oraz pojazdach, służących wyłącznie funkcji reklamowej;



28) **pylonie** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie wolnostojącej, mocowane w gruncie, w formie zwartej i o smukłej proporcji;

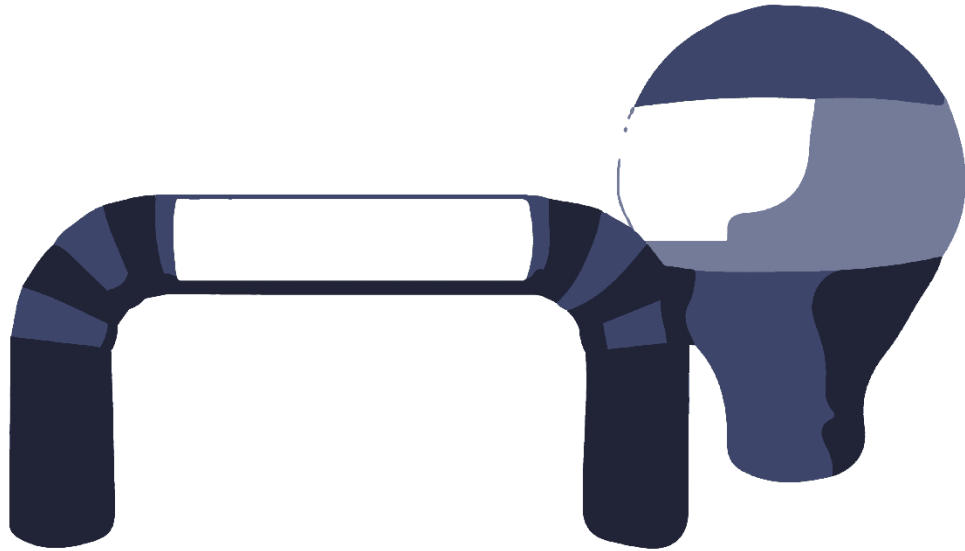


- 29) **reklamie** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 202 r. 3poz. 977);
- 30) **reklamie naklejanej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tworzywa sztucznego lub papieru mocowaną do elementów zagospodarowania przestrzennego, w szczególności szyb, za pomocą kleju;

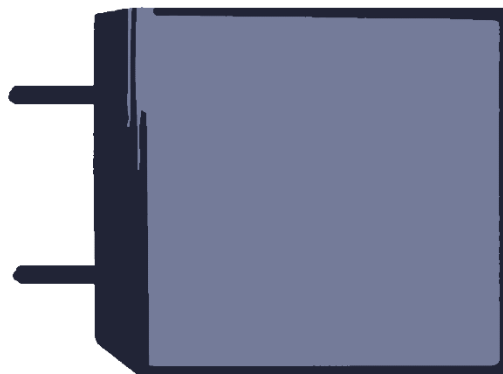


- 31) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, nie będące szyldem, umieszczane tymczasowo w czasie trwania dostępnego publicznie wydarzenia o charakterze kulturalnym, sportowym lub społecznym oraz, w okresie je poprzedzającym, nie dłużej niż 30 dni, w postaci nietrwale związanej z gruntem, budynkiem lub budowlą, formy płaskiej bądź przestrzennej;
- 32) **reklamie pneumatycznej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe z tworzywa sztucznego, wypełnione powietrzem, wolnostojące i nietrwale związane z gruntem;

33) **reklamie wyborczej** – należy przez to rozumieć reklamę okolicznościową, obejmującą materiał wyborczy, referendalny, reklamę kandydatów lub organizacji, które reprezentują, sytuowane na potrzeby kampanii referendalnych, wyborczych (parlamentarnych, w tym do Parlamentu Europejskiego, prezydenckich, lub do jednostek samorządu terytorialnego);



34) **semaforze** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe mocowane prostopadle do elewacji budynku na wysięgniku lub urządzenie reklamowe w formie wolnostojącej, którego krawędź boczna elementu stanowiącego powierzchnię ekspozycyjną jest mocowana do słupka;

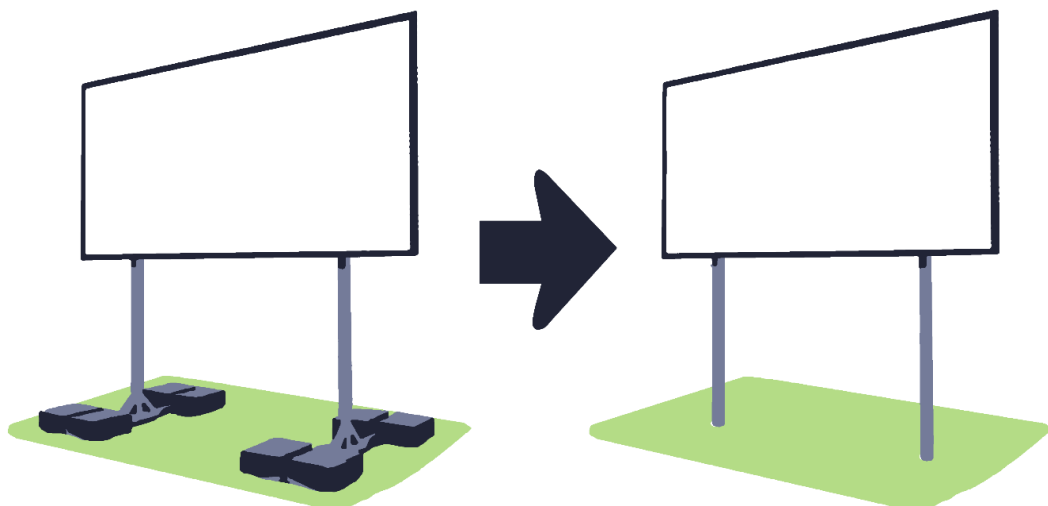


35) **stłpie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca;



36) **smukłej proporcji** – należy przez to rozumieć proporcje szerokości do wysokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, wynoszące od 1:3 do 1:10;

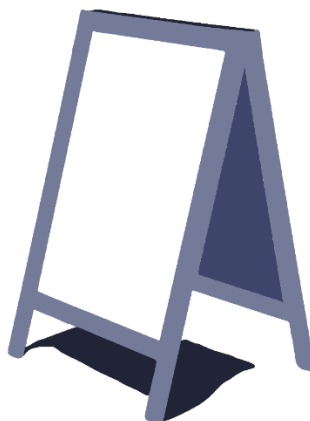
37) **standardzie posadowienia** – w odniesieniu do formy wolnostojącej - obowiązek trwałego związania z gruntem, a w przypadku występowania fundamentu obowiązek jego umieszczenia pod powierzchnią terenu lub z zachowaniem wspólnego poziomu górnej krawędzi płyty fundamentowej z płaszczyzną gruntu lub nawierzchni, na której tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe jest sytuowane;



38) **standardzie wyświetlania** – należy przez to rozumieć sposób wyświetlania reklam umożliwiający bieżącą zmianę informacji wizualnej z poszanowaniem komfortu odbiorcy, przez co rozumie się:

- a) zachowanie stałości obrazu,
- b) zachowanie barwy światła o temperaturze barwowej w zakresie 3000 K – 3500 K,
- c) brak stosowania efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi reklamami,
- d) stosowanie ekranu w technologii ciekłokrystalicznej Liquid Crystal Display (LCD) o minimalnej rozdzielczości FullHD 1920×1080 pikseli, lub odpowiadający lub ekrany z diod elektroluminescencyjnych w technologii Surface Mounted Device (SMD) o maksymalnej wielkości piksela 20 mm, lub odpowiadający,
- e) stosowanie alternatywnie:
 - stałej jasności wyświetlacza – maksymalnie 400 cd/m²,
 - zmiennej jasności wyświetlacza, która nie może przekraczać:
 - w dzień – 5 000 cd/m² dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w dzień – 2 500 cd/m² dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w nocy – 400 cd/m²;

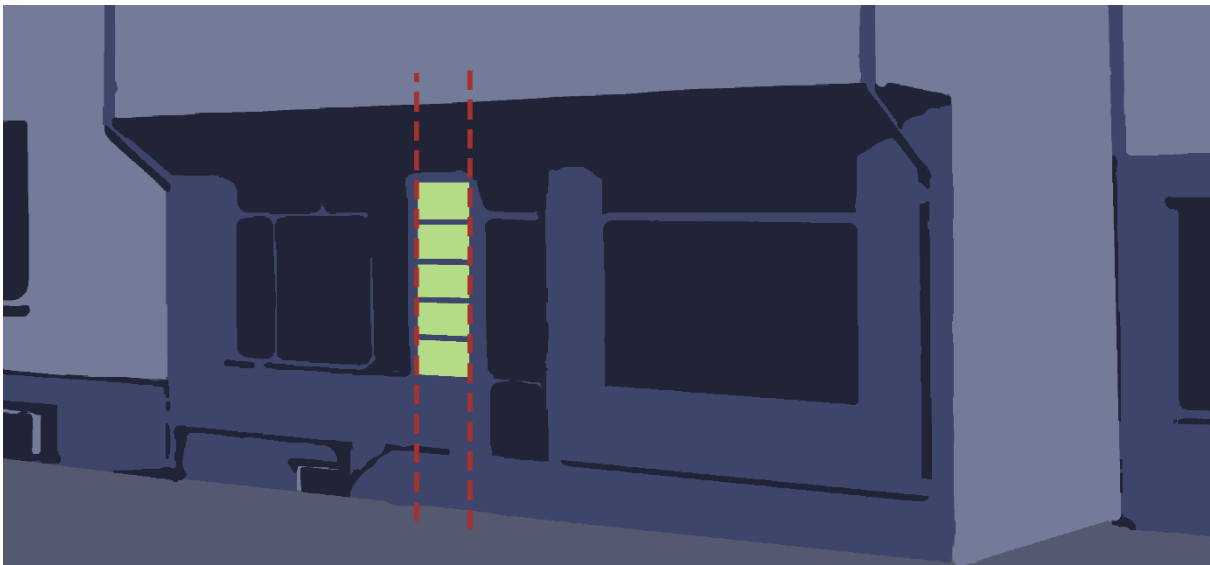
39) **stojaku reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, o gabarytach umożliwiających ręczne przenoszenie, wystawiane okresowo przed lokal, którego ofertę przedstawia, w szczególności sztaluga z menu, dwustronny koziołek lub tablica kredowa;



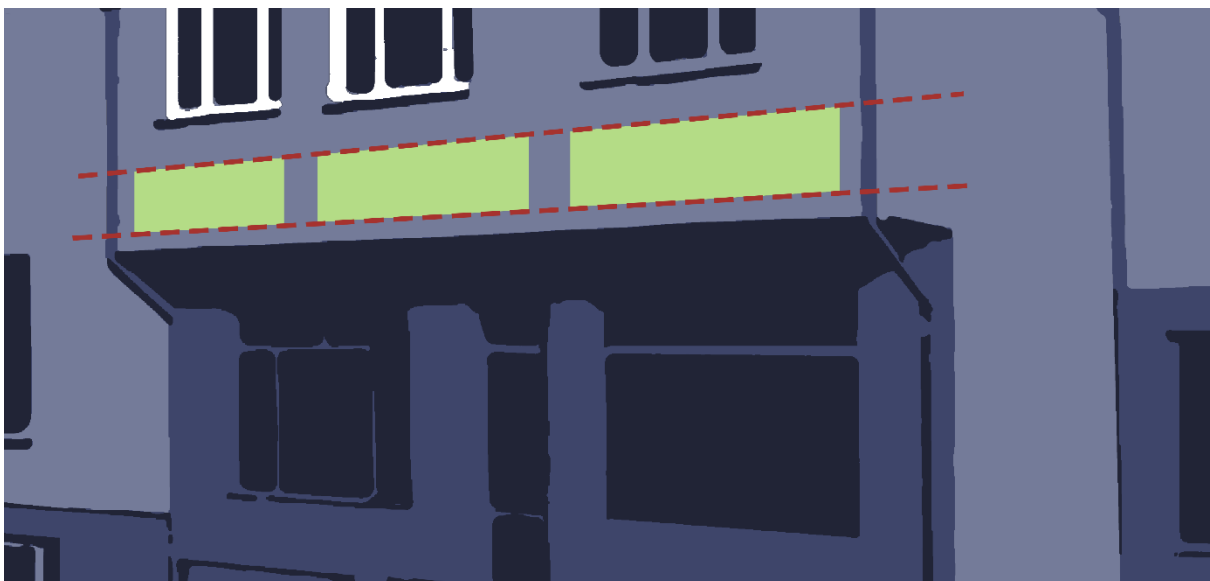
40) **sytuowaniu zbiorczym** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w tym szyldów, według następujących zasad:

a) w przypadku sytuowania na budynku lub ogrodzeniu, z zastrzeżeniem lit. b:

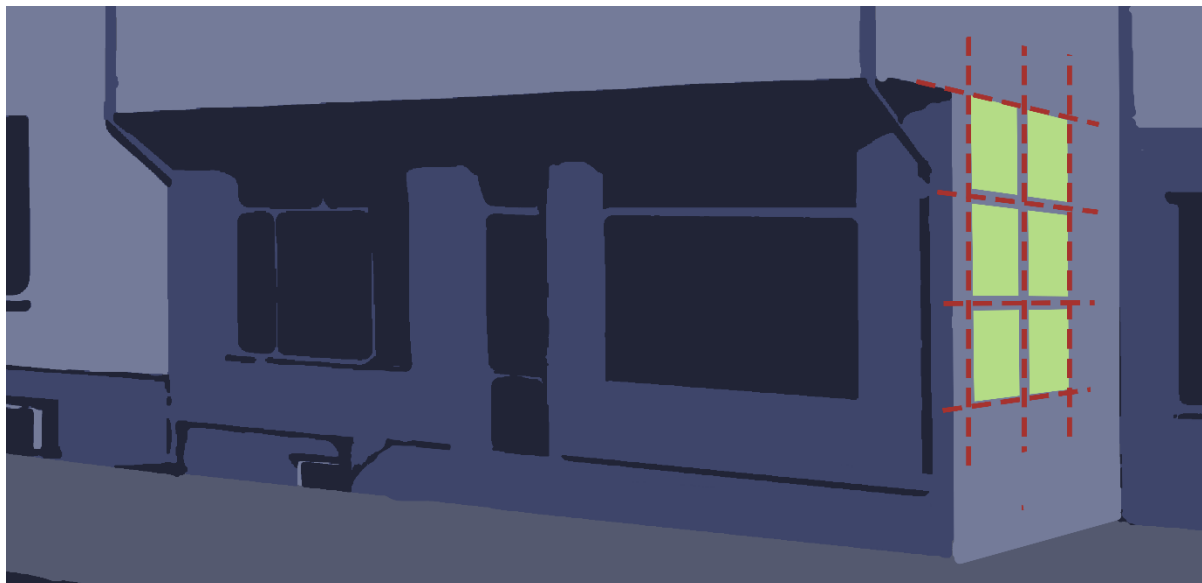
- zachowania wspólnej pionowej osi kompozycyjnej, przez co należy rozumieć zachowanie jednakowej wysokości tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oraz ich sytuowanie na jednej wysokości a w przypadku spadku terenu na tym samym poziomie, w odniesieniu do jednej z osi kompozycyjnych elewacji,



