

UCHWAŁA NR
RADY MIEJSKIEJ W OSTRÓDZIE

z dnia 2021 r.

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

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 i art. 40 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym

(t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 713 z późn. zm.), art. 37a ust. 1, 4 i 10 oraz art. 37b ust.6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741 z późn. zm.), w związku z uchwałą Rady Miejskiej w Ostródzie nr XXXIV/185/2020 z dnia 29 października 2020 r. w sprawie przygotowania projektu uchwały w sprawie ustalenia zasad i warunków sytuowania na terenie miasta Ostróda obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, **mając na celu poprawę estetyki przestrzeni publicznych i krajobrazu Ostródy, podniesienie wartości turystycznych miasta, wartości kulturowych, dostarczanych przez obiekty i obszary zabytkowe, wartości przyrodniczych, płynących z uwarunkowań naturalnych oraz mając na względzie jakość życia mieszkańców, Rada Miejska w Ostródzie uchwala co następuje:**

§ 1. Ustala się zasady i warunki sytuowania na terenie miasta Ostróda obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane, określone w załączniku Nr 1 do uchwały, zwane dalej Uchwałą Krajobrazową.

§ 2. Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych i częściowo nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Ostróda uwag wniesionych do wyłożonego do publicznego wglądu projektu Uchwały Krajobrazowej stanowi załącznik Nr 2 do uchwały.

§ 3. Wykonanie Uchwały Krajobrazowej powierza się Burmistrzowi Miasta Ostróda.

§ 4. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Warmińsko-Mazurskiego.

Załącznik Nr 1 do uchwały Nr
Rady Miejskiej w Ostródzie
z dnia.....2021 r.

**Zasady i warunki sytuowania na terenie Miasta Ostróda obiektów
małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń,
ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.**

**Rozdział I.
Przepisy wprowadzające.**

§ 1. 1. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyłącznie na zasadach i warunkach określonych w Rozdziale III, we wskazanych w nim gabarytach z zachowaniem standardów jakościowych i rodzajów materiałów z jakich zostały wykonane, z zastrzeżeniem ust 2 i ust. 4.

2. Rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, dopuszczonych do sytuowania na terenie Miasta Ostróda zostały wskazane w Rozdziale III oraz zdefiniowane w Rozdziale II.

3. Metodologia ustalania gabarytów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz określania maksymalnej liczby szyldów została określona w Rozdziale II.

4. W odniesieniu do szyldów obowiązują ponadto:

- 1) maksymalna liczba szyldów, które mogą być umieszczone na danej nieruchomości przez podmiot prowadzący na niej działalność, z podziałem na dopuszczone typy szyldów, wskazana w Rozdziale III;
- 2) zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty określone w Rozdziale III.

§ 2. Dopuszcza się sytuowanie ogrodzeń 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.

§ 3. Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury 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. Warunki i termin dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń i obiektów małej architektury określa Rozdział VI.

**Rozdział II.
Definicje i metodologia ustalania gabarytów i liczby szyldów.**

§ 5. Ilekroć w Uchwale Krajobrazowej jest mowa o:

- 1) **banerze reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, miękkiego tworzywa sztucznego lub papierowej folii impregnowanej, o strukturze spójnej 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;
- 3) **elementach krajobrazu kulturowego** – należy przez to rozumieć zabytki, ujęte w Gminnej Ewidencji Zabytków (w tym w szczególności ujęte w Wojewódzkim Rejestrze 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,
- 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, t. j. wycięcia w płaszczyźnie lub wycięcia z bryły – kształt formy nadaje obrys wycięcia widoczny w pozostawionym elemencie,
- c) w układzie wklęsłym, t.j. wytrawionym w metalu, wypalonym bądź wyrzeźbionym w drewnie, wyrzeźbionym w kamieniu naturalnym lub wyrytym w tynku;
- 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 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;
- 9) **formie zwartej** – należy przez to rozumieć formę przestrzenną urządzenia reklamowego, która wypełnia 80% przestrzeni prostopadłościanu opisanego na skrajnych elementach danego urządzenia reklamowego;
- 10) **formacie małym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna nie przekracza 0,7 m², zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 1,7 m;
- 11) **formacie średnim** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 0,7 m², ale nie przekracza 3 m², zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 3,9 m;
- 12) **formacie standardowym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 3 m², ale nie przekracza 6 m², zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 5,4 m;
- 13) **formacie dużym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 6 m², ale nie przekracza 18 m², zaś wysokość w przypadku formy wolnostojącej wynosi maksymalnie 10 m;
- 14) **formacie dominującym** – należy przez to rozumieć takie ograniczenie gabarytów tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym powierzchnia ekspozycyjna jest większa niż 18 m²;
- 15) **gablocie ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć drewnianą lub metalową szafkę z przezroczystym frontem oraz nieprzezroczystym tyłem, służącą do prezentacji umieszczonych w jej wnętrzu elementów, w tym tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, sytuowaną w poziomie parteru elewacji;
- 16) **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;

