



Obszar Metropolitalny  
**Gdańsk Gdynia Sopot**

Obszar Metropolitalny Gdańsk–Gdynia–Sopot  
ul. Długi Targ 39/40, 80-830 Gdańsk  
tel. +48 58 526 81 42 / fax: +48 58 303 63 07  
biuro@metropoliagdansk.pl  
www.metropoliagdansk.pl

---

# Metropolitalne Standardy Krajobrazowe

ZBIÓR REKOMENDACJI

2022 r.



## Wstęp

Jesteśmy coraz bliżej uporządkowania chaosu reklamowego w metropolitalnych miastach i gminach. Przykłady Gdańska i Sopotu udowodniły, że jest to możliwe. Nie jest to droga łatwa, ale wierzę, że Metropolitalne Standardy Krajobrazowe pomogą Państwu przejść przez cały proces prac nad uchwałami krajobrazowymi sprawnie i efektywnie.

Dokument to efekt dwuletnich prac przedstawicieli prezydentów Gdańska, Sopotu, Gdyni, Tczewa burmistrzów Władysławowa, Wejherowa, Pelplina, Rumi, Krynicy Morskiej, Pruszcz Gdańskiego, Żukowa, Malborka, Pucka, Lęborka oraz wójtów Kolbud, Szemuda, Luzina.

Niniejszy dokument nie tworzy wzorcowej uchwały, ale jest zbiorem rekomendacji, które po dopasowaniu do indywidualnych potrzeb - mogą być stosowane w każdej gminie. Wypracowane zapisy mogą być wykorzystywane w całości lub w części, w zależności od założeń projektowanej uchwały. Dokument został podzielony na siedem tematycznych modułów, z których można korzystać selektywnie. Są to: (1) przepisy ogólne, (2) definicje legalne, (3) zasady, (4) tablice i urządzenia reklamowe, (5) ogrodzenia, (6) obiekty małej architektury oraz (7) przepisy przejściowe i dostosowujące.

Wierzę, że Metropolitalne Standardy Krajobrazowe będą dla Państwa przydatne i jeszcze raz dziękuję za zaangażowanie Państwa przedstawicieli w zespole roboczym.



Michał Glaser  
Prezes Zarządu OMGGs



## Moduł 1. Przepisy ogólne

### § 1. 1. Niniejszy uchwała określa:

- 1) 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) zasady i warunki sytuowania szyldów, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność;
- 3) warunki i termin dostosowania istniejących w dniu jej wejścia w życie obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do zakazów, zasad i warunków w niej określonych; *[zob. art. 37 ust. 9 upzp – termin nie może być krótszy niż 12 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały]*
- 4) *[fakultatywnie – art. 37a ust. 3 u.p.z.p.]* zakazy sytuowania ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z wyłączeniem szyldów;

- obowiązujące na całym obszarze **gminy**, z wyłączeniem terenów zamkniętych ustalonych przez inne organy niż ministra właściwego do spraw transportu.

### 2. Uchwała wskazuje ponadto:

- 1) *[fakultatywnie – 37a ust. 10 upzp]* rodzaje obiektów małej architektury, które nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale; *[jeśli wybrano tę opcję, należy wprowadzić odpowiedni przepis w części szczegółowej uchwały]*
- 2) *[fakultatywnie – 37a ust. 10 upzp]* obszary oraz rodzaje ogrodzeń dla których następuje zwolnienie z obowiązku dostosowania ogrodzeń istniejących w dniu jej wejścia w życie do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale *[jeśli wybrano tę opcję, należy wprowadzić odpowiedni przepis w części szczegółowej uchwały]*.

### 3. Postanowienia uchwały nie mają zastosowania do:

- 1) tablic i urządzeń przeznaczonych na cele informacyjne urzędu miasta/gminy, rad dzielnic, inicjatyw lokalnych,
- 2) tablic i urządzeń reklamowych uregulowanych odrębnymi przepisami prawa
- 3) elementów Systemu Identyfikacji Miejskiej, o którym mowa w ... *[należy wskazać odpowiedni dokument]* w tym elementów sytuowanych w ramach szlaków promocyjno-turystycznych *[jeśli występuje]*;

4. Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych dla obszarów nie dotyczą obiektów lub obszarów objętych ochroną konserwatorską lub ujętych w gminnej ewidencji zabytków.





## Moduł 2. Definicje legalne

§ 1. Ilekroć w niniejszej uchwale jest mowa o:

- 1) „**ażurowych ogrodzeniach**” – należy przez to rozumieć ogrodzenia, gdzie łączna powierzchnia prześwitów, tworzących wzór lub rytm z otworów, powinna wynosić ... *[np. 25, 30, 35% - jeżeli gmina chce ustalić, takie ograniczenie powinno się znaleźć w przepisach szczegółowych]* powierzchni ażurowej części ogrodzenia między słupami;
- 2) „**banerze**” - należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, tekstyliów, winylu lub innego miękkiego materiału, zawierającą elementy umożliwiające jej zamocowanie, osadzoną na balustradzie, ogrodzeniu lub innym nośniku;
- 3) „**banerze sprzedaży nieruchomości**” – należy przez to rozumieć baner promujący ofertę sprzedaży nieruchomości, sytuowany wyłącznie na terenie nieruchomości, której dotyczy *[jeśli gmina chce ustanowić maksymalny czas ekspozycji banerów sprzedaży nieruchomości, takie ograniczenie powinno się znaleźć w przepisach szczegółowych]*;
- 4) „**bilbordzie**” – należy przez to rozumieć pojedynczą jednostronną lub dwustronną tablicę reklamową wolnostojącą trwale związaną z gruntem, mocowaną do słupa pionowego lub montowaną do ściany;
- 5) „**detalu architektonicznym**” - należy przez to rozumieć element dekoracyjny obiektu budowlanego charakterystyczny dla określonego stylu architektonicznego, w szczególności: gzyms, fryz, żłobienie, belkowanie, ryzalit, parapet, poręcz, balustrada, okiennica, element rzeźbiarski lub malarski, ozdobna stolarka lub ciesielka, sgraffito, boniowanie, blenda, płycina, opaska wokół otworu okiennego lub drzwiowego, lizeny lub inne elementy wystroju budynku, rytm oraz forma okien i drzwi;
- 6) „**doświetleniu**” – należy przez to rozumieć zewnętrzne oświetlenie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego lub zewnętrzne oświetlenie tła lub płaszczyzny sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 7) „**podświetleniu**” – należy przez to rozumieć wewnętrzne oświetlenie tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego;
- 8) „**ekranie świetlnym**” - należy przez to rozumieć tablicę reklamową przeznaczoną do ekspozycji informacji o zmiennej treści, emitującą światło bezpośrednio z tablicy reklamowej;
- 9) „**elementach wyrożeńiowych**” - należy przez to rozumieć elementy służące czasowemu wyznaczeniu przestrzeni niezwiązane trwale z gruntem, np. ogródka gastronomicznego, terenu, na którym odbywa się wydarzenie, w szczególności: donice z zielenią, pachotki, słupki lub barierki;
- 10) „**elewacji**” - należy przez to rozumieć zewnętrzną powierzchnię ściany lub wielu ścian obiektu ze wszystkimi znajdującymi się na niej elementami, w szczególności z: ryzalitami, wykuszami, wnękami, loggiami, werandami, dachami i wystawkami, attykami lub szczytami;
- 11) „**elewacji interaktywnej**” - należy przez to rozumieć instalację świetlną lub mechaniczną, będącą integralnym elementem obiektu, na którym jest usytuowana;
- 12) „**falbanie**” - należy przez to rozumieć poziomą podwieszoną dekorację z materiału, z którego wykonane jest przekrycie, w szczególności: parasoli ogrodowych, markiz, namiotów;
- 13) „**fladze**” - należy przez to rozumieć tablicę reklamową w formie tkaniny, umieszczoną na maszcie wolnostojącym, słupie oświetleniowym lub wysięgniku na budynku;
- 14) „**gablocie reklamowej**” – należy przez to rozumieć podświetlaną tablicę reklamową o wymiennej ekspozycji (np. plakat), której powierzchnia przeznaczona do ekspozycji reklamy umieszczona jest za szybą lub innym przezroczym materiałem;
- 15) „**gablocie ekspozycyjnej**” – należy przez to rozumieć przezierne urządzenie reklamowe, służące do wystawiania eksponatów, będące elementem małej architektury, sytuowane tymczasowo lub na czas danego wydarzenia *[możliwe do wykorzystania przez podmioty prywatne – artystów, inwestorów, jak i podmioty publiczne]*;