- zachowania wspólnej poziomej osi kompozycyjnej, przez co należy rozumieć zachowanie jednakowej szerokości oraz sytuowane w wyrównaniu do jednej osi pionowej, wynikającej z układu osi kompozycyjnych elewacji,

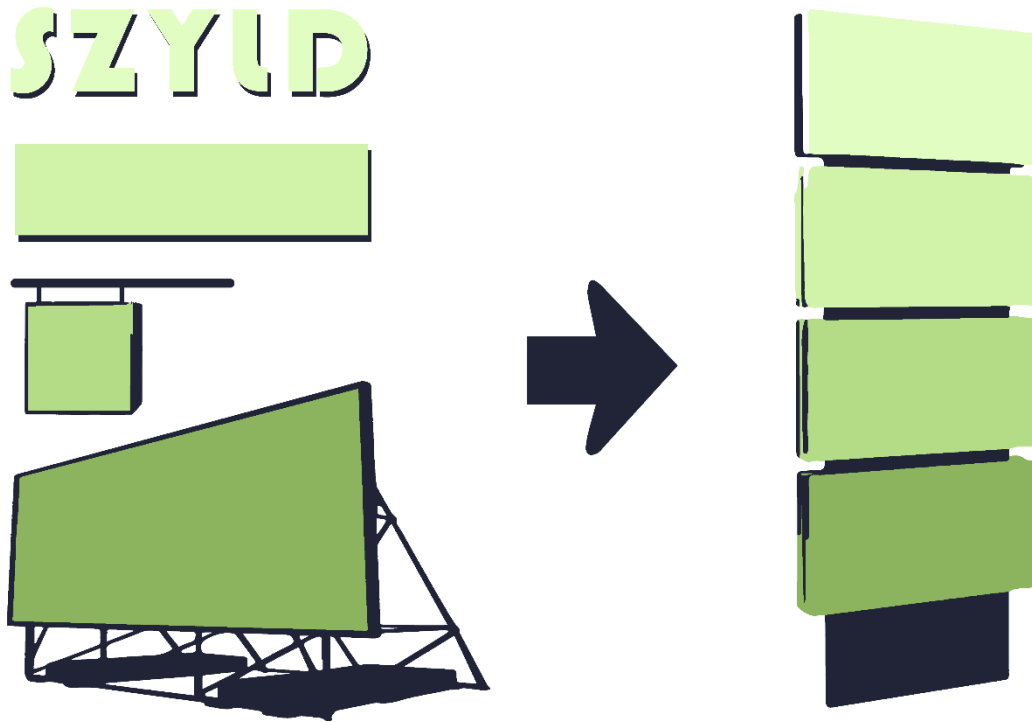


- zachowania układu szachownicowego, co należy rozumieć przez komponowanie szyldów w oparciu o minimum dwie pionowe i dwie poziome osie kompozycyjne, zgodnie z zasadami dla tiret pierwsze i tiret drugie,



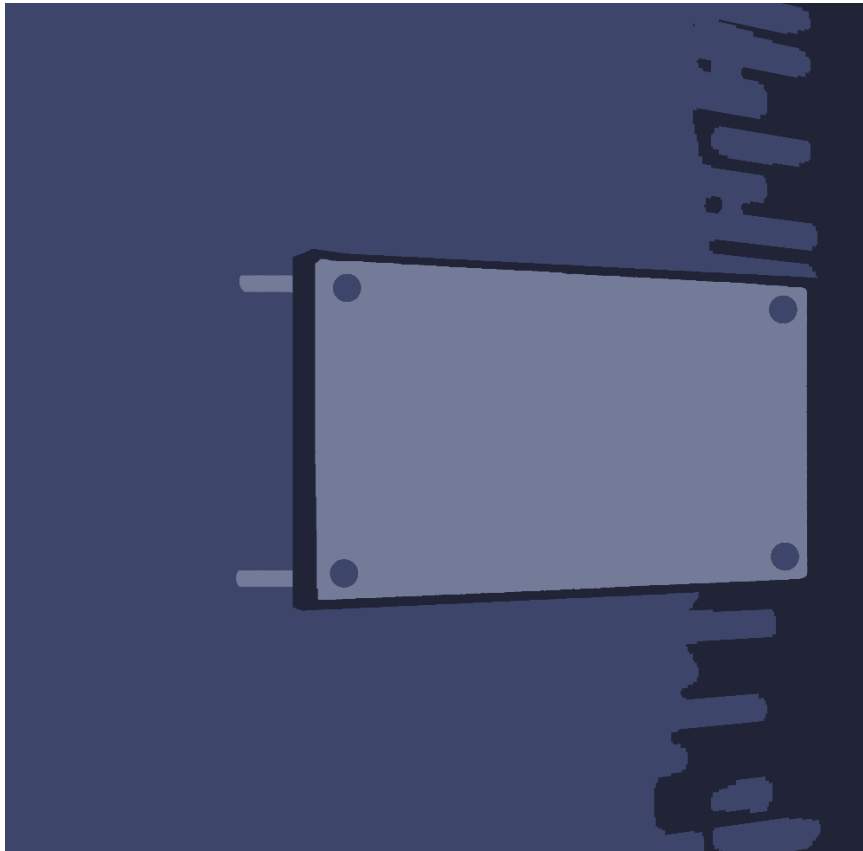
- b) dopuszcza się sytuowanie więcej niż jednej osi kompozycyjnej w przypadkach określonych w lit. a,
- c) w przypadku sytuowania szyldów różnych podmiotów w formie wolnostojącej lub nośników reklamy w formie wolnostojącej sytuowanych na tej samej nieruchomości: umieszczania ich na wspólnych tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych – w ramach dopuszczalnej liczby szyldów danego rodzaju – pylonu lub totemu, z tym zastrzeżeniem, że:
 - w przypadku sytuowania na pylonie obowiązuje zachowanie jednakowej szerokości szyldów,
 - w przypadku sytuowania na totemie dopuszcza się stosowanie różnych szerokości szyldów, z zachowaniem wspólnej osi pionowej,
 - w przypadku sytuowania tabliczek kierunkowych obowiązuje zachowanie tych samych gabarytów powierzchni ekspozycyjnych oraz sytuowanie na wspólnej konstrukcji, z tym zastrzeżeniem, że takich konstrukcji może być kilka, o ile będą sytuowane w odległości minimum 50 m od siebie;

SYTUOWANIE ZBIORCZE



- 41) **szyldzie** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 977);
- 42) **tablicy reklamowej** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 977);
- 43) **tabliczce kierunkowej** – należy przez to rozumieć ujednoliconą, niewielką tablicę reklamową, wskazującą kierunek dotarcia do reklamowanej działalności;

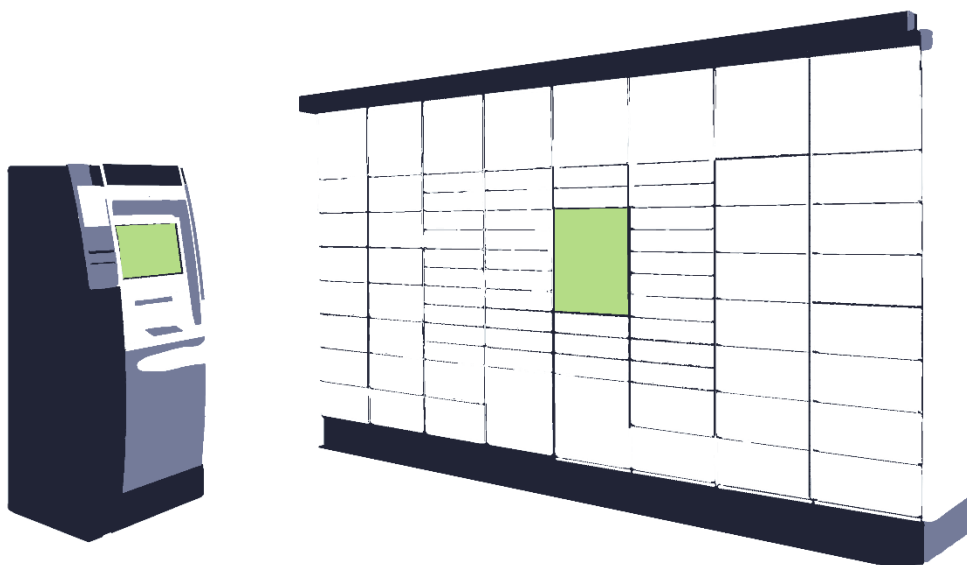
44) **tabliczce na dystansach** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową mocowaną do elewacji budynku za pomocą śrub dystansujących konstrukcję właściwą od elewacji;



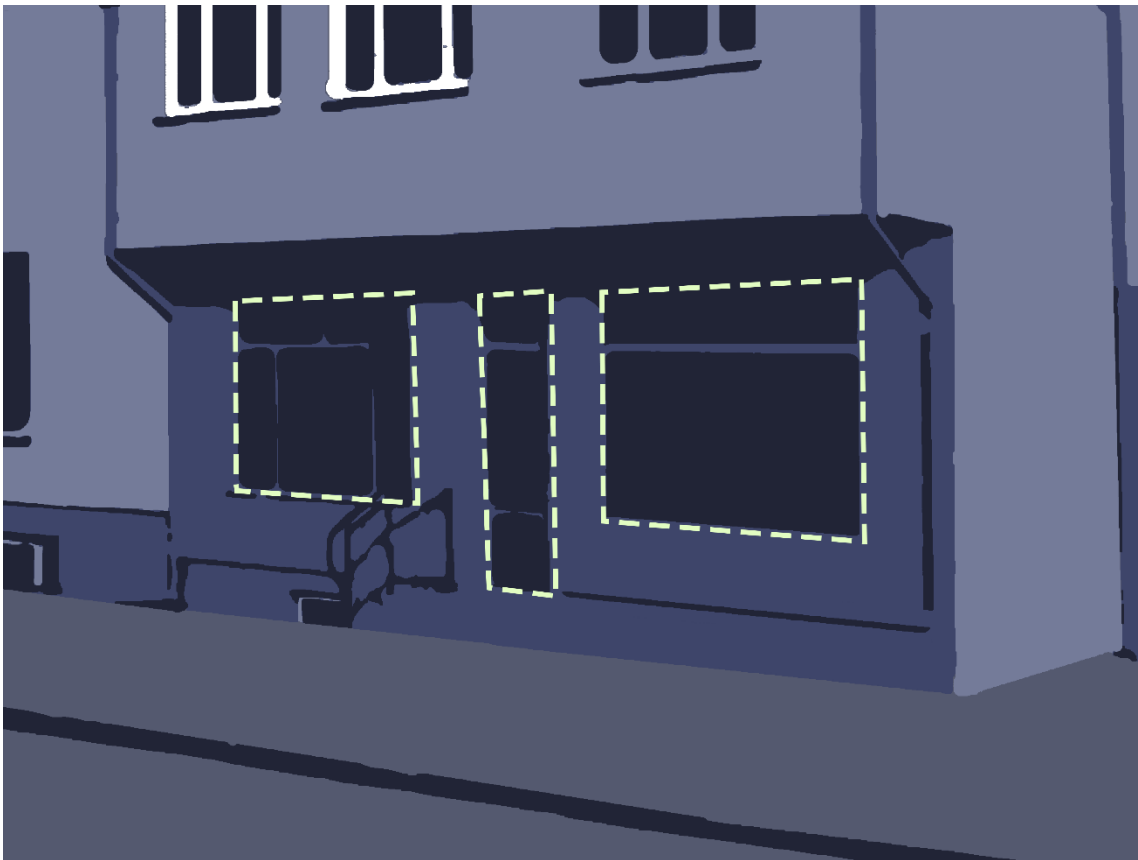
45) **totemie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie wolnostojącej, trwale związane z gruntem, w formie przestrzennego komponentu reklamowego na wysokim słupie, w tym o wielu powierzchniach ekspozycyjnych, skierowanych w różnych kierunkach, sytuowanych na tej samej wysokości i posiadających jednakową wysokość; w przypadku sytuowania zbiorczego, sytuowanie powierzchni ekspozycyjnych na tej samej wysokości oraz posiadających tę samą wysokość dotyczy powierzchni ekspozycyjnych będących szyldem jednej działalności – kolejne działalności mogą posiadać powierzchnie ekspozycyjne na innych wysokościach na tej samej konstrukcji zbiorczej;



46) **urządzeniu automatycznym** – należy przez to rozumieć obiekt znajdujący się poza budynkami i tymczasowymi obiektami budowlanymi, umożliwiający zdalne dostarczanie usług oraz pełną lub częściową samoobsługę klienta, w szczególności: bankomaty, automaty z żywnością, paczkomaty, lodówki z żywnością, panele i stacje dostarczające usługi transportowe;



- 47) **urządzeniu reklamowym** – należy przez to rozumieć pojęcie określone w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 977);
- 48) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno lub okna, w tym szczególnie okna wystawowe, a także drzwi lokalu użytkowego służące szczególnie ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, łącznie z przestrzenią otworu okiennego lub drzwiowego ograniczoną grubością ściany i krawędziami tego otworu;



- 49) **wysokim standardzie jakościowym** – należy przez to rozumieć:
- a) zachowanie ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej elementów konstrukcyjnych,
 - b) brak ubytków w materiale konstrukcji i materiale wykończeniowym konstrukcji,
 - c) brak występowania rdzy na elementach metalowych,
 - d) zapewnienie odpowiedniego naciągu reklam wykonanych na materiałach miękkich, przez co rozumie się zachowanie jednej płaszczyzny powierzchni ekspozycyjnej tablic reklamowych, bez wybrzuszeń, dziur i zagięć.