- 17) **kasetonie** – należy przez to rozumieć 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;
- 18) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w postaci powłoki malarskiej, wykonanej bezpośrednio na ścianie budynku;
- 19) **neonie** – należy przez to rozumieć szczególny przypadek formy ażurowej, w postaci lampy jarzeniowej, wykonanej ze szklanej rury wypełnionej gazem szlachetnym, tworzącej napis lub kompozycję plastyczną;
- 20) **osiach kompozycyjnych elewacji** – należy przez to rozumieć wyobrażalne linie proste, na których oparte są istotne architektonicznie 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;
- 21) **pasie ochronnym** – należy przez to rozumieć obszar elewacji, położony bezpośrednio wokół tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, w którym nie występują istotne architektonicznie 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;
- 22) **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;
- 23) **powierzchni ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy;
- 24) **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 (dolna 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;
- 25) **przyczepie reklamowej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe nietrwale związane z gruntem, umieszczone na przyczepach samochodowych, lawetach lub innych konstrukcjach umożliwiających przemieszczanie oraz pojazdach, służących wyłącznie funkcji reklamowej, w przypadku ich sytuowania w sposób widoczny z dróg publicznych;
- 26) **pylonie** - należy przez to rozumieć wolnostojącą tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, mocowane w gruncie, w formie zwartej i o smukłej proporcji;
- 27) **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;
- 28) **reklamie okolicznościowej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe, nie będące szyldem, umieszczane tymczasowo na okres maksymalnie 30 dni (lub umieszczane tymczasowo na 60 dni w okresie od lipca do sierpnia) w związku z posiadającym datę rozpoczęcia i zakończenia wydarzeniem, w postaci nietrwale związanej z gruntem, budynkiem lub budowlą, formy płaskiej bądź przestrzennej;
- 29) **reklamie pneumatycznej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe z tworzywa sztucznego, wypełnione powietrzem, wolnostojące i nietrwale związane z gruntem;
- 30) **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);

- 31) **semaforze** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe mocowane prostopadle do elewacji budynku na wysięgniku;
- 32) **słupie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie walca;
- 33) **smukłej proporcji** – należy przez to rozumieć proporcje szerokości do wysokości tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, wynoszące od 1:3 do 1:5;
- 34) **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;
- 35) **standardzie wyświetlania** – należy przez to rozumieć sposób wyświetlania reklam umożliwiający bieżącą zmianę informacji wizualnej z poszanowaniem komfortu odbiorcy, przez co rozumie się:
- zachowanie stałości obrazu,
 - brak stosowania efektów wizualnych i przerw pomiędzy kolejno wyświetlanymi reklamami,
 - 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,
 - stosowanie alternatywnie:
 - stałej jasności wyświetlacza – maksymalnie 400 cd/m²,
 - zmiennej jasności wyświetlacza, która nie może przekraczać:
 - w dzień – 7 000 cd/m² dla reklam wyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w dzień – 2 500 cd/m² dla reklam niewyposażonych w automatyczny system regulacji jasności,
 - w nocy – 400 cd/m²;
- 36) **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 koziółek lub tablica kredowa;
- 37) **sytuowaniu zbiorczym** – należy przez to rozumieć sposób sytuowania szyldów w przypadku występowania więcej niż jednej działalności na danej nieruchomości, polegający na obowiązku umieszczenia szyldów wielu podmiotów, działających na jednej nieruchomości na wspólnych tablicach reklamowych lub urządzeniach reklamowych w ramach dopuszczalnej liczby szyldów;
- 38) **tabliczce na dystansach** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową mocowaną do elewacji budynku za pomocą śrub dystansujących konstrukcję właściwą od elewacji;
- 39) **totemie** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe, trwale związane z gruntem, o smukłej proporcji oraz o powierzchni ekspozycyjnej w formie przestrzennego komponentu reklamowego na wysokim słupie;
- 40) **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;
- 41) **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;
- 42) **wysokim standardzie jakościowym** – należy przez to rozumieć:
- zachowanie ciągłości pokrycia, grubości i koloru powłoki malarskiej elementów konstrukcyjnych;

- c) brak ubytków w materiale konstrukcji i materiale wykończeniowym konstrukcji;
- d) brak występowania rdzy na elementach metalowych;
- e) zapewnienie odpowiedniego naciągu reklam wykonanych na materiałach miękkich, przez co rozumie się zachowanie jednej płaszczyzny powierzchni ekspozycyjnej tablic reklamowych, bez wybrzuszeń, dziur i zagięć.