- 16) „**gablocie gastronomicznej**” – należy przez to rozumieć przezierne urządzenie reklamowe, sytuowane wyłącznie przy wejściu do lokalu lub do ogródka gastronomicznego, przeznaczone do ekspozycji menu;
- 17) „**gablocie informacyjnej**” – należy przez to rozumieć przezierne urządzenie reklamowe, służące do zamieszczania reklamy lub informacji;
- 18) „**kasetonie**” – należy przez to rozumieć prostopadłościan jednostronny lub dwustronny z płaską lub przestrzenną grafiką;
- 19) „**kiosku ulicznym**” – należy przez to rozumieć wolnostojący handlowy, tymczasowy obiekt budowlany przeznaczony do sprzedaży drobnych przedmiotów codziennego użytku, w szczególności prasy, biletów transportu zbiorowego, losów loteryjnych;
- 20) „**kolorystyce monochromatycznej**” – należy przez to rozumieć kolorystykę, która powstaje na skutek zastosowania różnych odcieni jednej barwy;
- 21) „**kubiku**” – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe w postaci prostopadłościanu;  
*[do sparametryzowania w ustaleniach szczegółowych dla poszczególnych obszarów]*
- 22) „**znakach**” – należy przez to rozumieć kształty, służące do przekazywania treści lub znaczeń, w szczególności: litery, cyfry, symbole lub ich ciągi;
- 23) „**znakach płaskich**” – należy przez to rozumieć znaki o płaskiej powierzchni, nanoszone bezpośrednio na przedmiot materialny w szczególności za pomocą technik malarskich, rysunkowych lub drukarskich;
- 24) „**znakach przestrzennych**” – należy przez to rozumieć znaki, inne niż znaki płaskie, składające się z jednej lub kilku brył przestrzennych, formowane w szczególności za pomocą technik odlewniczych;
- 25) „**materiałach szlachetnych**” – należy przez to rozumieć materiały budowlane przeznaczone do zewnętrznego wykończenia obiektu budowlanego w szczególności: cegła ceramiczna, kamień naturalny, drewno, metal, klinkier, szkło; *[można poszerzyć o inne materiały w zależności od potrzeb gminy]*
- 26) „**meblach miejskich**” – należy przez to rozumieć obiekty małej architektury, stanowiące wyposażenie terenów w obszarze przestrzeni publicznej, w szczególności: ławki, przysiadaki, kosze na śmieci, stojaki na rowery, wiaty rowerowe, donice, altany, elementy oświetlenia, wiaty przystankowe *[można poszerzyć o inne obiekty w zależności od potrzeb gminy];*
- 27) „**modelu przestrzennym**” – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie figuratywnego przedstawienia danego przedmiotu lub postaci w dowolnej skali, umieszczone w przestrzeni publicznej;
- 28) „**muralu reklamowym**” – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną technikami plastycznymi bezpośrednio na elewacji obiektu budowlanego;
- 29) „**naklejce**” – należy przez to rozumieć tablicę reklamową o właściwościach samoprzylepnych, umożliwiających jej przyklejenie do powierzchni płaskiej;
- 30) „**wyklejce**” – należy przez to rozumieć tablicę reklamową o właściwościach samoprzylepnych, sytuowaną bezpośrednio na witrynie lokalu ;
- 31) „**neonie**” – należy przez to rozumieć konturową formę przestrzenną, wykonaną z użyciem rurek jarzeniowych;
- 32) „**nośniku pneumatycznym**” – należy przez to rozumieć urządzenie dmuchane, w szczególności w formie: balonu czy dmuchanej bramy;
- 33) „**ogródka gastronomicznym**” – należy przez to rozumieć odpowiednio wyodrębnione miejsce w przestrzeni, w którym usytuowane są urządzenia, stanowiące wyposażenie wykorzystywane na potrzeby prowadzonej działalności gastronomicznej, w szczególności: stoliki, siedziska, parasole, niewielkie ogrodzenia, podesty, kwietniki, donice;
- 34) „**polu ochronnym**” – należy przez to rozumieć puste prostokątne pole wokół obrysu tablicy reklamowej, urządzenia reklamowego lub znaków, proporcjonalne do wielkości tablicy reklamowej, urządzenia reklamowego, znaków lub do płaszczyzny ich sytuowania, w którym nie znajdują się krawędzie elewacji i otworów okiennych lub drzwiowych, elementy detalu architektonicznego, nazwy ulic lub inne tablice reklamowe i urządzenia reklamowe oraz ich pola ochronne;
- 35) „**polu powierzchni ekspozycji reklamy**” – należy przez to rozumieć powierzchnię ekspozycji reklamy w formie prostokąta opisanego na powierzchni służącej ekspozycji reklamy, w tym reklamy złożonej z wielu elementów;