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

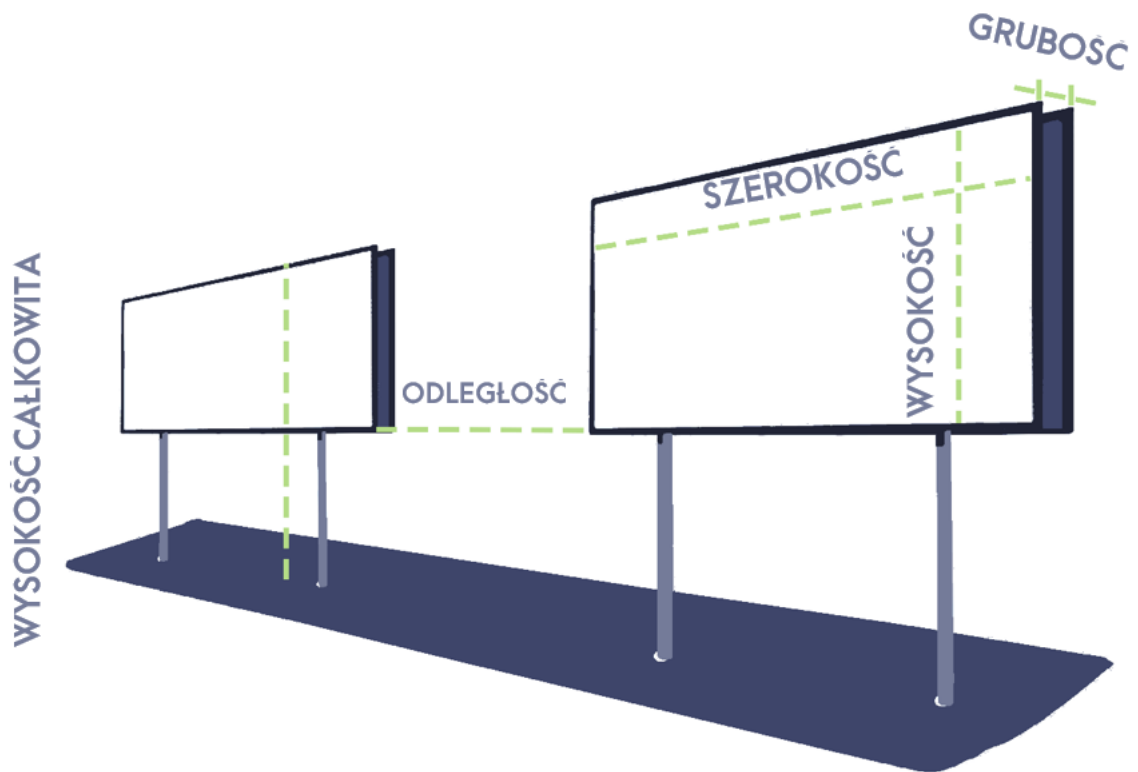
- 1) **budynek, budowla obiekt budowlany i tymczasowy obiekt budowlany, obiekt małej architektury** – zgodnie z przepisami z zakresu prawa budowlanego;
- 2) **skrzyżowanie** – zgodnie z przepisami z zakresu prawa o ruchu drogowym;
- 3) **pas drogowy** – zgodnie z przepisami z zakresu dróg publicznych.

3. Uchwała Krajobrazowa nie narusza przepisów odrębnych, w szczególności:

- 1) przepisów ochrony przyrody, w tym związanych z ochroną następujących form ochrony przyrody:
 - a) obszar Natura 2000 Dolina Dolnego Bugu PLB 140001,
 - b) obszar Natura 2000 Dolina Liwca PLB 140002,
 - c) obszar Natura 2000 Puszcza Biała PLB 140007,
 - d) obszar Natura 2000 Ostoja Nadbużańska PLH 140011,
 - e) obszar Natura 2000 Ostoja Nadliwiecka PLH 140032,
 - f) obszar Natura 2000 Wydmy Lucynowsko - Mostowieckie PLH 140014,
 - g) pomniki przyrody oraz formy ochrony gatunkowej roślin, zwierząt i grzybów;
- 2) ochrony środowiska;
- 3) ochrony zabytków i opieki nad zabytkami;
- 4) prawa budowlanego;
- 5) prawa o ruchu drogowym;
- 6) transportu kolejowego;
- 7) informacji o projektach dofinansowanych z funduszy publicznych;
- 8) dotyczących prawa wyborczego.

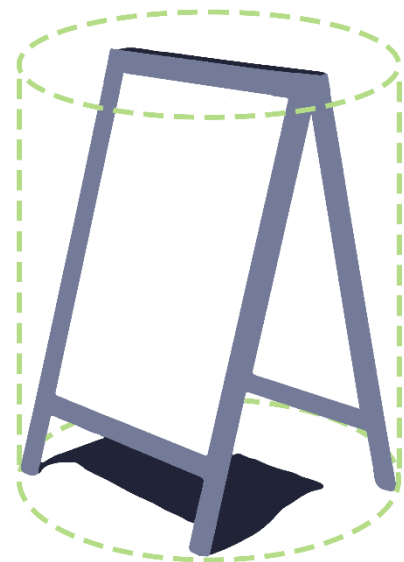
§4. 1. W odniesieniu do podawanych w Uchwale Krajobrazowej gabarytów, odległości i powierzchni wprowadza się następujące zasady:

- 1) dopuszcza się tolerancję wykonawczą lub błąd pomiaru +/- 5%;
- 2) wskazane w Uchwale Krajobrazowej odległości między tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, a innymi tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi lub budynkami, liczone są jako najkrótsze odcinki, łączące ich skrajne elementy;



- 3) gabaryty takie jak: szerokość, wysokość i grubość, podaje się w odniesieniu do największej powierzchni ekspozycyjnej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, gdzie:
 - a) szerokość jest gabarytem poziomym,
 - b) wysokość jest gabarytem pionowym,
 - c) grubość jest gabarytem prostopadłym względem największej powierzchni ekspozycyjnej;
- 4) wysokość sytuowania i wysokość całkowitą podaje się w odniesieniu do poziomego terenu, nawierzchni lub powierzchni gruntu, na których sytuowana jest tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, ogrodzenie lub obiekt małej architektury, na których są umieszczone bezpośrednio;
- 5) gabaryty, o których mowa w pkt 3 dotyczą elementów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, znajdujących się powyżej gruntu lub nawierzchni, na której się znajdują oraz poza licem muru, do którego są przytwierdzone;
- 6) powierzchnia ekspozycyjna, w wymienionych poniżej niestandardowych przypadkach, liczona jest w następujący sposób:

- a) jako powierzchnia prostokąta opisanego na skrajnych elementach danej tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego:
- dla tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w formie ażurowej, w tym dla układu rewersowego lub wklęsłego, gdzie bierze się pod uwagę gabaryty zewnętrzne pozostawionego elementu,
 - dla tablic reklamowych, których kształt jest inny niż prostokąt lub koło,
 - dla szyldów sytuowanych w jednym oknie lub drzwiach witryny,
- b) jako powierzchnia boczna walca, opisanego na skrajnych elementach urządzenia reklamowego, którego podstawa oparta jest na gruncie;



- 7) podane w uchwale gabaryty, w przypadku zastosowania formy dwustronnej lub wielostronnej, dotyczą odrębnie każdej z powierzchni ekspozycyjnych.

2. Powierzchnię ekspozycyjną traktuje się jako jeden szyld w przypadku:

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

3) szyldu w formie wolnostojącej, posiadającego powierzchnie ekspozycyjne skierowane w różne strony, jeśli zachowują identyczne gabaryty i wysokość sytuowania.

3. W przypadku realizacji obowiązku stosowania sytuowania zbiorczego dla szyldów w formie wolnostojącej:

- 1) dla pylonów: każda z działalności sytuuje maksymalnie 4 szyldy, zgodnie z §5 ust. 2 na pylonach w maksymalnej liczbie określonej w §11;
- 2) dla totemów: wszystkie działalności sytuują swoje szyldy w ramach jednego dopuszczonego totemu zgodnie z §5, zaś pozostałe maksymalnie 3 szyldy, dopuszczone zgodnie z §17 ust. 2, sytuują w ramach innych szyldów wolnostojących.

4. Dla szyldów sytuowanych według zasady sytuowania zbiorczego w ramach pylonu lub totemu obowiązują powierzchnie ekspozycyjne, określone odpowiednio w §11 i §17, dla wszystkich szyldów łącznie.



Rozdział III

Zasady i warunki sytuowania szyldów, ich gabaryty oraz liczba szyldów dla każdej działalności, prowadzonej na nieruchomości.

§5. 1. Określa się maksymalną łączną liczbę szyldów dla każdej z działalności prowadzonej na danej nieruchomości do 6, w tym nie więcej niż wskazane poniżej maksymalne liczby szyldów na różnych elementach zagospodarowania:

- 1) 2 szyldy na każdej elewacji;
- 2) 4 szyldy będące reklamą naklejaną w witrynie lokalu użytkowego;
- 3) 1 szyld będący kasetonem, semaforem lub formą ażurową na jedną witrynę lokalu użytkowego;
- 4) 1 szyld na dachu;
- 5) 2 szyldy na budowli lub urządzeniu automatycznym;
- 6) 2 szyldy wolnostojące na każdy wjazd lub wyjazd na posesję;
- 7) 2 szyldy na ogrodzeniu.

PRZYKŁAD:



PRZYKŁAD:



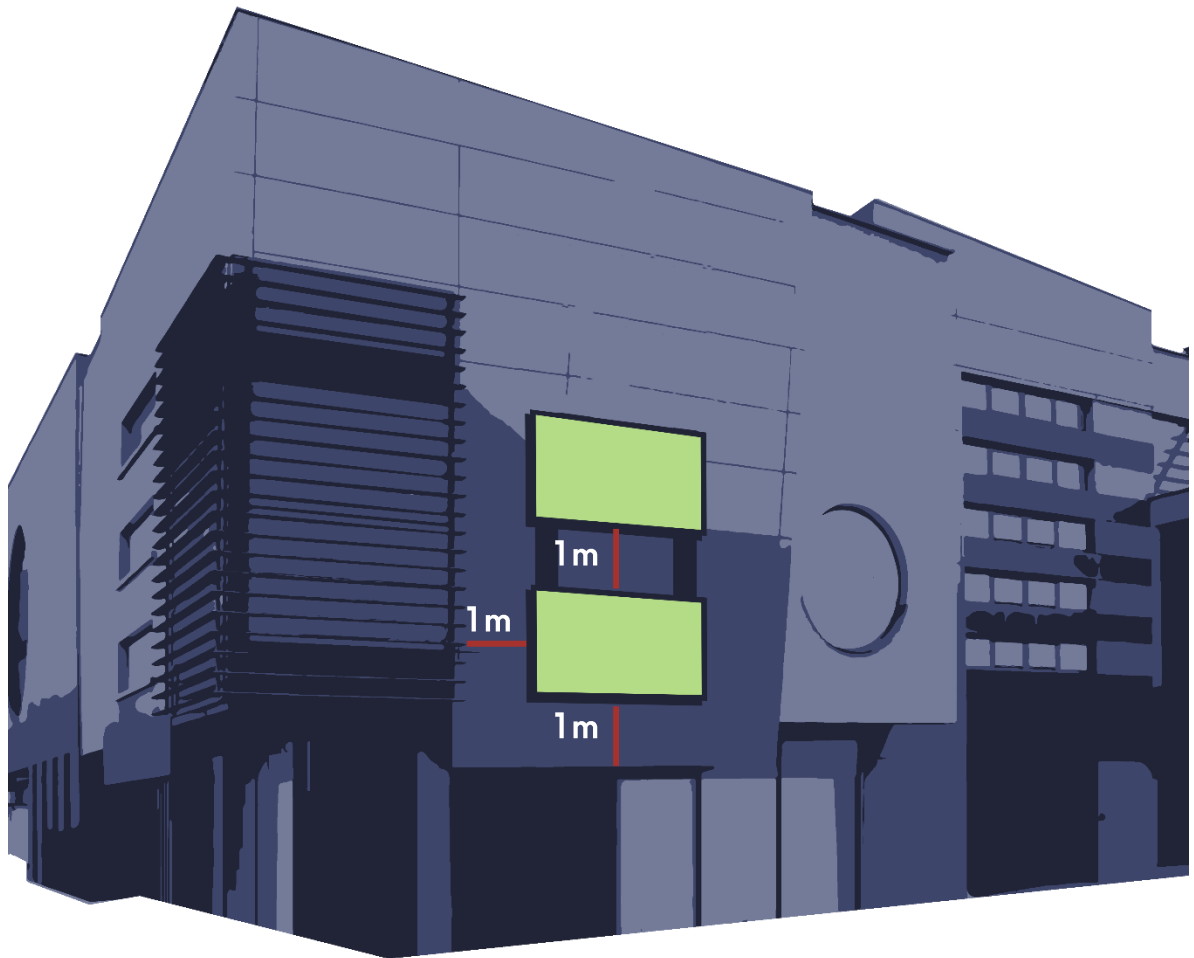
PRZYKŁAD:



2. **Warunkiem świecenia, oświetlania lub podświetlenia szyldów jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.**
3. **Dopuszcza się szyldy w ramach wyświetlaczy urządzeń automatycznych, o ile nie przekraczają formatu średniego.**

§6. Postanowienia dla billboardów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie dwa, z zastrzeżeniem §5;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) wyłącznie na budynku, z wyłączeniem elementów krajobrazu kulturowego,
 - b) z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1 m,
 - c) sytuowanie zbiorcze;
- 3) gabaryty: format średni, format standardowy lub format duży.