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

- 1) przepisami ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 741 z późn. zm.): reklama, szyld, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe;
- 2) przepisami ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 1333 z późn. zm.): budynek, budowla, obiekt budowlany, obiekt małej architektury;
- 3) przepisami ustawy z dnia 20 czerwca 1997 r. - Prawo o ruchu drogowym (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 450 z późn. zm.): skrzyżowanie;
- 4) przepisami rozporządzenia Ministra Transportu i Gospodarki Morskiej z dnia 2 marca 1999 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać drogi publiczne i ich usytuowanie (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 124): teren zabudowy.

§ 7. 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 poziomu 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) liczba szyldów sytuowanych przez jeden podmiot rozumiana jest jako jeden szyld w przypadku:
- zastosowania szyldu w formie ażurowej – wszystkie elementy takiego szyldu,
 - umieszczenia w przestrzeni jednego otworu okiennego lub drzwiowego witryny bądź na jednej elewacji przeszklonej,
 - zastosowania szyldu w formie wolnostojącej, posiadającego powierzchnie ekspozycyjne skierowane w różne strony, jeśli zachowują identyczne gabaryty i wysokość sytuowania;
- 8) podane w uchwale gabaryty, w przypadku zastosowania formy dwustronnej, dotyczą odrębnie każdej z powierzchni ekspozycyjnych.

Rozdział III.

Zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, w tym będących szyldami, ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§ 8. 1. Postanowienia dla bannerów reklamowych, nie będących szyldami:

- zasady i warunki sytuowania:
 - zakaz sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego,
 - dopuszcza się sytuowanie, z zastrzeżeniem lit. 1:
 - na elewacjach, posiadających maksymalnie 3 otwory okienne,
 - wyłącznie na ścianach w dobrym stanie technicznym, tj. bez ubytków w tynku,
 - z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1m,
- gabaryty: ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% ściany, na której jest sytuowany;
- standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
- rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne, metal.

2. Postanowienia dla bannerów reklamowych, nie będących szyldami, będących reklamą okolicznościową lub wyborczą:

- zasady i warunki sytuowania – zakaz sytuowania:
 - na elementach krajobrazu kulturowego,
 - na drzewach.
- gabaryty: format średni lub format standardowy;
- standardy jakościowe: wysoki standard jakościowy;
- rodzaje materiałów budowlanych: tworzywo sztuczne i metal.

§ 9. 1. Postanowienia dla billboardów, nie będących szyldami:

- zasady i warunki sytuowania:
 - forma wolnostojąca;
 - zakaz sytuowania:
 - na elementach krajobrazu kulturowego,
 - na nieruchomościach, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
 - minimalne odległości od innych billboardów bez względu na ich gabaryt:
 - 70 m dla formatu standardowego,
 - 120 m dla formatu dużego.
- gabaryty: format standardowy lub format duży, z tym zastrzeżeniem, że:
 - w zależności od wielkości powierzchni nieruchomości:

- na nieruchomościach o powierzchni do 4000 m² powierzchni – format standardowy,
- na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² powierzchni – format duży;

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,
- e) dopuszcza się przewijaną powierzchnię ekspozycyjną;

4) rodzaje materiałów budowlanych:

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

2. W odniesieniu do billboardów, będących szyldami:

1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:

- a) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² do 4000 m² – maksymalnie jeden,
- b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² – maksymalnie trzy;

2) zasady i warunki sytuowania:

- wyłącznie na budynku, z wyłączeniem elementów krajobrazu kulturowego;
- z zachowaniem pasa ochronnego szerokości minimum 1m,
- sytuowanie zbiorcze;

3) gabaryty: format średni lub standardowy;

§ 10. 1. Postanowienia dla flag reklamowych, niebędących szyldem:

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.