- 36) „**potykaczu**” – należy przez to rozumieć przenośne wolnostojące urządzenie reklamowe, składające się maksymalnie z dwóch jednostronnych lub dwustronnych tablic reklamowych;
- 37) „**pylonie**” – należy przez to rozumieć wolnostojące pionowe urządzenie reklamowe niebędące masztem lub grupą masztów, eksponujące szyldy jednej lub wielu firm, w tym w formie wymiennych paneli lub w formie cennika;
  - a) „**pylonie cenowym**” – należy przez to rozumieć pylon przeznaczony do informowania o cenach;
  - b) „**pylonie głównym**” – należy przez to rozumieć pylon przeznaczony do ekspozycji szyldu głównego,
  - c) „**pylonie zbiorczym**” – należy przez to rozumieć pylon przeznaczony do ekspozycji zgrupowanych modułowo szyldów;
- 38) „**przeszkleniu**” – należy przez to rozumieć jednoczęściową lub składającą się z kwater, zewnętrzną, przezierną przegrodę obiektu budowlanego, w szczególności szybę zespoloną w oknie, witrynie lub ścianie osłonowej;
- 39) „**reklamie obwoźnej**” – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, umieszczona na pojazdach, w szczególności na przyczepach samochodowych, lawetach lub innych możliwych do przemieszczania nośnikach, służących wyłącznie funkcji reklamowej;
- 40) „**reklamie okolicznościowej**” – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, sytuowane na czas wydarzeń okolicznościowych, z wyłączeniem przypadków określonych w art. 37c ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym;
- 41) „**reklamie remontowo-budowlanej**” – należy przez to rozumieć tablicę reklamową umieszczoną na ogrodzeniach budowlanych lub na siatce budowlanej rozpiętej na rusztowaniu, montowaną jedynie na czas prowadzonych robót budowlanych;
- 42) „**siatce budowlanej**” – należy przez to rozumieć ażurową tablicę reklamową służącą do zasłaniania robót budowlanych prowadzonych na wysokościach, w postaci siatki ochronnej, zamontowaną lub rozpiętą na rusztowaniu roboczym, na której eksponowana jest reklama;
- 43) „**stupie ogłoszeniowym**” – należy przez to rozumieć pionowe urządzenie reklamowe o przekroju pozbawionym kątów;
- 44) „**stoisku**” – należy przez to rozumieć obiekt małej architektury, w szczególności w formie drewnianej budki, straganu, ławy z towarem, przeznaczony do realizowania funkcji sprzedaży;
- 45) „**stoisku otwartym**” – należy przez to rozumieć stoisko o maksymalnej powierzchni blatu służącej ekspozycji towarów ... *[należy uzupełnić]* z zapleczem o maksymalnej powierzchni ... *[należy uzupełnić]*, o ujednoczonej architekturze; *[rozmiary mogą być różne w różnych częściach gminy lub podczas różnych zdarzeń, wtedy też można przenieść je do paragrafu szczegółowego]*
- 46) „**stoisku zamkniętym**” – należy przez to rozumieć stoisko o powierzchni sprzedaży nieprzekraczającej 6 metrów kwadratowych oraz wysokości do 2,5 metra, z zadaszeniem, dwiema ścianami bocznymi oraz o maksymalnej powierzchni blatu służącej ekspozycji towarów do ... ; *[należy uzupełnić]*; *[rozmiary mogą być różne w różnych częściach gminy lub podczas różnych zdarzeń, wtedy też można przenieść je do paragrafu szczegółowego]*
- 47) „**straganie**” – należy przez to rozumieć obiekt małej architektury, z zadaszeniem, o ujednoczonej architekturze, służący:
  - a) jako element wyposażenia jarmarków okolicznościowych, w tym związanych z obsługą świąt,
  - b) dla handlu wzdłuż ciągów pieszo-rowerowych, przeznaczony do ekspozycji towarów będących przedmiotem handlu, o powierzchni blatu służącej ekspozycji towarów do 1 metra kwadratowego; *[rozmiary mogą być różne w różnych częściach gminy lub podczas różnych zdarzeń, wtedy też można przenieść je do paragrafu szczegółowego]*
- 48) „**systemie informacji miejskiej**” – należy przez to rozumieć ... *[jeżeli gmina posiada system informacji miejskiej/gminnej, należy zdefiniować w zakresie, w jakim funkcjonują zapisy tego systemu]*;
- 49) „**sytuowaniu pogarszającym wegetację roślin**” – należy przez to rozumieć:
  - a) lokalizowanie obiektów w miejscach, w których zaistnieje konieczność przycinania (ograniczania we wszystkich wymiarach) koron drzew przyulicznych (w tym projektowanych w przyszłości – *[można uszczegółwić, w której strefie]*, rosnących na terenach miejskiej zieleni urządzonej oraz w lasach komunalnych,



- b) lokalizowanie obiektów w odległości do 1m od rzutów i obrysów koron drzew przyulicznych, rosnących na terenach miejskiej zieleni urządzonej oraz w lasach komunalnych,
  - c) lokalizowanie obiektów w odległości mniejszej niż 1m od linii nasadzeń żywopłotów i pojedynczych krzewów przyulicznych oraz rosnących na terenach zieleni urządzonej;
- 50) „szyldzie głównym” – należy przez to rozumieć pionowy lub poziomy szyld zawierający nazwę obiektu, lub wybranej działalności głównej w danej nieruchomości dla obiektów usługowych-handlowych, inny niż szyld równoległy i szyld semaforowy, w szczególności wielkopowierzchniowych obiektów usługowo-handlowych, obiektów użyteczności publicznej, obiektów instytucji kultury, sytuowany równoległe do płaszczyzny sytuowania na jednym z obiektów (np. na budynku, pylonie, totemie);
  - 51) „szyldzie równoległym” – należy przez to rozumieć szyld usytuowany równoległe do płaszczyzny sytuowania lub stycznie do słupa totemu, inny niż szyld główny i szyld semaforowy;
  - 52) „szyldzie semaforowym” – należy przez to rozumieć szyld sytuowany prostopadle do fasady budynku pionowo lub poziomo;
  - 53) „szyldzie wizytówkowym” - należy przez to rozumieć szyld drobnego formatu, w szczególności zawierający dane identyfikacyjne działalności gospodarczej lub informacje o godzinach otwarcia, przyjęć, rejestracji itp., inny niż szyld główny, szyld równoległy i szyld semaforowy;
  - 54) „szyldzie zabytkowym” – należy przez to rozumieć szyld wpisany do ewidencji zabytków lub do rejestru zabytków;
  - 55) „ślepej ścianie” - należy przez to rozumieć elewację pozbawioną okien, drzwi, elementów wystroju architektonicznego i dobudówek;
  - 56) „tablicy ofertowej” – należy przez to rozumieć szczególny rodzaj tablicy reklamowej eksponowanej w witrynie od wewnątrz lokalu, będącej informacją o usługach w miejscu prowadzenia działalności, a nie będącą szyldem;
  - 57) „totemie” – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe wolnostojące w formie wąskiego słupa zwieńczonego jednym szyldem głównym;
  - 58) „urządzeniu wyborczym” – należy przez to rozumieć wolnostojącą konstrukcję przeznaczoną do mocowania do niej reklamy wyborczej;
  - 59) „winderze” – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, tekstyliów lub miękkiego tworzywa sztucznego, sytuowaną w szczególności na masztach reklamowych, słupach lub innych pionowych elementach niezwiązanych trwale z gruntem;
  - 60) „witaczu wejściowym” – należy przez to rozumieć przenośne urządzenie reklamowe w formie gabloty lub tablicę reklamową umieszczoną na pulpicie, stojaku, sztaludze lub na płocie, sytuowane wyłącznie w miejscu prowadzenia działalności przy wejściu do lokalu, z informacją o bieżącej ofercie przedsiębiorstwa, menu, organizowanym w lokalu wydarzeniu lub wystawie,
  - 61) „wysięgniku historycznym” – należy przez to rozumieć wysięgnik zabytkowy lub wpisany do ewidencji zabytków lub do rejestru zabytków.