§7. Postanowienia dla flag reklamowych, będących szyldami:

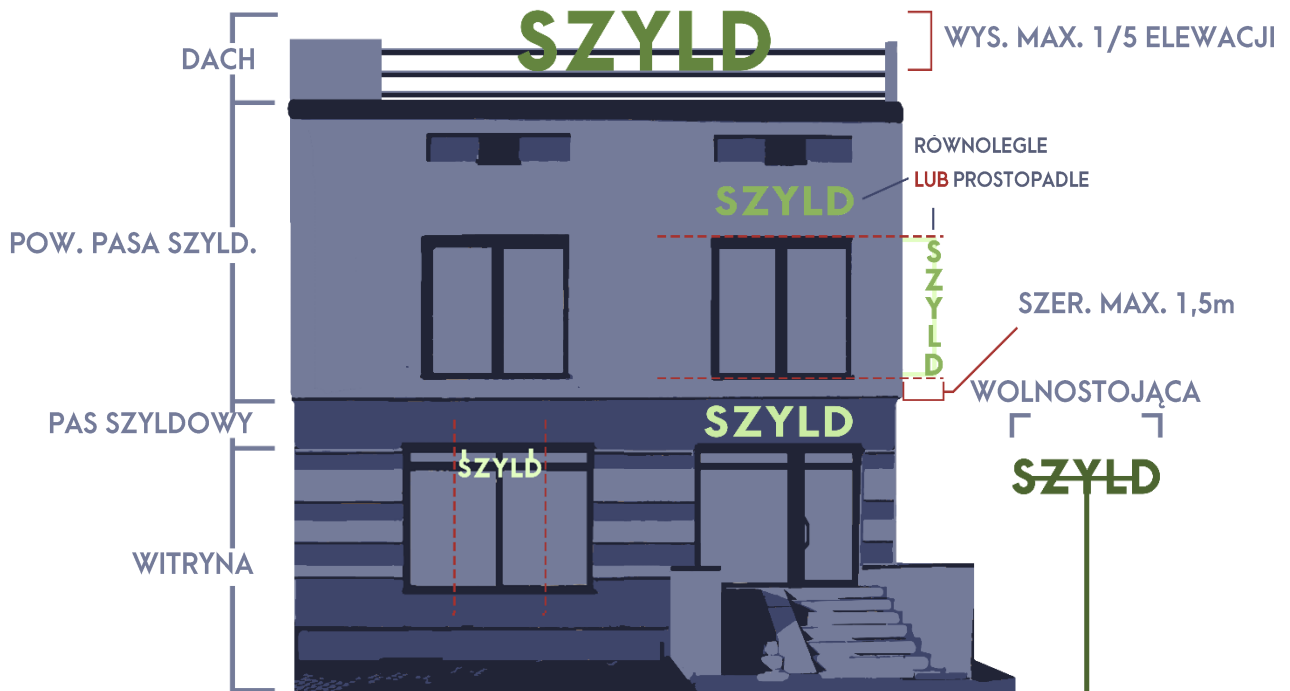
- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy, z zastrzeżeniem §5;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca,
 - b) warunek trwałego związania z gruntem,
 - c) poza elementami krajobrazu kulturowego,
 - d) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
 - e) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty: format średni lub format standardowy.



§8. Postanowienia dla form ażurowych, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §5:
 - a) w witrynie: maksymalnie dwa na każdej elewacji,
 - b) w pasie szyldowym: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
 - c) powyżej pasa szyldowego na elewacji: maksymalnie jeden,
 - d) na dachu: maksymalnie jeden,

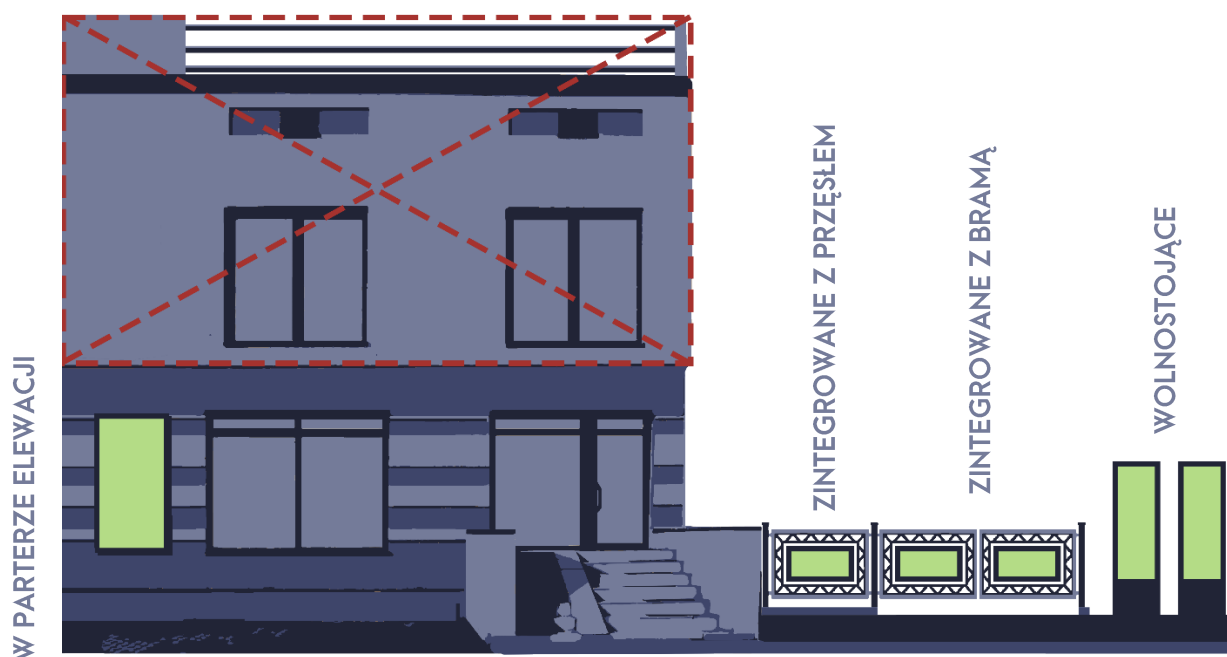
- e) w formie wolnostojącej: maksymalnie jeden;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
- a) w witrynie: z zachowaniem osi symetrii otworu okiennego,
 - b) w pasie szyldowym: w sposób niewykraczający poza granice pasa szyldowego,
 - c) powyżej pasa szyldowego na elewacji:
 - w przypadku sytuowania prostopadłego do elewacji obowiązuje sytuowanie w osi symetrii elewacji między otworami okiennymi lub istotnymi detalami architektonicznymi,
 - w przypadku sytuowania równoległego do elewacji obowiązuje sytuowanie zbiorcze,
 - d) na dachu:
 - dopuszcza się sytuowanie części szyldu, w tym elementów konstrukcyjnych lub powierzchni ekspozycyjnej, stanowiących nie więcej niż 40% jego powierzchni, na elewacji,
 - w przypadku sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego jedynie jako neon,
 - e) w formie wolnostojącej: warunkiem sytuowania jest brak widocznego fundamentu,
- 3) gabaryty:
- a) wysokość nie większa niż $\frac{1}{5}$ wysokości elewacji, najbliższej której się znajduje,
 - b) na nieruchomościach do 5000 m² obowiązuje format mały, format średni lub format standardowy, z zastrzeżeniem lit. c,
 - c) na nieruchomościach powyżej 5000 m² dopuszcza się dodatkowo format duży,
 - d) dla formy wolnostojącej oraz sytuowania na dachu dopuszcza się format duży lub format dominujący,
 - e) w przypadku sytuowania powyżej pasa szyldowego na elewacji, prostopadle do niej: szerokość maksymalnie 1,5 m.



§9. Postanowienia dla gablot ekspozycyjnych, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, zgodnie z §5:
 - a) w przypadku sytuowania na budynku: maksymalnie trzy na każdej elewacji,
 - b) dla formy wolnostojącej: maksymalnie cztery,
 - c) w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia: maksymalnie jeden na przęsło oraz dwa zintegrowane z bramą;
- 2) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania na budynku:
 - a) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - b) poniżej pasa szyldowego lub w poziomie parteru elewacji, w której pas szyldowy nie występuje,
 - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - d) sytuowanie zbiorcze;
- 3) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:
 - a) zachowanie smukłej proporcji,
 - b) zachowanie formy zwartej,
 - c) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia:

- a) wykonane jako element stały, wkomponowany w przęsło,
 - b) wykonane jako element stały, wkomponowany w skrzydło bramy lub jako jej zwieńczenie;
- 5) gabaryty dla formy wolnostojącej: format mały, format średni lub format standardowy;
- 6) gabaryty w przypadku sytuowania na budynku: format średni;
- 7) gabaryty w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia:
 - a) wkomponowany w przęsło: format mały,
 - b) zintegrowany z bramą: format mały lub format średni.



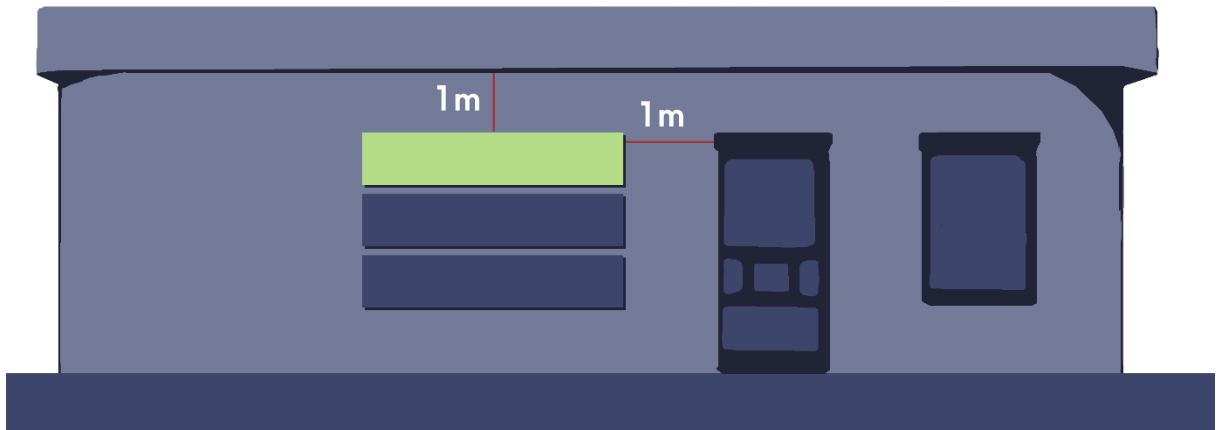
§10. Postanowienia dla kasetonów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, zgodnie z §5:
 - a) maksymalnie jeden na każdej elewacji,
 - b) maksymalnie jeden na jedną witrynę w przypadku braku sytuowania kasetonu na elewacji;
 - c) maksymalnie jeden na dachu;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w pasie szyldowym, w sposób niewykraczający poza granice pasa szyldowego,



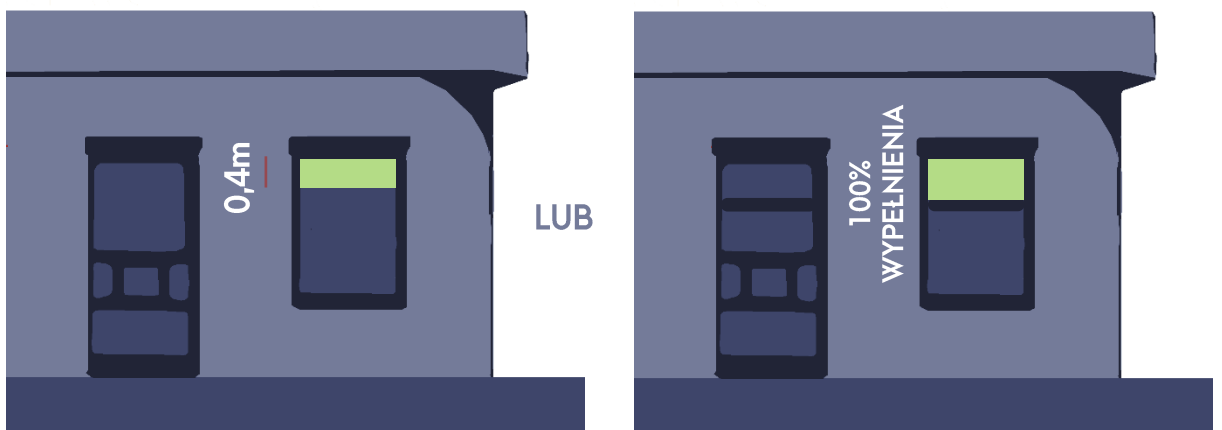
b) poniżej pasa szyldowego:

- z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1 m,
- obowiązuje sytuowanie zbiorcze,
- poza witrynami i oknami,



c) w witrynach:

- w sposób wypełniający 100% powierzchni szklenia naświetla witryny lub jej górnej części, oddzielonej od dolnej części witryny szprosem lub ramą okienną,
- w przypadku gdy powyższy element nie występuje ogranicza się maksymalną wysokość do 0,4 m wysokości,



- d) na dachach budynków parterowych, budowli do i tymczasowych obiektów budowlanych, przy łącznym zachowaniu warunków:
- wyłącznie na dachach płaskich,
 - zachowując szerokość równą szerokości elewacji,
 - obowiązuje sytuowanie zbiorcze,

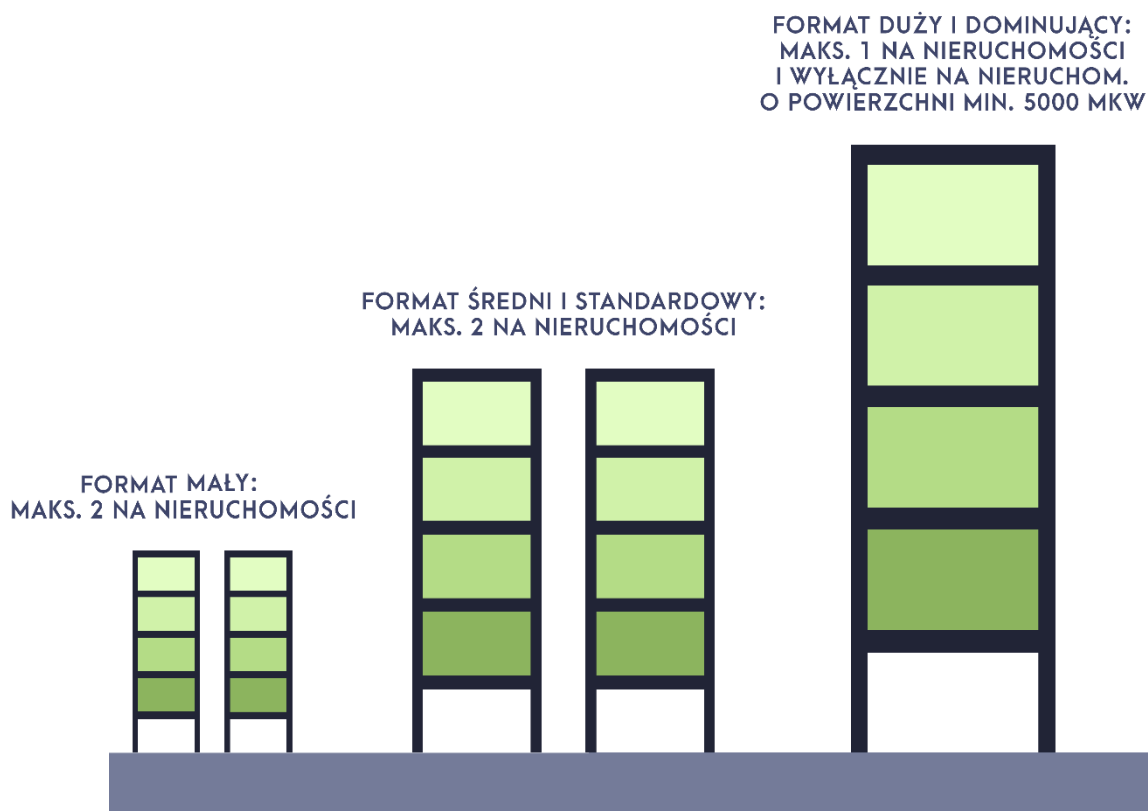


- e) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
- 3) gabaryty:
- a) obowiązuje format mały, format średni, format standardowy lub format duży,
 - b) dopuszcza się format duży wyłącznie w przypadku sytuowania zbiorczego.