2. W odniesieniu do flag reklamowych, będących szyldami:

1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy;

2) zasady i warunki sytuowania:

- a) forma wolnostojąca;
 - b) wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m²,
 - c) warunek trwałego związania z gruntem,
 - d) poza elementami krajobrazu kulturowego,
 - e) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego
 - f) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) Gabaryty: format średni lub format standardowy.

§ 11. 1. Postanowienia dla form ażurowych, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie na dachach;
- 2) gabaryty:
 - a) wysokość maksymalna, wyrażona w proporcji 1:5 w stosunku do wysokości tejże elewacji,
 - b) format standardowy lub format duży;
- 3) standardy jakościowe:
 - a) wyłącznie jako neon,
 - b) obowiązuje wysoki standard jakościowy,
 - c) światło stałe o stałym natężeniu i kolorze;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych:
 - a) konstrukcja: metal,
 - b) powierzchnia ekspozycyjna: formowane szkło.

2. W odniesieniu do form ażurowych, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) w witrynie: maksymalnie jeden 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;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w witrynie: z zachowaniem osi symetrii otworu okiennego,
 - b) w pasie szyldowym: w sposób niewykraczający poza granice pasa,
 - c) powyżej pasa szyldowego na elewacji:
 - obowiązuje sytuowanie prostopadłe do elewacji,
 - obowiązuje sytuowanie w osi symetrii elewacji między otworami okiennymi lub istotnymi detalami architektonicznymi,
 - d) na dachu:
 - z zachowaniem właściwej proporcji,
 - w przypadku sytuowania na elementach krajobrazu kulturowego jedynie jako neon;
- 3) gabaryty:
 - a) obowiązuje format mały, format średni lub format standardowy,
 - b) w przypadku sytuowania powyżej pasa szyldowego na elewacji: szerokość maksymalnie 1,5 m.

§ 12. 1. Postanowienia dla gablot ekspozycyjnych, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) forma wolnostojąca lub zintegrowana z wiatą przystankową;
 - b) odległości między gablotami ekspozycyjnymi sytuowanymi na tej samej lub różnych nieruchomościach: minimalnie 30 m, nie dotyczy formy zintegrowanej 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.

2. W odniesieniu do gablot ekspozycyjnych, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) dla formy wolnostojącej:
 - na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² do 4000 m² – maksymalnie trzy,
 - na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² – maksymalnie sześć,
 - b) w przypadku sytuowania na budynku: maksymalnie dwa na każdej elewacji,
 - c) w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia: maksymalnie jeden na przęsło oraz dwa zintegrowane z bramą;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:
 - a) zachowanie smukłej proporcji,
 - b) zachowanie formy zwartej,
 - c) sytuowanie zbiorcze
 - d) dopuszcza się formę dwustronną;
- 3) 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,
 - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi,
 - d) sytuowanie zbiorcze;
- 4) zasady i warunki sytuowania w przypadku sytuowania w ramach ogrodzenia:
 - a) wykonane jako element stały, wkomponowany w przęsło;
 - b) wykonane jako element stały, skomponowany w skrzydło bramy lub jako jej zwieńczenie;
- 5) gabaryty dla formy wolnostojącej: format mały lub format średni;
- 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.

§ 13. Postanowienia dla kasetonów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji;
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w pasie szyldowym, w sposób niewykraczający poza granice,
 - b) poza nieruchomościami, na których znajdują się budynki lub budowle, będące elementami krajobrazu kulturowego;
- 3) gabaryty: format mały, format średni lub format standardowy.

§ 14. Postanowienia dla murali reklamowych, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) na elewacjach, posiadających maksymalnie 3 otwory okienne,
 - b) mural reklamowy powinien obejmować całą ścianę, na której jest naniesiony,
 - c) wyłącznie na ścianach w dobrym stanie technicznym, tj. bez ubytków w tynku;
- 2) gabaryty: ogranicza się powierzchnię ekspozycyjną do 30% muralu;
- 3) standardy jakościowe: obowiązuje wysoki standard jakościowy;
- 4) rodzaje materiałów budowlanych: farba.

§ 15. Postanowienia dla przyczep reklamowych, nie będących szyldami:

- 1) zasady i warunki sytuowania:
 - a) jedynie jako reklama okolicznościowa lub reklama wyborcza;
 - b) zakaz sytuowania:
 - na miejscach parkingowych,
 - w pasach drogowych,
 - na elementach 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.