### Moduł 3. Zasady

§ 1. Ustala się podział **gminy** na obszary o zróżnicowanych zasadach i warunkach sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, oznaczone symbolami: A, B, C, D, E, F, G, H ... **[można wprowadzić inne symbole]**, na podstawie występujących w nich charakterystycznych cech krajobrazu przyrodniczo-kulturowego. Opis granic obszarów zawiera Załącznik nr 1 do niniejszej Uchwały, a załącznik graficzny dotyczący obszarów – Załącznik nr 2 do niniejszej Uchwały.

§ 2. 1. Przepisy ogólne - niezależnie od obszaru, dopuszcza się sytuowanie: **[Przykładowe propozycje regulacji gabarytów]**





- 1) falban - o wysokości do ... **[należy uzupełnić]**, przy czym:
  - a) *dopuszcza się wyłącznie szyldy równoległe względem dłuższego boku falbany,*
  - b) *dopuszcza się szyldy równoległe wyłącznie w formie znaków bez tła,*
  - c) *dopuszczalna powierzchnia służąca ekspozycji reklamy wynosi do 20% powierzchni płaszczyzny, na której jest sytuowana; [od a do b - do wyboru w zależności od potrzeb gminy]*
- 2) flag – o maksymalnym formacie nie większym niż 1 metra na 2,5 metra lub 1 metr na 4 metry;
- 3) banerów – o dopuszczalnym formacie .... **[należy uzupełnić]**;
- 4) billboardów – z powierzchnią służącą ekspozycji reklamy o wymiarach:
  - a) 9 metrów kwadratowych (3,54 metra na 2,47 metra),
  - b) 12 metrów kwadratowych (4 metry na 3 metry lub 5,04 metra na 2,38 metra),
  - c) 18 metrów kwadratowych (6 metrów na 3 metry)
- 5) gablot reklamowych - o standardowym wymiarze pola powierzchni ekspozycji reklamy **od 2 do 3,5 metra kwadratowego oraz o całkowitej wysokości wraz z elementami konstrukcyjnymi nie większej niż 3 metry;**
- 6) kasetonów, które mogą występować jako szyld główny, szyld równoległy, szyld semaforowy, wyklejka;
- 7) kiosków ulicznych - o powierzchni użytkowej nie większej niż **15 metrów kwadratowych;**
- 8) modeli przestrzennych - nie wyższych niż **1,5 metra;**
- 9) naklejek – o wielkości maksymalnej nie większej niż **0,1 metra kwadratowego;**
- 10) nośników pneumatycznych - .... **[należy uzupełnić]**
- 11) potykaçy – o maksymalnej wysokości do **100 centymetrów** i szerokości do **75 centymetrów;**
- 12) pylonów – ... **[należy uzupełnić]**; [w zależności od miejsca sytuowania dopuszczalna wysokość od np. 2 metrów do 6 metrów, o szerokości do np. 1/3 lub 2/5 wysokości pylonu - dopuszczalna wysokość pylonu dostosowana do obszaru, np. centrum miasta / obszary przemysłowe / przy drogach poza strefą zabudowaną];
- 13) reklam przyległych sygnujących - o polu powierzchni ekspozycji reklamy nie większym niż w formacie .... **[należy uzupełnić]**
- 14) słupów ogłoszeniowych - o średnicy **do 1,75 metra** i wysokości powierzchni służącej ekspozycji reklamy **do 3,6 metra,** i o wysokości słupa **nie większej niż 5 m;**
- 15) stoisk - o powierzchni sprzedaży nie większej niż **8 metrów kwadratowych;**
- 16) totemów – o maksymalnej wysokości do 2 metrów;
- 17) winderów - [o wysokości nie większej niż ... , w formacie nie większym niż ... ];
- 18) witaczy wejściowych - o polu powierzchni ekspozycji reklamy nie większym niż **0,7 metra kwadratowego;**

2. Ustala się następujące formaty tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, zależne od wymiarów pola powierzchni ekspozycji reklamy:

- 1) drobny – o polu powierzchni ekspozycji reklamy do 0,1 metra kwadratowego włącznie;
- 2) mały – o polu powierzchni ekspozycji reklamy powyżej 0,1 metra kwadratowego do 1,25 metra kwadratowego włącznie;
- 3) średni – o polu powierzchni ekspozycji reklamy powyżej 1,25 metra kwadratowego do 2,5 metra kwadratowego włącznie; **[np. baner, reklama przyległa sygnująca]**
- 4) duży – o polu powierzchni ekspozycji reklamy powyżej 2,5 metra kwadratowego do 8,0 metrów kwadratowych włącznie;
- 5) wielki – o polu powierzchni ekspozycji reklamy powyżej 8,0 metrów kwadratowych do 13,0 metrów kwadratowych włącznie.

3. Na całym obszarze gminy sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w pasach drogowych ulic zgodnie z przepisami odrębnymi i ustaleniami zawartymi w niniejszej uchwale.

**[Rekomenduje się zastosowanie tzw. modelu Gdańskiego]**

4. Ustala się następujące kategorie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych:







- 1) reklama typu A – jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa trwale związana z gruntem lub sytuowana na obiekcie, w formie przeszklonej gabloty lub ekranu świetlnego, o wymiarach powierzchni służącej ekspozycji reklamy 1,2 metra na 1,8 metra, a dla reklamy typu A na obiekcie także 0,9 metra na 2,26 metra, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów oraz o powierzchni danego boku nieprzekraczającej 3 metrów kwadratowych;
- 2) reklama typu B – jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, wolnostojące trwale związane z gruntem, w formie przeszklonej gabloty posadowionej na jednym słupie, z powierzchnią służącą ekspozycji reklamy o wymiarach 3,55 metrów na 2,47 metra, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów;
- 3) reklama typu C – jednostronna lub dwustronna tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, wolnostojące, trwale związane z gruntem, posadowione na jednym słupie, z powierzchnią służącą ekspozycji reklamy o wymiarach 5,04 metrów na 2,38 metra lub 6 metrów na 3 metry, z dopuszczalnym odchyleniem o 5% każdego z wymiarów.

§ 3. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych z naruszeniem postanowień niniejszej uchwały lub w sposób niedopuszczony przepisami niniejszej uchwały.

§ 4. 1. Na potrzeby postanowień niniejszej uchwały ustala się następujące zasady pomiaru odległości lub wysokości:

- 1) odległość lub wysokość mierzona względem obiektów budowlanych, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń lub ich poszczególnych elementów lub względem określonych punktów w przestrzeni – równa jest odległości lub wysokości stanowiącej najkrótszy odcinek mierzony względem zewnętrznej płaszczyzny określonych przedmiotów lub ich elementów lub względem określonych punktów;
- 2) wysokość znaku:
  - a) dla liternictwa – równa jest wysokości majuskuły (litery wielkiej),
  - b) dla pozostałych znaków – równa jest wysokości największego znaku,
- 3) odległości od skrzyżowań liczone są jako najkrótszy odcinek od przecięcia krawędzi jezdni.

2. Ograniczenia w sytuowaniu wolnostojących tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych przy drodze ze względu na odległość między nimi, nie dotyczą tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych znajdujących się po przeciwległych stronach drogi.