§11. Postanowienia dla pylonów, będących sztyldami:

- 1) liczba sztyldów i gabaryty dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §5, łącznie:
- a) formatu małego – maksymalnie dwa,
 - b) formatu średniego lub standardowego – maksymalnie dwa,
 - c) formatu dużego lub dominującego – maksymalnie jeden, wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni 5000 m²;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
- a) zachowanie smukłej proporcji,
 - b) zachowanie formy zwartej,
 - c) sytuowanie zbiorcze,

- d) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty:
- a) na nieruchomościach do 5000 m² obowiązuje format mały, format średni, format standardowy lub format duży,
 - b) na nieruchomościach powyżej 5000 m² obowiązuje format mały, format średni, format standardowy, format duży lub format dominujący,
 - c) dopuszcza się format duży lub format dominujący wyłącznie w przypadku sytuowania zbiorczego.



§12. Postanowienia dla reklamy naklejanej, będącej szyldem:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §5:
 - a) maksymalnie dwa na otwór okienny lub drzwiowy,
 - b) maksymalnie dwa na urządzenie automatyczne lub budowlę;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w witrynach,
 - b) na urządzeniach automatycznych lub budowlach;

3) gabaryty:

a) w witrynach:

- w przypadku formy ażurowej format mały lub format średni,
- w pozostałych przypadkach format mały,

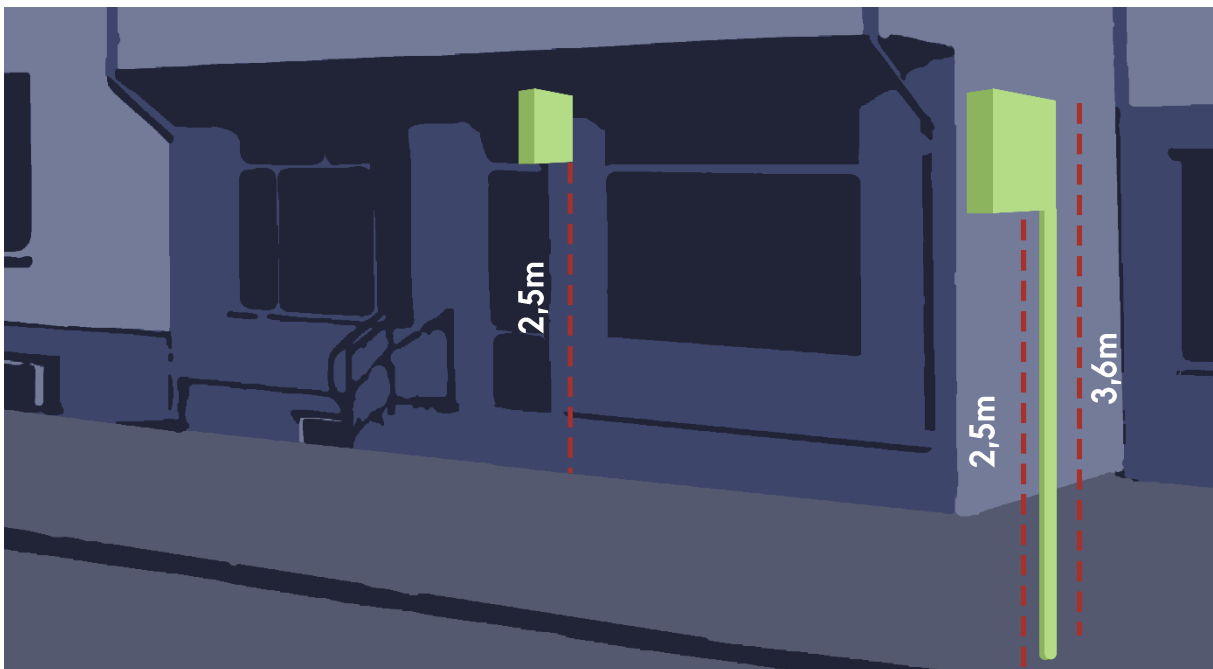
b) na urządzeniach automatycznych lub budowlach: format mały lub format średni.



§13. Postanowienia dla semaforów, będących szyldami:

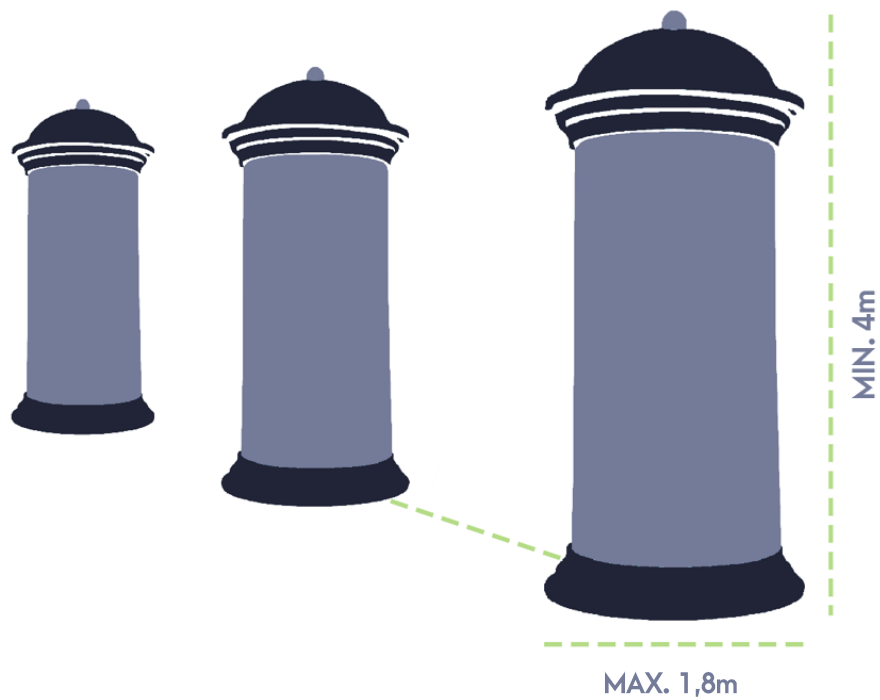
- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości, z zastrzeżeniem §5:
 - a) maksymalnie jeden na każdej elewacji,
 - b) maksymalnie jeden, zintegrowany z kasetonem w witrynie;
 - c) maksymalnie jeden w formie wolnostojącej;
- 2) zasady i warunki sytuowania na elewacji:
 - a) w pasie szyldowym lub poniżej;
 - b) dolna krawędź semafora minimalnie na wysokości 2,5 m,

- c) forma dwustronna;
- 3) zasady i warunki sytuowania w witrynie:
 - a) w sposób zintegrowany z kasetonem, znajdującym się w witrynie, co rozumie się poprzez zachowanie tej samej wysokości semaforu i kasetonu oraz ich trwałe połączenie;
 - b) dolna krawędź semafora minimalnie na wysokości 2,5 m; w przypadku, gdy takie sytuowanie koliduje z literą a semafor należy umieścić ponad górną krawędzią witryny;
- 4) zasady i warunki sytuowania w formie wolnostojącej:
 - a) dolna krawędź semafora minimalnie na wysokości 2,5 m,
 - b) forma dwustronna;
- 5) gabaryty:
 - a) powierzchnia ekspozycyjna: format mały,
 - b) wysokość konstrukcji w formie wolnostojącej: maksymalnie 3,6 m.



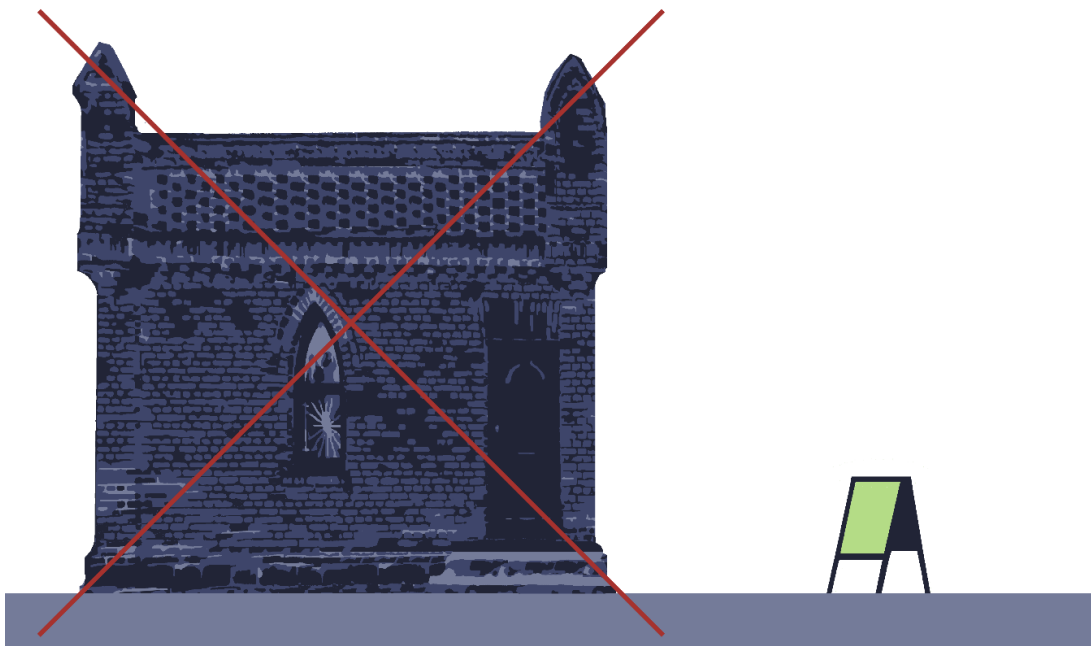
§14. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, będących szyldami;

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie dwa, z zastrzeżeniem §5;
- 2) zasady i warunki sytuowania: zachowanie swobody przejścia ciągiem pieszym lub pieszo-rowerowym, przy którym jest sytuowany, wynoszącej minimum 2 m;
- 3) gabaryty maksymalne: wysokość 4 m, średnica 1,8 m.



§15. Postanowienia dla stojaków reklamowych, będących szyldem:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden, z zastrzeżeniem §5;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) gabaryty: format mały.



§16. Postanowienia dla tabliczek na dystansach, będących szyldami:

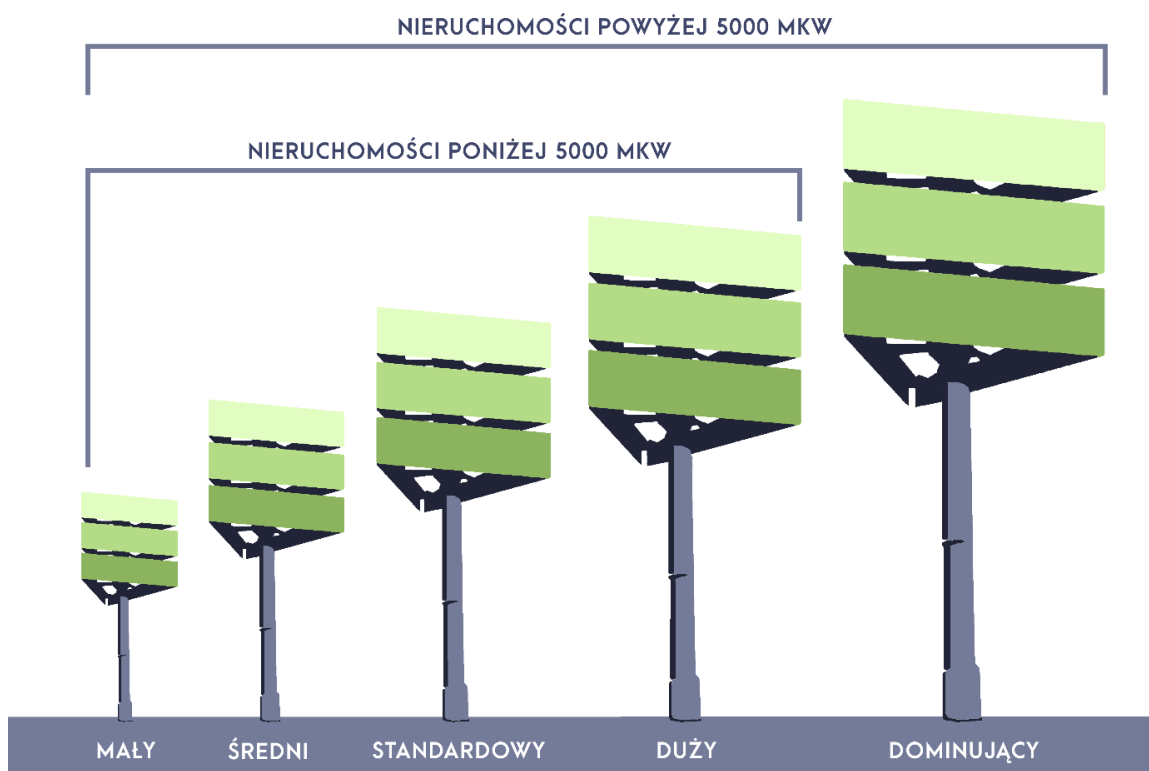
- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji, z zastrzeżeniem §5;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w pasie szyldowym lub poniżej pasa szyldowego,
 - b) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld,
 - d) obowiązuje sytuowanie zbiorcze w obrębie jednej elewacji;
- 3) gabaryty: format mały lub format średni.



§17. Postanowienia dla totemów, będących szyldem:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden, z zastrzeżeniem §5;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) sytuowanie zbiorcze,

- b) zachowanie smukłej proporcji,
 - c) dopuszcza się formę wielostronną;
- 3) gabaryty:
- a) na nieruchomościach do 5000 m² obowiązuje format mały, format średni, format standardowy lub format duży,
 - b) na nieruchomościach powyżej 5000 m² obowiązuje format mały, format średni, format standardowy, format duży lub format dominujący.



§18. Postanowienia dla tablic reklamowych niezaliczanych do żadnego z rodzajów tablic reklamowych zdefiniowanych w niniejszej uchwale, będących szyldami:

- 1) dopuszcza się sytuowanie na budynku, zgodnie z następującymi zasadami i warunkami sytuowania oraz liczbą:
 - a) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden , z zastrzeżeniem §5,
 - b) sytuowanie zbiorcze,
 - c) w pasie szyldowym lub poniżej pasa szyldowego,

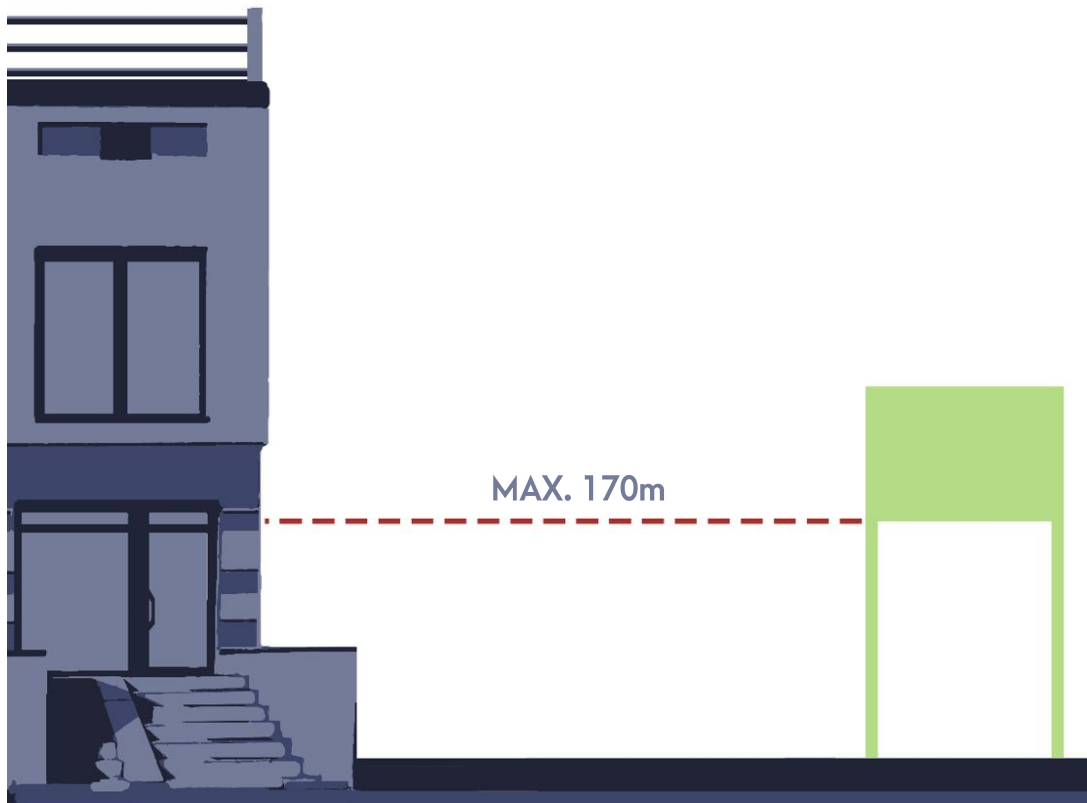
- d) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich,
 - e) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie szyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających szyld;
- 2) dopuszcza się sytuowanie w formie wolnostojącej, zgodnie z następującymi zasadami i warunkami sytuowania oraz liczbą:
- a) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden, z zastrzeżeniem §5,
 - b) sytuowanie zbiorcze,
 - c) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) dopuszcza się sytuowanie na ogrodzeniu, zgodnie z następującymi zasadami i warunkami sytuowania oraz liczbą:
- a) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden, z zastrzeżeniem §5,
 - b) symetrycznie względem przęsła ogrodzenia,
 - c) sytuowanie zbiorcze,
- 4) gabaryty:
- a) na budynku obowiązuje format mały lub format średni,
 - b) na ogrodzeniu obowiązuje format mały.



Rozdział IV

**Zasady i warunki sytuowania nośników reklamy,
ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich
mogą być wykonane.**

§19. 1. Zakazuje się sytuowania nośników reklamy w odległości przekraczającej 170 m od najbliższego budynku sytuowanego po tej samej stronie ulicy.

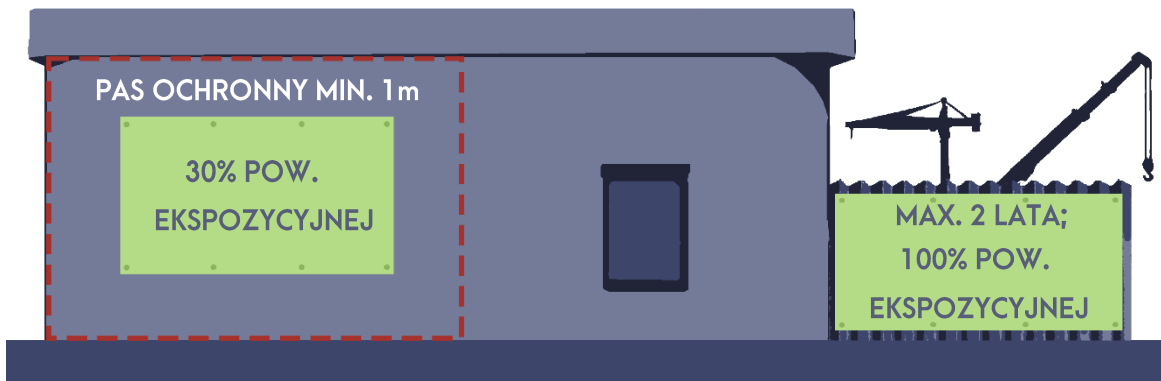


- 2. Warunkiem świecenia, oświetlenia lub podświetlenia nośników reklamy jest zastosowanie światła o stałej temperaturze i natężeniu.**
- 3. Dopuszcza się sytuowanie nośników reklamy w ramach wyświetlaczy będących równocześnie szyldami urządzeń automatycznych o ile nie przekraczają one formatu małego i spełniają standard wyświetlania.**

§20. Postanowienia dla banerów, będących nośnikami reklamy:

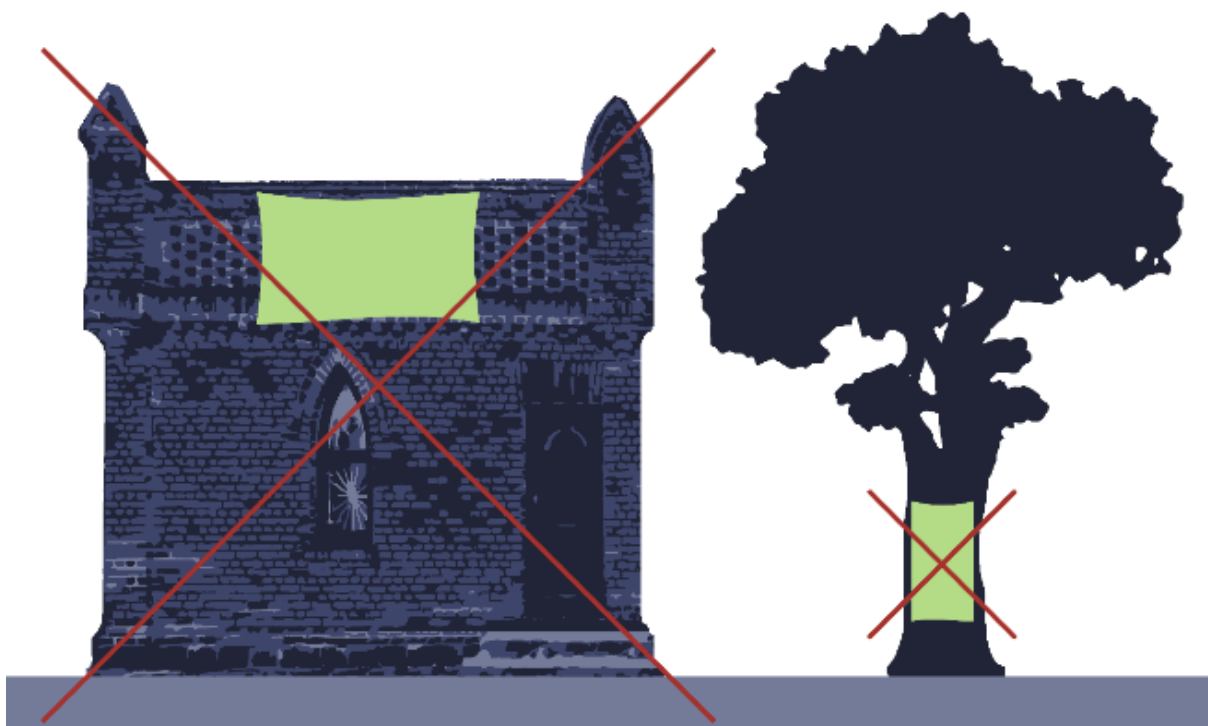
- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) dopuszcza się sytuowanie, z zastrzeżeniem lit. b:

- na elewacjach, posiadających maksymalnie jedno okno lub przeszklone drzwi, z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1m,
 - na ogrodzeniach placu budowy oraz rusztowaniach, związanych z robotami budowlanymi, wyłącznie na czas trwania tych robót, nie dłużej jednak niż na okres dwóch lat z pięcioletnią przerwą między sytuowaniem,
- b) na elementach krajobrazu kulturowego dopuszcza się sytuowanie wyłącznie na ogrodzeniach placu budowy oraz rusztowaniach, związanych z robotami budowlanymi, wyłącznie na czas trwania tych robót, nie dłużej jednak niż na okres dwóch lat z pięcioletnią przerwą między sytuowaniem,
- c) gabaryty:
- ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% ściany, na której jest sytuowany,
 - w przypadku sytuowania na ogrodzeniu budowy lub rusztowaniach dopuszcza się powierzchnię ekspozycyjną do 100% powierzchni ogrodzenia lub siatki zabezpieczającej rusztowanie;
- 2) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
- 3) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal.



2. Postanowienia dla banerów, będących reklamą okolicznościową lub wyborczą:

- 1) zasady i warunki sytuowania – zakaz sytuowania:
 - a) na elementach krajobrazu kulturowego,
 - b) na drzewach;
- 2) gabaryty: format mały, format średni, format standardowy lub format duży;
- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne i metal.



§21. Postanowienia dla billboardów, będących nośnikami reklamy:

1) zasady i warunki sytuowania:

a) forma wolnostojąca,

b) obowiązują następujące odległości minimalne:

- od granicy działki ewidencyjnej, na której się znajdują – 3 m,
- od budynku – 5 m,
- od ogrodzenia nieruchomości, na której się znajdują – 3 m,

c) zakaz sytuowania:

- na elementach krajobrazu kulturowego,
- na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
- w granicach działek ewidencyjnych o powierzchni mniejszej niż 5000 m²;

2) gabaryty:

a) format standardowy, format duży lub format dominujący, z zastrzeżeniem lit. b,

b) określa się dopuszczalne wymiary powierzchni ekspozycyjnej (szerokość i wysokość powierzchni ekspozycyjnej):

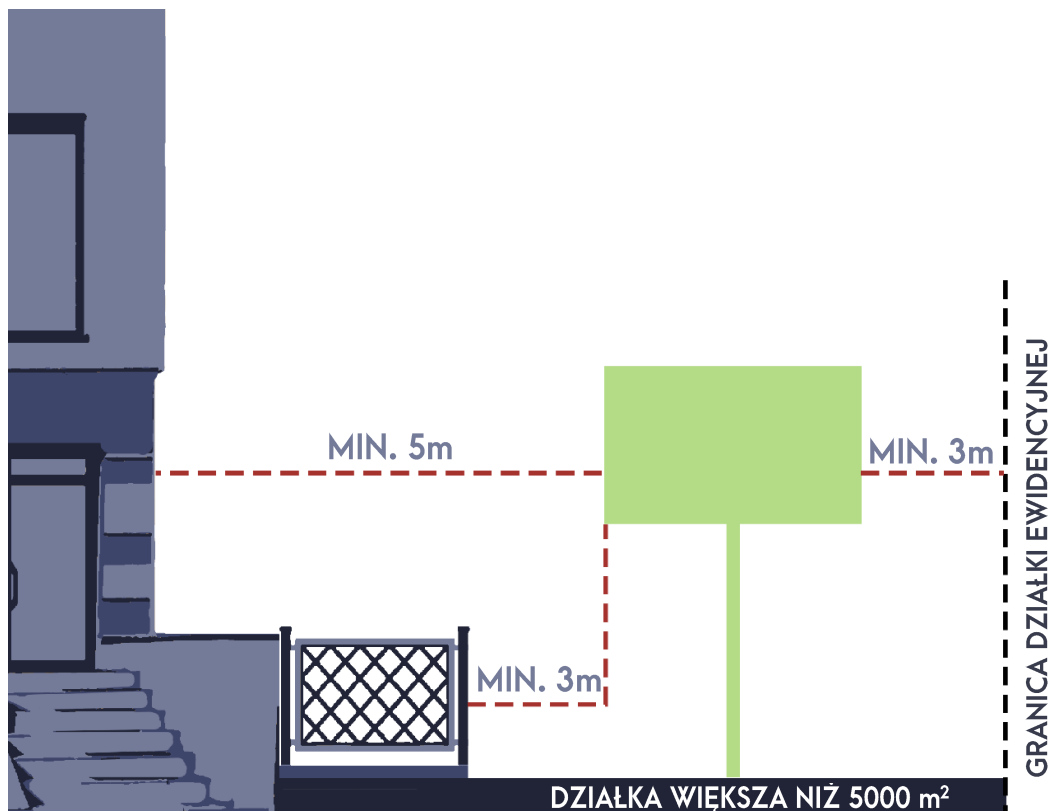
- 3x2 m,
- 3,54x2,47 m,
- 5,04x2,38 m,
- 6x3 m;

3) standardy jakościowe:

- a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
- b) obowiązuje standard posadowienia,
- c) obowiązuje sytuowanie na pojedynczym słupie konstrukcyjnym,
- d) dopuszcza się formę dwustronną lub wielostronną,
- e) dopuszcza się sytuowanie reklam umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej:
 - przewijaną,
 - wyświetlaną, przy zachowaniu standardu wyświetlania, wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 5000 m²;

4) rodzaje materiałów budowlanych:

- a) konstrukcja: metal i beton,
- b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.