§ 5. Zakazuje się / lub ogranicza się sytuowania urządzeń i tablic reklamowych w sposób: zakłócający odczytanie znaków drogowych, urządzeń służących do prezentacji informacji Systemu Informacji Miejskiej oraz ograniczający widoczność kamer monitoringu miejskiego;

§ 6. 1. Tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe muszą zostać oznaczone w sposób umożliwiający identyfikację właściciela, a gdy przedmioty te zostały przekazane w posiadanie osobie trzeciej do promocji jej działalności – także tej osoby. Oznaczenie to powinno znajdować się w widocznym miejscu, na elementach konstrukcyjnych lub w obrębie obudowy.

2. Wymóg, o którym mowa w ust. 1, nie dotyczy tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, eksponujących reklamę promującą dany podmiot, usytuowanych w miejscu wskazanym we właściwej ewidencji lub rejestrze jako:

- 1) stałe miejsce wykonywania działalności gospodarczej tego podmiotu – w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 2296);
- 2) siedziba i adres tego podmiotu lub siedziba i adres oddziału tego podmiotu – w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 112 z późn. zm.).

3. [względnie] Wymogu, o którym mowa w ust. 1, nie stosuje się w przypadku tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych formatu drobnego lub małego / typu A. [tylko, jeśli wcześniej określono te formaty].





§ 7. 1. Elementy konstrukcyjne tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w szczególności takie jak teowniki, ceowniki, płaskowniki, listwy mocujące, powinny zostać odpowiednio zamaskowane, w szczególności poprzez ich schowanie w obudowie lub wkomponowanie w obiekt, z wyłączeniem elementów konstrukcyjnych o wartościach kulturowych oraz nawiązujących do historycznego charakteru otoczenia, w szczególności elementów giętych, kutych, żeliwnych lub nitowanych, takich jak wysięgniki sztyldów semaforowych wykonane technikami metaloplastycznymi.

2. Metalowe elementy konstrukcyjne wolnostojących tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych powinny być utrzymywane w odcieniu **ciemnej szarości lub antracytu**. *[lub innego zbliżonego koloru ustalonego indywidualnie przez gminę]*

3. Nakazuje się umieszczanie fundamentu wolnostojących trwale związanych z gruntem tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych pod naturalnym poziomem terenu.

§ 8. 1. Tablice reklamowe, urządzenia reklamowe, ogrodzenia oraz obiekty małej architektury powinny być utrzymywane w dobrym stanie wizualnym i technicznym, w szczególności poprzez utrzymywanie ich w czystości, kompletności, funkcjonalności technicznej, dokonywanie regularnych przeglądów zgodnie z zaleceniami producenta (gdy przewidziano), konserwację i naprawę, a w przypadku przedmiotów trwale związanych z gruntem lub sytuowanych na obiektach budowlanych – poprzez zapewnienie trwałości ich umocowania (standardy jakościowe).

2. Źródła światła, stanowiące element tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, podświetlające lub doświetlające tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, w szczególności lampy zewnętrzne, powinny być ukryte w taki sposób, aby widoczne było wyłącznie rozproszone światło odbite lub przepuszczone przez materiały światłoprzepuszczalne. Warunek ten nie dotyczy lamp neonowych oraz rozstawionych liniowo w kształt znaków bez tła lamp żarowych lub lamp wiernie je imitujących.

3. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe, których konstrukcja lub przeznaczenie wymaga mocowania ich do innych przedmiotów, a także ogrodzenia oraz obiekty małej architektury, powinny być zamocowane w sposób trwały, w szczególności poprzez niedopuszczenie do zaistnienia braków w elementach mocujących takich jak śruby, wkręty, gwoździe, kleje, oraz bez zniekształceń.

4. Tablice reklamowe, urządzenia reklamowe, ogrodzenia oraz obiekty małej architektury powinny być utrzymywane w sposób zgodny z powszechnie przyjętymi zasadami konserwacji dla danych materiałów. Materiały wykonane z drewna powinny podlegać sezonowej impregnacji.

5. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe powinny być utrzymywane w kompletności i czytelności.

6. Obiekty małej architektury, z wyłączeniem elementów wykonanych z metali pierwotnie utlenionych oraz stali nierdzewnej, powinny zostać zabezpieczone przed utlenianiem się powierzchni metalowych specjalnymi powłokami ochronnymi, przy użyciu techniki malowania proszkowego.

§ 9. 1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na:

- 1) pomnikach, miejscach pamięci, budynkach, ich wnętrzach i detalach, zespołach budynków, założeniach urbanistycznych i krajobrazowych, będących uznanym dorobkiem współcześnie żyjących pokoleń, jeżeli cechuje je wysoka wartość artystyczna lub historyczna;
- 2) obiektach wpisanych do rejestru zabytków lub będących w ewidencji zabytków, o których mowa w ustawie z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 710 z późn. zm.), objętych ochroną w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego;
- 3) pomnikach przyrody lub na terenach rezerwatów przyrody, o których mowa w ustawie z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 1098), a także na terenach zwartych kompleksów zieleni;
- 4) cmentarzach, miejscach kultu religijnego, w lasach, parkach i skwerach;
- 5) terenach wód powierzchniowych, wód płynących, melioracji wodnych, o których mowa w ustawie z dnia 20 lipca 2017 r. Prawo wodne (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 624 z późn. zm.).

2. Zakaz, o którym mowa w ust. 1 pkt 3, nie dotyczy **sztyldów zabytkowych, ...** *[można doprecyzować jakich innych sztyldów w zależności od potrzeb].*





3. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w sposób mogący wpływać negatywnie na widoczność lub czytelność elementów cennych dla społeczeństwa ze względu na swoje **wartości przyrodnicze, społeczne, kulturowe, historyczne, architektoniczne, urbanistyczne, ruralistyczne lub estetyczno-widokowe [wybrać właściwe]**.
4. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych w miejscach wytypowanych otwarć widokowych w kierunku krajobrazów otwartych i wartościowych architektonicznie zespołów zabudowy, wskazanych w ... **[należy dookreślić]** oraz krajobrazów priorytetowych wskazanych w audycie krajobrazowym, o którym mowa w art.38a ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym.
5. Zakazuje się umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących niezwiązanych trwale z gruntem, z wyłączeniem banerów, falban, słupów ogłoszeniowych, kubików, winderów, flag.
6. Zakazuje się umieszczania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na tymczasowych obiektach budowlanych, o których mowa w ustawie z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane. Zakaz ten nie dotyczy szyldów i tablic ofertowych.
- § 10. 1.** Z zastrzeżeniem ust. 2 zakazuje się sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, promujących podmioty prowadzące działalność w obiektach handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 metrów kwadratowych na elewacji tych obiektów oraz w ich bezpośrednim otoczeniu.
2. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, o których mowa w ust. 1, w formie szyldów o kolorystyce monochromatycznej;
- 1) przy wejściu lub wjeździe do obiektu, o którym mowa w ust. 1, zgrupowanych na elewacji w sposób uporządkowany;
  - 2) na pylonach, przy wjazdach na teren obiektu, o którym mowa w ust. 1.
3. Szyldy, o których mowa w ust. 2, muszą spełniać następujące warunki:
- 1) posiadać jednakowe pole powierzchni ekspozycyjnej reklamy;
  - 2) być dostosowane do architektury obiektu, o którym mowa w ust. 1, poprzez nie przesłanianie detali architektonicznych.
4. Dopuszcza się sytuowanie szyldów, o których mowa w ust. 2, w grupach do dwunastu szyldów w jednej grupie szyldów. Za grupę szyldów uważa się szyldy zgrupowane w jednym miejscu przeznaczonym do ich sytuowania na elewacji obiektu lub szyldy zgrupowane na jednym totemie.
- § 11. 1.** Zakazuje się stosowania oświetlenia pulsacyjnego wszelkich tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym szyldów, o zmiennym natężeniu oświetlenia takich jak:
- 1) telebimy;
  - 2) ekspozytory diodowe.
2. Zakaz, o którym mowa w ust. 1, nie dotyczy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oświetlanych za pomocą technologii LCD w granicach luminacji do:
- 1) 5000 cd/m<sup>2</sup> - w ciągu dnia;
  - 2) 600 cd/m<sup>2</sup> dla tablic poniżej 10 m<sup>2</sup> i do 300 cd/m<sup>2</sup> dla tablic powyżej 10 m<sup>2</sup> - w ciągu nocy.
- § 12. 1.** W przypadku budynków zamieszkania zbiorowego, budynków użyteczności publicznej, o których mowa w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1065 z późn. zm.), ... **[można wpisać kolejne obiekty budowlane]** dopuszcza się sytuowanie szyldów promujących podmioty prowadzące działalność w tych budynkach wyłącznie:
- 1) przy udostępnionym publicznie wejściu do budynku, zgrupowanych w specjalnie przeznaczonych do tego miejscach na elewacji;
  - 2) na pylonach zlokalizowanych w bezpośredniej okolicy tych budynków;
  - 3) przy udostępnionym publicznie wejściu do lokalu znajdującego się wewnątrz budynku.
2. Szyldy, o których mowa w ust. 1 pkt 1 i 2, muszą spełniać posiadać jednakowe pole powierzchni ekspozycji reklamy.
- § 13. 1.** Zakazuje się sytuowania gablot reklamowych na obiektach budowlanych i tymczasowych obiektach budowlanych. **[Gmina powinna sobie ustalić w jakich miejscach chce gabloty reklamowe dopuszczać]**





2. Zakazuje się korzystania w obrębie gminy z reklam obwoźnych.

## Moduł 4.

### Tablice i urządzenia reklamowe

§ 1. W odniesieniu do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, o ile inne przepisy uchwały nie stanowią inaczej:

- 1) zakazuje się:
  - a) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w odległości mniejszej niż 0,5 metra od tablic z numerami porządkowymi nieruchomości oraz nazwami ulic,
  - b) sytuowania tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w sposób zawężający chodniki i ciągi piesze o szerokości mniejszej niż 2 m,
  - c) przysłaniania otworów okiennych lub drzwiowych, przeszkleń oraz detali architektonicznych, z wyłączeniem reklam wykonanych z giętych lamp neonowych oraz znaków bez tła;
  - d) doświetlenia i podświetlenia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oświetleniem kierowanym w górę;
  - e) sytuowania muralu reklamowego na ścianach licowanych ceramiką (np. cegłą) lub drewnem,
  - f) sytuowania muralu reklamowego w parterze;
- 2) nakazuje się:
  - a) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych zgodnie z podziałami architektonicznymi obiektu budowlanego, w szczególności wyśrodkowanie albo wyjustowanie względem: otworów okiennych lub drzwiowych albo krawędzi elewacji albo detalu architektonicznego albo osi kompozycyjnych elewacji;
  - b) stosowanie przy doświetlaniu lub podświetlaniu tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych oświetlenia o stałej intensywności i barwie białej, którego źródło światła skierowane jest bezpośrednio na płaszczyznę tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,
  - c) wykonanie muralu reklamowego wyłącznie technikami plastycznymi;
- 3) dopuszcza się:
  - a) podświetlenie i doświetlenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, z zastrzeżeniem przepisów niniejszej uchwały,
  - b) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych oraz liniowo rozstawionych w kształt znaków bez tła lamp żarowych lub lamp wiernie je imitujących, pod warunkiem ukrycia instalacji zasilającej w energię elektryczną oraz zamaskowania kabli oraz elementów mocujących,
  - c) sytuowanie muralu reklamowego:
    - na elewacji nieposiadającej okien lub posiadającej wyłącznie okna klatek schodowych,
    - wyłącznie w formie znaków bez tła,
    - o dopuszczalnym polu powierzchni ekspozycji reklamy do 60% powierzchni elewacji, na której usytuowany jest mural,
  - d) sytuowanie reklam remontowo-budowlanych na rusztowaniach i ogrodzeniach budowlanych, jeśli sytuowane są one na czas remontu lub budowy i zawierają informację o dacie rozpoczęcia i zakończenia ekspozycji. Ekspozycja takiej tablicy nie może przekraczać 6 miesięcy w przypadku remontu i 12 miesięcy w przypadku nowej inwestycji budowlanej (reklamę remontowo-budowlaną można eksponować jedynie na rusztowaniu aktualnie remontowanej ściany) i nie częściej niż jeden raz na 10 lat.

§ 2. 1. W odniesieniu do szyldów, o ile inne przepisy uchwały nie stanowią inaczej, nakazuje się:

- 1) zachowanie pola ochronnego wokół obrysu tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego o wielkości nie mniejszej niż 15% wysokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, z wyłączeniem szyldów:
  - a) wykonanych z giętych lamp neonowych,
  - b) usytuowanych w nadświetlu wejścia do lokalu,





- c) usytuowanych modułowo, w zakresie odległości pomiędzy krawędziami tych szyldów;
- 2) dla szyldów o orientacji pionowej – nakazuje się zachowanie pola ochronnego wokół obrysu tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego o wielkości nie mniejszej niż 15% szerokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego,
- 3) sytuowanie szyldów o jednolitych gabarytach, wysokościach ich sytuowania i długościach wysięgników, na których są umieszczane, dla szyldów sytuowanych na galerii lub w obrębie podcienia lub za wspólnymi arkadami.

2. W odniesieniu do szyldów, z wyłączeniem szyldów zabytkowych i ich wiernych rekonstrukcji oraz szyldów sytuowanych na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych, dopuszcza się:

- 1) sytuowanie szyldów w poziomym pasie elewacji, znajdującym się ponad oknami w parterze i pod oknami kondygnacji następnej, przy czym dla szyldów:
  - a) równoległych – dopuszcza się sytuowanie także w nadświetlu funkcjonującego wejścia do budynku prowadzącego do lokalu oraz na totemie,
  - b) w formie flag na wysięgnikach historycznych lub ich wiernych rekonstrukcjach – w miejscu sytuowania wysięgnika historycznego lub jego wiernej rekonstrukcji; **[fakultatywnie, w przypadku występowania wysięgnika historycznego w gminie]**
- 2) sytuowanie w pionowym pasie elewacji znajdującym się pomiędzy otworami okiennymi i drzwiowymi – wyłącznie szyldów o pionowej orientacji, w formie znaków bez tła;
- 3) sytuowanie na elewacji wykonanej z materiałów szlachetnych – wyłącznie szyldów równoległych w formie znaków bez tła, w tym w formie giętych lamp neonowych, mocowanych w sposób nienaruszający materiałów szlachetnych (w szczególności na kołkach dystansowych lub podkonstrukcjach mocowanych w fugach pomiędzy cegłami);
- 4) sytuowanie nad otworami okiennymi lub drzwiowymi zwieńczonymi łukami lub detalem architektonicznym – wyłącznie szyldów w formie znaków bez tła, w tym w formie giętych lamp neonowych;
- 5) sytuowanie szyldów na zwieńczeniach bram lub wejść prowadzących do nieruchomości.