§22. Postanowienia dla flag reklamowych, będących nośnikami reklamy:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca,
 - b) jedynie jako reklama okolicznościowa lub reklama wyborcza,
 - c) zachowanie smukłej proporcji;
- 2) gabaryty: format średni lub format standardowy;
- 3) standardy jakościowe: dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal i beton,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: tworzywo sztuczne.

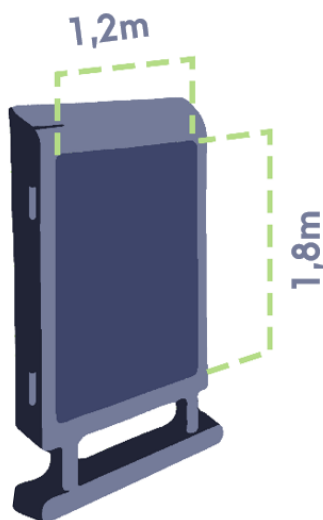


JEDYNIJE JAKO REKLAMA OKOLICZNOŚCIOWA LUB WYBORCZA

§23. Postanowienia dla gablot ekspozycyjnych, będących nośnikami reklamy:

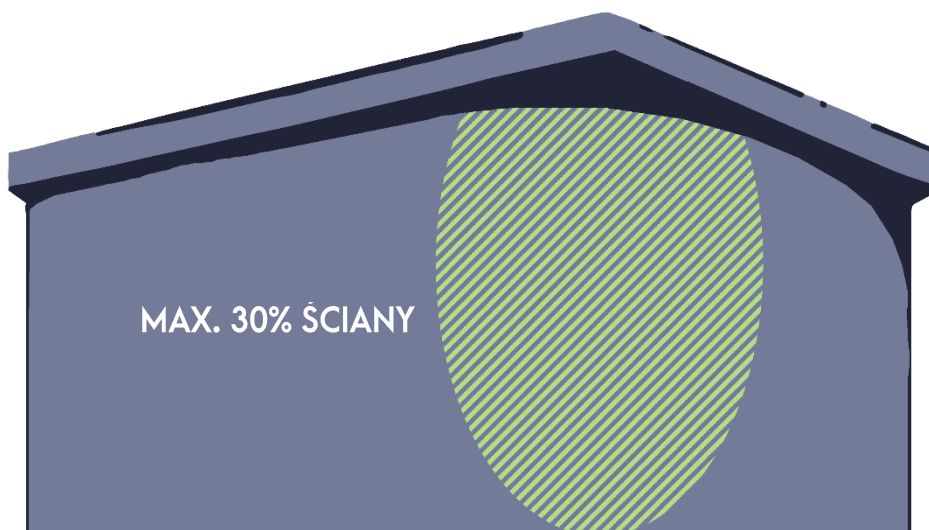
- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca lub zintegrowana z wiatą przystankową;
- 2) gabaryty: format standardowy, z tym zastrzeżeniem, że określa się ściśle wymiary powierzchni ekspozycyjnej: szerokość 1,2 m i wysokość 1,8 m;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną,
 - c) dopuszcza się sytuowanie reklam umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej: przewijaną i wyświetlaną, przy zachowaniu standardu wyświetlania;

- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
- a) konstrukcja: metal, szkło i beton,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne.



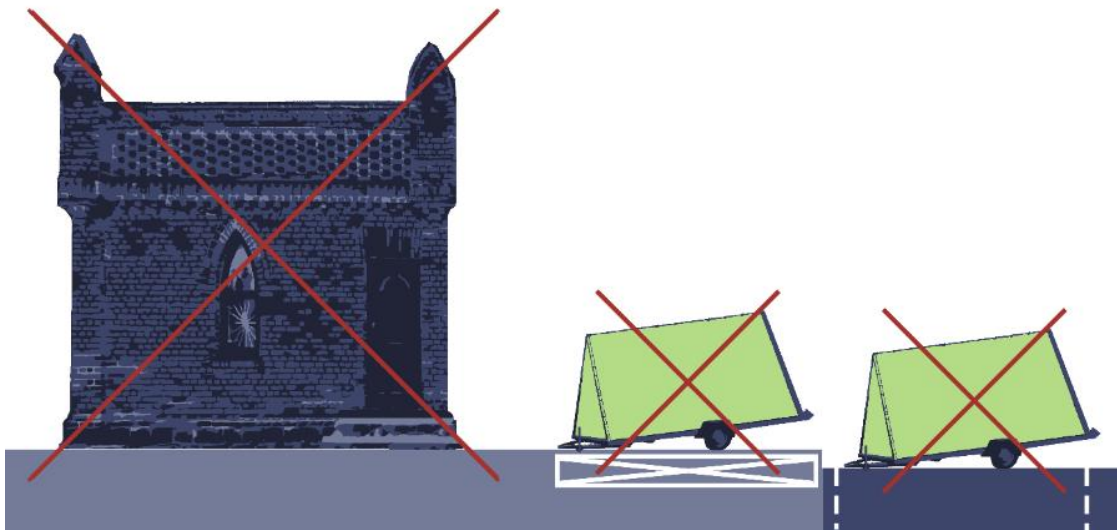
§24. Postanowienia dla murali reklamowych, będących nośnikami reklamy:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) zakazuje się sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego,
 - b) na elewacjach nieposiadających otworów okiennych,
 - c) mural reklamowy powinien obejmować całą ścianę, na której jest naniesiony,
- 2) gabaryty: ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% ściany, na której jest naniesiony;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: powłoka malarska.



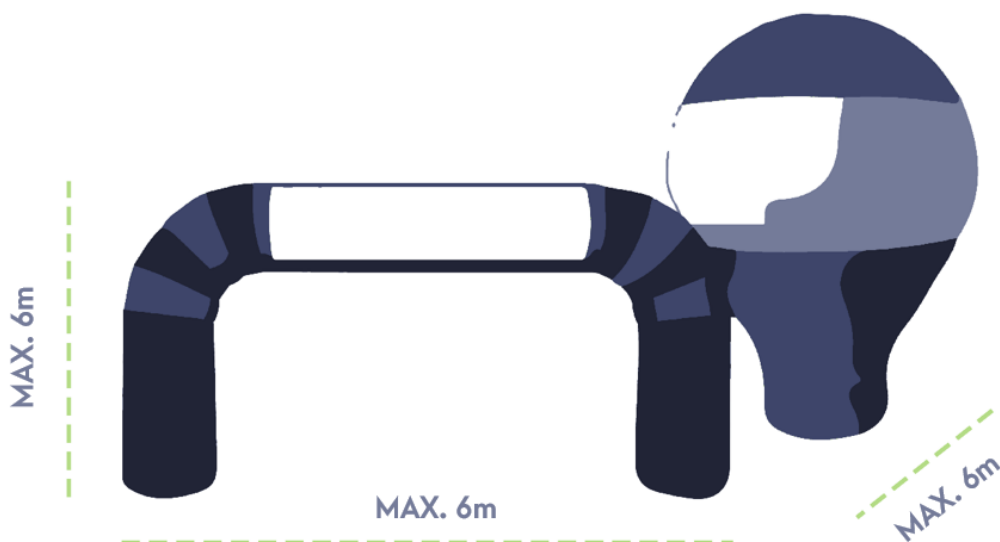
§25. Postanowienia dla przyczep reklamowych, będących nośnikami reklamy:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) jedynie jako reklama okolicznościowa lub reklama wyborcza;
 - b) zakaz sytuowania:
 - na miejscach parkingowych,
 - w pasach drogowych,
 - na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
- 2) gabaryty: format duży;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) wysoki standard jakościowy,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal, guma.



§26. Postanowienia dla reklamy pneumatycznej, będących nośnikami reklamy:

- 1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie jako reklama okolicznościowa, z wyłączeniem reklamy wyborczej;
- 2) gabaryty: maksymalnie 6 m szerokości na 6 m grubości na 6 m wysokości;
- 3) standardy jakościowe: dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) materiały budowlane: tworzywo sztuczne, metal.



§27. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, będących nośnikami reklamy:

- 1) gabaryty maksymalne: wysokość 4 m, średnica 1,8 m;
- 2) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) dopuszcza się reklamy umożliwiające bieżącą zmianę informacji wizualnej, przy zachowaniu standardu wyświetlania;
- 3) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal, szkło i beton,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: papier lub tworzywo sztuczne dla reklamy wyświetlanej.



§28. Postanowienia dla stojaków reklamowych, będących nośnikami reklamy:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) zakaz sytuowania na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
 - b) obowiązuje zapewnienie bezpieczeństwa użytkowania oraz zapewnienia dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 2 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się,
 - c) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie 5 m od głównego wejścia do reklamowanej działalności;
- 2) gabaryty: format mały;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) dopuszcza się formę dwustronną;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal lub drewno,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: farba lub kreda.



§29. 1. Postanowienia dla tablic reklamowych niezaliczanych do żadnego z rodzajów tablic reklamowych zdefiniowanych w niniejszej uchwale, będących nośnikami reklamy:

1) zasady i warunki sytuowania:

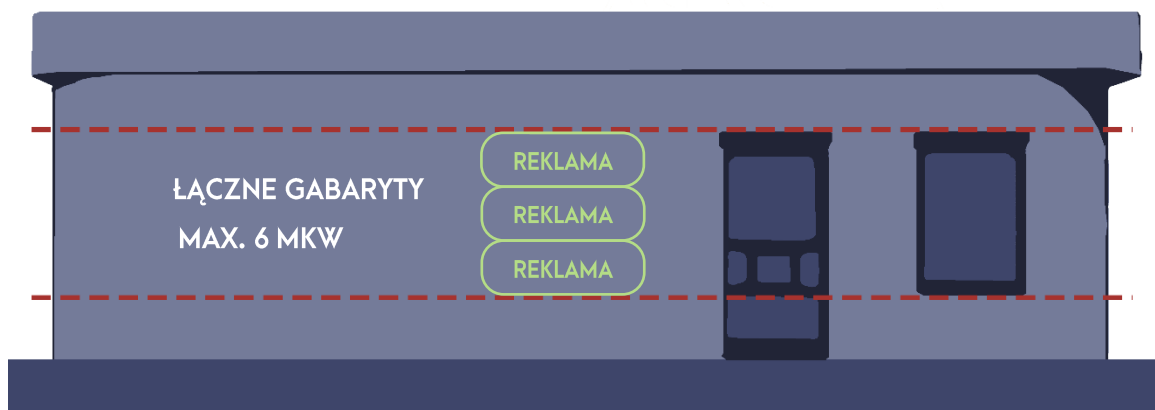
- a) sytuowanie na budynku na ścianach posiadających nie więcej niż 3 otwory okienne,
- b) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub styecznie względem nich,
- c) w zakresie tablic sytuowanych na jednej ścianie – zachowanie jednakowych gabarytów dla wszystkich tablic reklamowych oraz umieszczenie ich w jednym rzędzie lub w jednym wierszu,
- d) zakazuje się sytuowania w świetle otworów okiennych i na istotnych detalach architektonicznych;

2) gabaryty:

- a) format mały, średni lub standardowy;
- b) łącznie gabaryty powierzchni ekspozycyjnych sytuowanych na jednej ścianie nie mogą przekroczyć 6 m²;

3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy,

4) rodzaje materiałów budowlanych: metal lub tworzywo sztuczne.



2. Postanowienia dla tablic reklamowych niezaliczanych do żadnego z rodzajów tablic reklamowych zdefiniowanych w niniejszej uchwale, będących reklamą wyborczą:

- 1) zasady i warunki sytuowania – zakaz sytuowania:
 - a) na elementach krajobrazu kulturowego,
 - b) na drzewach;
- 2) gabaryty: format mały, format średni, format standardowy lub format duży;
- 3) standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: papier, drewno, beton, tworzywo sztuczne i metal.

§30. Postanowienia dla tabliczek kierunkowych, będących nośnikami reklamy:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca,
 - b) sytuowanie zbiorcze;
 - c) zakaz sytuowania:
 - na elementach krajobrazu kulturowego,
 - na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego,
- 2) gabaryty: format mały;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - b) obowiązuje standard posadowienia,
 - c) dopuszcza się formę dwustronną,
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal i drewno,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: metal lub malowane drewno.

§31. W zakresie reklamy okolicznościowej, w tym reklamy wyborczej, dopuszcza się ją również na zasadach i warunkach, wskazanych w §20 - §29 ustęp 1.

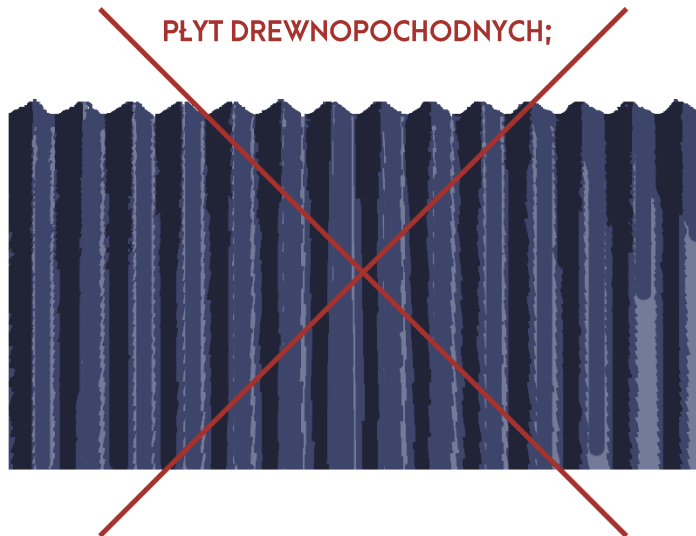
Rozdział V

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§32. Zakazuje się:

- 1) stosowania dla ogrodzeń graniczących z nieruchomościami niezabudowanymi oraz pasami drogowymi ostro zakończonych elementów, drutu kolczastego, tłuczonego szkła;
- 2) stosowania dla ogrodzeń sytuowanych od strony pasów drogowych dróg publicznych, z wyłączeniem tymczasowego ogrodzenia placu budowy oraz ogrodzeń towarzyszących obiektom przemysłowym o dużej uciążliwości:
 - a) ogrodzeń pełnych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 30%,
 - b) poniższych materiałów:
 - prefabrykatów betonowych (ogrodzeń płytowo-słupowych), z wyłączeniem cokołu,
 - blach trapezowych i falistych,
 - płyt drewnopochodnych;

**ZAKAZ OGRODZEŃ* Z:
PREFABRYKATÓW BETONOWYCH,
BLACH TRAPEZOWYCH I FALISTYCH,
PŁYT DREWNOPOCHODNYCH;**



*Z WYJĄTKIEM TYMCZASOWEGO OGRODZENIA PLACÓW BUDOWY

- 3) stosowania dla ogrodzeń towarzyszących zabudowie wielorodzinnej oraz usługowej i łączącej funkcje usługowe z mieszkalnictwem wielorodzinnym, z wyłączeniem tymczasowego ogrodzenia placu budowy:
 - a) ogrodzeń pełnych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 30%,
 - b) poniższych materiałów:
 - ogrodzeń płytowo-słupowych, wykonanych z prefabrykatów betonowych, z wyłączeniem cokołu i słupków, blach trapezowych i falistych,
 - płyt drewnopochodnych;
- 4) grodzienia niezabudowanych nieruchomości o powierzchni poniżej 200 m²;
- 5) realizacji ogrodzeń w pasie 30 m od krawędzi jezdni ulic, z wyłączeniem ogrodzeń szkół, boisk oraz zabudowy jednorodzinnej:
 - a) 11-go Listopada na odcinku od drogi krajowej nr 62 (ulica Tadeusza Kościuszki) do ulicy Prostej,
 - b) Bankowej,
 - c) Fryderyka Chopina,
 - d) Generała Józefa Sowińskiego na odcinku od drogi krajowej nr 62 (ulica Tadeusza Kościuszki) do ulicy Dworcowej;
- 6) stosowania dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których są sytuowane elementy krajobrazu kulturowego poniższych materiałów, z zachowaniem postanowień pkt 1:
 - a) siatek ogrodzeniowych,
 - b) tworzyw sztucznych na elementach krajobrazu kulturowego i w granicach nieruchomości, na których znajdują się elementy krajobrazu kulturowego,
 - c) metalowych paneli zgrzewanych z wyjątkiem tymczasowego ogrodzenia placu budowy wyłącznie na czas trwania budowy.

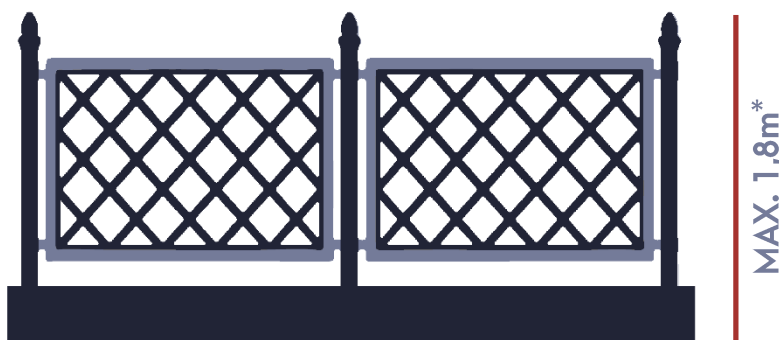
§33. Obowiązuje sytuowanie zewnętrznego ogrodzenia nieruchomości wyłącznie w liniach rozgraniczających tereny o różnym przeznaczeniu lub różnych zasadach zagospodarowania, lub w linii pierzei, lub w linii ogrodzeń sąsiadujących, lub w granicach działek ewidencyjnych, z dopuszczeniem odsunięcia w następujących przypadkach, z zastrzeżeniem §32:

- 1) konieczności zachowania odległości od sieci infrastruktury technicznej, wynikającej z przepisów odrębnych;

- 2) utrzymania wspólnej linii ogrodzenia z ogrodzeniami przyległymi;
- 3) możliwości zachowania istniejących drzew i krzewów;
- 4) utrzymania porządku;
- 5) zapewnienia płynności i bezpieczeństwa ruchu drogowego i wjazdu na posesję.

§34. Określa się maksymalną wysokość ogrodzeń graniczących z pasem drogowym do maksymalnie 1,8 m z wyłączeniem ogrodzeń nieruchomości, na których znajdują się:

- 1) elementy krajobrazu kulturowego;
- 2) cmentarze;
- 3) parki;
- 4) obiekty związane z bezpieczeństwem publicznym;
- 5) obiekty sportowe.



*** Z WYJĄTKIEM:**

**ELEM. KRAJOB. KULTUROWEGO
PARKÓW
CMENTARZY
OBIEKTÓW BEZPIECZ. PUBL.
OBIEKTÓW SPORTOWYCH**

§35. Określa się następujące standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których są sytuowane elementy krajobrazu kulturowego:

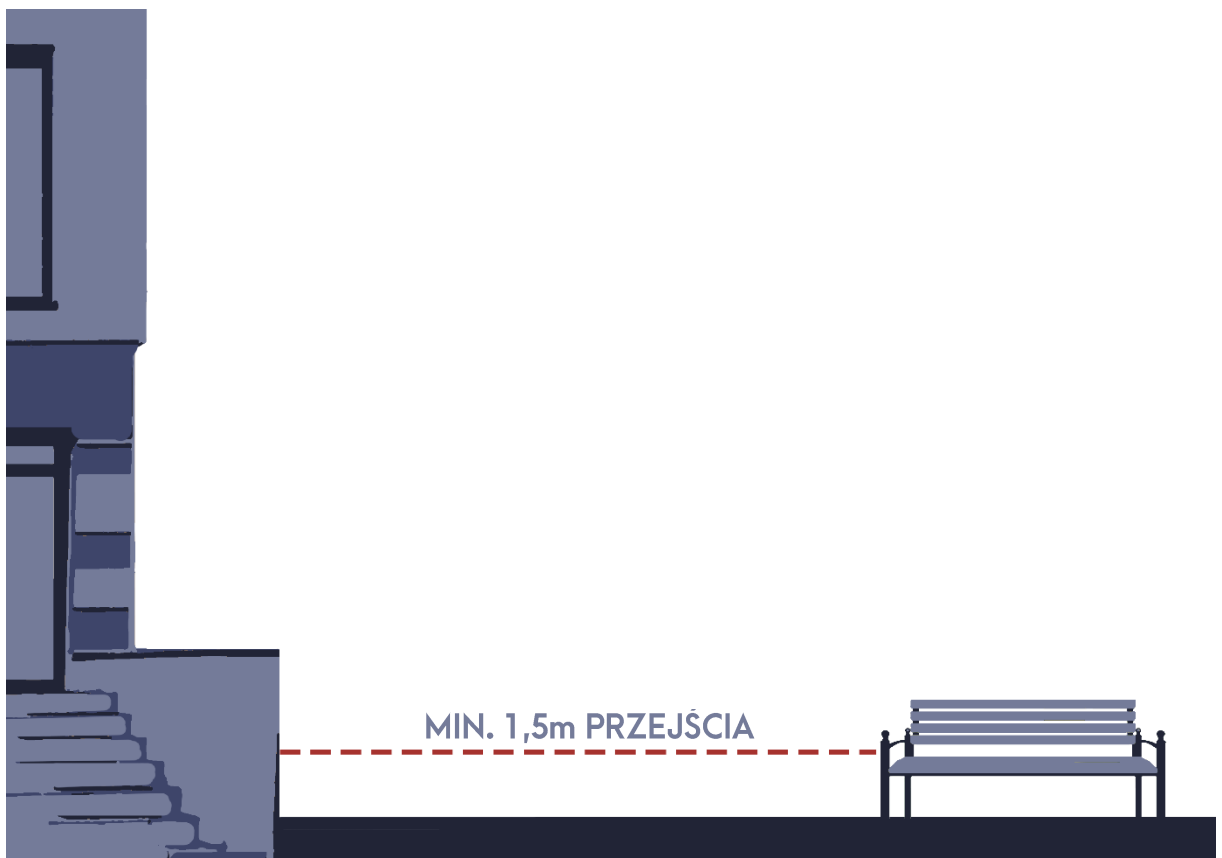
- 1) stosowanie ogrodzenia pełnego w formie murowanej maksymalnie na odcinku lub odcinkach, stanowiących łącznie 40% długości ogrodzenia, z wyłączeniem ogrodzeń cmentarzy;
- 2) akcentowanie rytmu przęseł na całej długości ogrodzenia; nie dotyczy ogrodzeń sztachetowych.

Rozdział VI

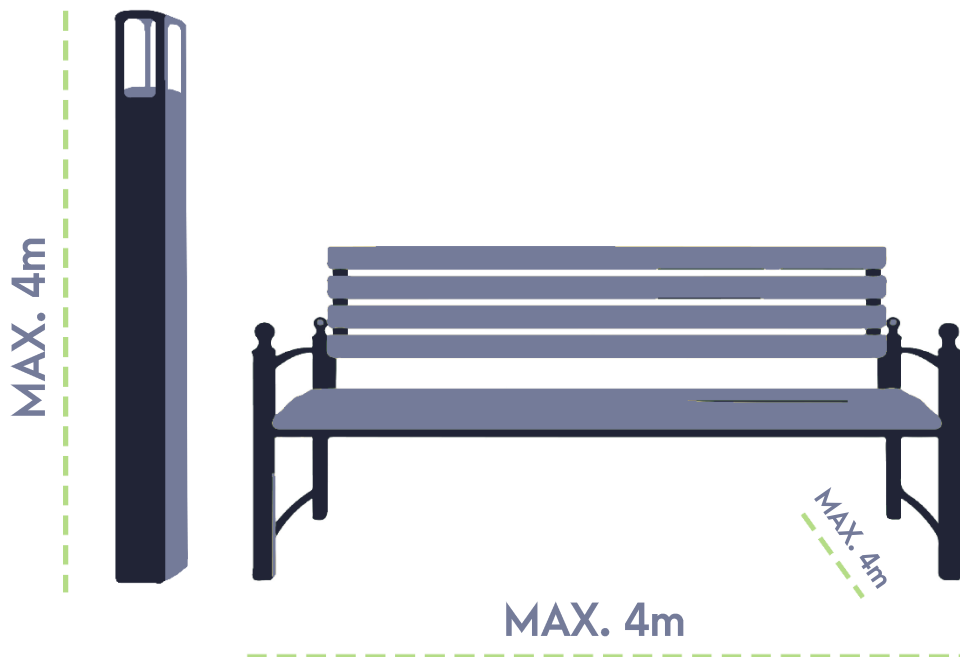
**Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury,
ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich
mogą być wykonane**

**§36. W zakresie obiektów małej architektury sytuowanych w obszarze
przestrzeni publicznej wprowadza się obowiązek:**

- 1) zapewnienia bezpieczeństwa użytkowania oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 1,5 m umożliwiającego swobodne przemieszczanie się;
- 2) sytuowanie fundamentów i elementów kotwionych obiektów małej architektury w gruncie pod nawierzchnią lub równo z nawierzchnią, na której dany obiekt jest umieszczany.



§37. Maksymalne gabaryty obiektów małej architektury (szerokość, wysokość i grubość) nie mogą przekroczyć 4 m każdy.



§38. Określa się następujące standardy jakościowe obiektów małej architektury, przez nałożenie obowiązku:

- 1) stosowania dla malowanych elementów metalowych kolorystyki szarej, czarnej, czerwonej lub ciemno-zielonej;
- 2) stosowania dla pozostałych elementów kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoików.

§39. Określa się rodzaje materiałów budowlanych:

- 1) metal;
- 2) drewno;
- 3) beton;
- 4) tworzywo sztuczne;
- 5) kamień.

§40. Maksymalne gabaryty, określone w §37 oraz standardy jakościowe, wskazane w §38 nie obowiązują w stosunku do obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw.

Rozdział VII

Warunki i termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych.

- §41.**
- 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych na 24 miesiące od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej, z zastrzeżeniem ust. 2, ust. 3 i ust. 4.**
 - 2. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej banerów na 12 miesięcy.**
 - 3. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych na podstawie decyzji administracyjnej o pozwoleniu na budowę, na 60 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej.**
 - 4. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, sytuowanych w oparciu o zgłoszenie zamiaru prowadzenia robót budowlanych, do których nie zgłoszono sprzeciwu, na 48 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej.**
- §42.** Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Krajobrazowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały: wszystkie rodzaje małej architektury.
- §43.**
- 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej ogrodzeń na 12 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej, w zakresie dostosowania do warunku, określonego w §32 pkt 1, 3, 4 i 5.**
 - 2. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Krajobrazowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały: wszystkie pozostałe rodzaje ogrodzeń, których nie dotyczy ust. 1**

TERMINY DOSTOSOWANIA DO UCHWAŁY REKLAMOWEJ	
BANERY	12 MIESIĘCY
WSZYSTKIE ISTNIEJĄCE REKLAMY WYDANE W OPARCIU O POZWOLENIE NA BUDOWĘ	60 MIESIĘCY
WSZYSTKIE ISTNIEJĄCE REKLAMY SYTUOWANE W OPARCIU O ZGŁOSZENIE PROWADZENIA ROBÓT BUDOWLANYCH, DO KTÓRYCH NIE ZGŁOSZONO SPRZECIWU	48 MIESIĘCY
WSZYSTKIE ISTNIEJĄCE POZOSTAŁE REKLAMY	24 MIESIĄCE
USUNIĘCIE NIEKTÓRYCH OGRODZEŃ NIESPEŁNIAJĄCYCH WYMAGAŃ UCHWAŁY, M. IN. SUBSTANDARDOWYCH OGRODZEŃ Z CENTRUM MIASTA	12 MIESIĘCY
POZOSTAŁE OGRODZENIA	NIE DOTYCZY
WSZYSTKIE RODZAJE MAŁEJ ARCHITEKTURY	NIE DOTYCZY

§44. Dostosowanie istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych następuje poprzez usunięcie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych lub ich elementów sytuowanych niezgodnie z postanowieniami Uchwały Krajobrazowej, z możliwością ich translokacji, w przypadku spełnienia wszystkich postanowień Uchwały Krajobrazowej w nowej lokalizacji.

§45. W przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych należy usunąć wszelkie elementy konstrukcyjne i inne mocowania, doprowadzić nawierzchnię lub powierzchnię elementu, szczególnie elewacji, do którego tablica lub urządzenie były zamocowane, do stanu spójnego z otoczeniem.

Rozdział VIII

Przepisy końcowe

- §46. Wykonanie Uchwały Krajobrazowej powierza się Burmistrzowi Wyszkowa.
- §47. Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych przez Burmistrza Wyszkowa uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Krajobrazowej stanowi Załącznik Nr 1 do uchwały.
- §48. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Mazowieckiego.

Przewodnicząca
Rady Miejskiej w Wyszkanie