3. W odniesieniu do szyldów zabytkowych i ich wiernych rekonstrukcji, dopuszcza się sytuowanie:

- 1) szyldów zabytkowych – wyłącznie w obszarach szczególnie cennych dla społeczeństwa ze względu na swoje wartości historyczne;
- 2) wiernych rekonstrukcji szyldów zabytkowych – wyłącznie w miejscach dotychczasowego usytuowania szyldów rekonstruowanych.

4. W odniesieniu do szyldów sytuowanych na obiektach wyposażenia ogródków gastronomicznych, dopuszcza się wyłącznie sytuowanie szyldów równoległych w formie znaków bez tła na lambrekinach parasoli lub markiz lub nad wejściami do ogródków gastronomicznych **[jeśli uchwała dopuszcza groźenie ogródków gastronomicznych]**. Dopuszczalne pole powierzchni służącej ekspozycji reklamy szyldu wynosi do XY% powierzchni płaszczyzny, na której eksponowana jest reklama.

§ 3. W przypadku, gdy wejście do lokalu z zewnątrz znajduje się na następnej kondygnacji ponad parterem lub w suterenie lub w piwnicy, przepisy dotyczące tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych w parterze obowiązują także dla tych kondygnacji i lokali. Dotyczy to w szczególności wysokości szyldów, która odpowiada wysokości szyldów zlokalizowanych w parterze budynku.

§ 4. Ustala się następującą liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości:

**[do decyzji przez każdą gminę indywidualnie]**

- 1) jeden szyld równoległy albo **[jeśli jeden – „albo”, jeśli dwa i więcej – „lub”; nie stosować „i/lub”]** semaforowy dla każdego lokalu posiadającego bezpośrednie wejście z zewnątrz lub witrynę;
- 2) po jednym dodatkowym szyldzie równoległym albo **[zob. analogicznie - uwagi wyżej]** semaforowym sytuowanym na każdej dodatkowej elewacji dla każdego lokalu posiadającego witryny na co najmniej dwóch elewacjach lub co najmniej dwa czynne i udostępnione publicznie wejścia z zewnątrz;
- 3) jeden szyld wizytówkowy przy wejściu do budynku dla każdego podmiotu zajmującego lub współdzielącego lokal;
- 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 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 o 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 szyldy zabytkowe lub ich wiernie rekonstrukcje.

**§ 5. 1. W odniesieniu do następujących rodzajów szyldów:**

- 1) równoległych – dopuszcza się sytuowanie:
  - a) nad otworem drzwiowym lub okiennym lub nad kilkoma otworami,
  - b) w szczególnym przypadku pomiędzy otworami drzwiowymi lub okiennymi,
  - c) w nadświetlu lub na fryzie,
  - d) na przeszkleń w otworze okiennym lub drzwiowym, innym niż nadświetle,
  - e) na fragmentach ogrodzenia, na zwieńczeniu bramy w ogrodzeniu, na pylonie zbiorczym, na totemie,
  - f) równoległe do obrysu poziomego okapu lub markizy nad wejściem głównym, w szczególności zadaszonego podjazdu pod główne wejście do hotelu,
  - g) dla lokalu znajdującego się w suterenie lub w piwnicy na zadaszeniach wejść do piwnicy, na furtce lub łuku nad bramą;
- 2) głównych – dopuszcza się sytuowanie jak dla szyldów równoległych oraz:
  - a) ponad górną krawędzią elewacji, w odległości od tej krawędzi nie większej niż połowa wysokości znaków szyldu, a dla szyldów wykonanych z giętych lamp neonowych także na tej krawędzi,
  - b) w obrębie elewacji,
  - c) w miejscu wskazanym w projekcie budowlanym budynku,
  - d) na pylonie lub totemie;
- 3) semaforowych – z zastrzeżeniem ust. 2 i 3, dopuszcza się sytuowanie:
  - a) w sąsiedztwie otworu okiennego lub drzwiowego,
  - b) dla lokalu posiadającego witryny z obu stron narożnika budynku - na narożniku budynku, na piętrze na którym zlokalizowany jest lokal,
  - c) dla lokalu znajdującego się w suterenie lub w piwnicy – na słupku zlokalizowanym w bezpośredniej okolicy wejścia do lokalu;
- 4) wizytówkowych – dopuszcza się sytuowanie:
  - a) przy wejściu do budynku w obrębie parteru lub innej kondygnacji, na której znajduje się wejście do budynku,
  - b) przy wejściu do lokalu,
  - c) w parterze elewacji,
  - d) na pylonie wizytówkowym,
  - e) na ogrodzeniu.

**2. Sytuując szyldy semaforowe należy zachować odległość:**

- 1) nie mniejszą niż 2,5 metra - od poziomu terenu;
- 2) nie większą niż 1,2 metra, z uwzględnieniem wysięgnika – od płaszczyzny sytuowania do najdalej wysuniętego punktu szyldu,
- 3) nie mniejszą niż 3 metry pomiędzy szyldami semaforowymi, z wyłączeniem flag na wysięgnikach historycznych.

**§ 6. 1. W odniesieniu do tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż szyldy, o ile przepisy Uchwały nie stanowią inaczej:**

- 1) zakazuje się:
  - a) montowania podestów na tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych,





- b) stosowania efektów świetlnych, w szczególności: migotania, pulsowania, animowania, zmiany barw lub kierunku świecenia, z wyłączeniem rozwiązań dopuszczonych niniejszą uchwałą;
- 2) nakazuje się:
- w przypadku sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych na obiektach budowlanych - sytuowanie ich równolegle do powierzchni sytuowania, bez pozostawiania pustej przestrzeni pomiędzy powierzchnią ekspozycyjną tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, a powierzchnią sytuowania,
  - sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w taki sposób, aby ich elementy nie wystawały poza krawędzie płaszczyzny ściany,
  - w przypadku sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych o formatach innych niż drobny i mały - umieszczanie danych identyfikacyjnych właściciela tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego w widocznym miejscu na ich elementach konstrukcyjnych,
  - w przypadku sytuowania słupów ogłoszeniowych, urządzeń wyborczych i reklamy typu A [jeśli zdefiniowano „REKLAMĘ TYPU A – model Gdański”] - ukrycie w bryle urządzenia reklamowego jego fundamentu powierzchniowego sytuowanego bezpośrednio na gruncie.

2. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe inne niż szyldy muszą być wykonane z materiałów budowlanych, takich jak w szczególności: szkło, kamień, beton, tworzywa sztuczne, tkaniny, drewno, metale i ich kompozyty.

3. Ilekroć uchwała nie stanowi inaczej, sytuując wolnostojące tablice reklamowe i urządzenia reklamowe inne niż szyldy, należy zachować odległości nie mniejsze niż ... [należy wpisać w zależności od potrzeb] pomiędzy elementami stanowiącymi ich podstawy.

## Moduł 5. Ogrodzenia

§ 1. 1. W odniesieniu do ogrodzeń, z wyłączeniem ogrodzeń zabytkowych i ich wiernych rekonstrukcji, ogrodzeń terenów przeznaczonych do hodowli zwierząt oraz ogrodzeń tymczasowych [do wyboru, uzupełnienia przez daną gminę]:

- zakazuje się:
  - sytuowania ogrodzeń na terenach zieleni, w szczególności: lasów, pól, nieużytków zielonych, pastwisk, dolin rzecznych [do wyboru, uzupełnienia przez daną gminę, na jakich terenach];
  - w przypadku przęseł między podporami - sytuowania ogrodzeń nieprzeziernych, za wyjątkiem ogrodów wertykalnych opartych na modułach ściany zielonej,
  - sytuowania ogrodzeń wykonanych z:
    - w przypadku przęseł między podporami – prefabrykowanych elementów betonowych, żelbetonowych i blachy, z wyjątkiem ogrodzeń placów budowy oraz cmentarzy,
    - w pozostałych przypadkach - blach, płyt z tworzyw sztucznych, tkanin, tekstyliów i folii, zawierających elementy ostre lub niestanowiących integralnego elementu przęsła ogrodzenia;
- dopuszcza się:
  - sytuowanie ogrodzeń trwale związanych z gruntem, ażurowych, o wysokości dostosowanej do ogrodzeń zlokalizowanych w sąsiedztwie, lecz nie wyższej niż 1,5 metra nad poziomem terenu,
  - sytuowanie ogrodzeń wykonanych z zastosowaniem materiałów budowlanych, takich jak w szczególności: metalu, drewna, cegły, kamienia, betonu, szkła;
  - sytuowanie ogrodzeń lub ich wiernych rekonstrukcji w dotychczasowych miejscach ich sytuowania.

2. W odniesieniu do ogrodzeń zabytkowych i ich wiernych rekonstrukcji, dopuszcza się sytuowanie:

- ogrodzeń zabytkowych – wyłącznie w obszarach szczególnie cennych dla społeczeństwa ze względu na swoje wartości historyczne;
- wiernych rekonstrukcji ogrodzeń zabytkowych – wyłącznie w miejscach dotychczasowego usytuowania szyldów rekonstruowanych.

3. Za ogrodzenia, o których mowa w niniejszej uchwale nie uważa się obiektów takich jak:





- 1) murki o wysokości do 0,5 metra;
- 2) pachotki;
- 3) słupki;
- 4) barierki;
- 5) innych podobnych do wyżej wymienionych przedmiotów, których wysokość nie przekracza 0,5 metra.

4. Ograniczenie wysokości, o którym mowa w ust. 1 pkt 2 lit. a nie dotyczy odtwarzanych ogrodzeń historycznych, w tym furtek i bram, kontynuacji ogrodzeń, ogrodzeń sytuowanych na skarpie, ogrodzeń będących częścią muru oporowego oraz ogrodów wertykalnych opartych na modułach ściany zielonej.

5. Szczegółowe warunki sytuowania ogrodzeń, w zależności od obszaru sytuowania, ustalone zostały w ... [\[należy wskazać\]](#).

## Moduł 6.

### Obiekty małej architektury

§ 1. 1. W odniesieniu do obiektów małej architektury:

- 1) nakazuje się:
  - a) sytuowanie w sposób nieutrudniający ruchu pieszego i rowerowego,
  - b) stosowanie materiałów budowlanych, takich jak w szczególności: metal, drewno, cegła, kamień, beton, szkło, tworzywa sztuczne;
- 2) zakazuje się sytuowania obiektów małej architektury o wysokości większej niż ... [\[do indywidualnej decyzji danej gminy\]](#) licząc od poziomu terenu.

2. Wolno sytuować obiekty małej architektury, stanowiące urządzenia takie jak automaty sprzedażowe i parkomaty, wyłącznie o matowych powierzchniach zewnętrznych, wykonanych z materiałów budowlanych, takich jak w szczególności: metal, drewno, cegła, kamień, beton, szkło, tworzywa sztuczne - w kolorach: ... [\[należy określić\]](#).

3. Zasady i warunki sytuowania mebli miejskich określone zostały w... [\[należy wskazać odpowiedni dokument\]](#)

4. Dla obszaru objętego ochroną konserwatorską, oznaczonego ..., wyznacza się szczegółowe zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury, określone w ... [\[należy wskazać odpowiedni dokument\]](#)

## Moduł 7.

### Przepisy przejściowe i dostosowujące

§ 1. 1. Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe usytuowane przed wejściem w życie niniejszej uchwały, niezgodne z zasadami lub niespełniające warunków przewidzianych niniejszą uchwałą, muszą zostać usunięte lub dostosowane do postanowień niniejszej w terminie 24 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszej uchwały.

2. Dostosowując tablice reklamowe lub urządzenia reklamowe, o których mowa w ust. 1, do postanowień niniejszej uchwały należy:

- 1) należy usunąć wszystkie niezgodne z przepisami uchwały elementy tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych wraz z ich elementami mocującymi, w szczególności: kotwy, fundamenty, haki, ślady lub otwory po zamocowaniach;
- 2) przywrócić elementy przestrzeni zmienione w wyniku sytuowania tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych niezgodnych z przepisami uchwały do stanu poprzedniego, w szczególności poprzez uzupełnienie braków w powierzchniach i nawierzchniach sytuowania materiałami budowlanymi oraz aranżacją wg stanu poprzedniego.





3. W przypadku niespełnienia zasad i warunków uzależnionych od wzajemnego dostosowania pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi pierwszeństwo dostosowania do przepisów uchwały przysługuje tablicy reklamowej lub urządzeniu reklamowemu według następującej kolejności:

- 1) niespełniające pozostałych zasad i warunków określonych w uchwale;
- 2) o większej powierzchni służącej ekspozycji reklamy;
- 3) wyższe względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni;
- 4) bliższe do skrzyżowania dróg lub przejazdu kolejowego.

5. Wymiary tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, o których mowa w ust. 1, przekroczone o maksymalnie 5% względem wymiarów określonych w niniejszej uchwale, uznaje się za spełniające zasady i wymagania określone w niniejszej uchwale.

6. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w niniejszej uchwale obiekty małej architektury oraz ogrodzenia:

- 1) istniejące w dniu wejścia w życie uchwały;
- 2) wpisane do rejestru zabytków lub ujęte w gminnej ewidencji zabytków.

7. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w niniejszej uchwale ogrodzenia, które do dnia wejścia w życie uchwały uzyskały pozytywne stanowisko właściwego organu.

Dokument współfinansowany ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014-2020.