§ 16. Postanowienia dla pylonów, będących szyldami:

- 1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:
 - a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m² – maksymalnie jeden,
 - b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² do 4000 m² – maksymalnie dwa,
 - c) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² – maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania dla formy wolnostojącej:
 - a) zachowanie smukłej proporcji,
 - b) zachowanie formy zwartej,
 - c) sytuowanie zbiorcze
 - d) dopuszcza się formę dwustronną;

3) gabaryty dla formy wolnostojącej:

a) na nieruchomościach o powierzchni do 2000 m² – format mały lub format średni,

b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² do 4000 m² – format mały, format średni lub format standardowy,

c) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² – format mały, format średni, format standardowy lub format duży.

§ 17. Postanowienia dla reklamy naklejanej, będącej szyldem:

1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości:

a) maksymalnie jedna na otwór okienny lub drzwiowy,

b) maksymalnie 3 na urządzenie automatyczne;

2) zasady i warunki sytuowania:

a) w witrynie,

b) na urządzeniach automatycznych;

3) gabaryty:

a) w witrynach

- w przypadku formy ażurowej format mały lub format średni,

- w pozostałych przypadkach format mały,

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

§ 18. Postanowienia dla reklamy pneumatycznej, nie będącej szyldem:

1) zasady i warunki sytuowania: wyłącznie jako reklama okolicznościowa, z wyłączeniem reklamy wyborczej;

2) gabaryty: maksymalnie 6m szerokości na 6m grubości na 6m wysokości;

3) standardy jakościowe: dopuszcza się formę dwustronną;

4) materiały budowlane: tworzywo sztuczne, metal.

§ 19. Postanowienia dla semaforów, będących szyldami:

1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji;

2) zasady i warunki sytuowania:

a) w pasie szyldowym lub poniżej;

b) dolna krawędź semafora minimalnie na wysokości 2,5 m,

c) forma dwustronna;

3) gabaryty: format mały.

§ 20. 1. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, nie będących szyldami:

1) zasady i warunki sytuowania: zachowanie minimalnej odległości między słupami ogłoszeniowo-reklamowymi sytuowanymi na tej samej lub różnych nieruchomościach, wynoszącej 30 m;

2) gabaryty maksymalne: wysokość 4 m, średnica 1,8 m;

3) standardy jakościowe:

a) obowiązuje wysoki standard jakościowy,

b) dopuszcza się reklamy umożliwiające bieżącą zmianę informacji wizualnej, przy zachowaniu standardu oświetlenia;

4) rodzaje materiałów budowlanych:

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

2. Postanowienia dla słupów ogłoszeniowo-reklamowych, będących sztyldami;

- 1) liczba sztyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie trzy;
- 2) zasady i warunki sytuowania: zachowanie minimalnej odległości między słupami ogłoszeniowo-reklamowymi, wynoszącej 3 m;
- 3) gabaryty zgodnie z ust. 1 pkt 2.

§ 21. 1. Postanowienia dla stojaków reklamowych nie będących sztyldami:

- 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 użytkownika oraz zapewniania dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami poprzez zachowanie ciągu komunikacyjnego o szerokości minimum 2 m umożliwiające swobodne przemieszczanie się,
 - c) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie 2 m od granicy nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność;
- 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.

2. Postanowienia dla stojaków reklamowych, będących sztyldem:

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

§ 22. Postanowienia dla tabliczek na dystansach, będących sztyldami:

- 1) liczba sztyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden na każdej elewacji,
- 2) zasady i warunki sytuowania:
 - a) w pasie sztyldowym lub poniżej pasa sztyldowego,
 - b) w odniesieniu do osi kompozycyjnych elewacji – symetrycznie lub stycznie względem nich gabaryty: format mały, format średni lub format standardowy,
 - c) poza istotnymi detalami architektonicznymi, z dopuszczeniem sytuowania na boniowaniu, dopasowanie sztyldu do kształtu jednej lub dwóch płaszczyzn lica ciosu, z zachowaniem widoczności krawędzi boni, otaczających sztyld;

3) gabaryty: format mały.

§ 23. Postanowienia dla totemów, będących szyldem:

1) liczba szyldów dla każdej z działalności, prowadzonej na danej nieruchomości: maksymalnie jeden;

2) zasady i warunki sytuowania:

a) wyłącznie na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m²,

b) sytuowanie zbiorcze,

c) zachowanie smukłej proporcji

d) dopuszcza się formę dwustronną;

3) gabaryty:

a) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 2000 m² do 4000 m² – format duży,

b) na nieruchomościach o powierzchni powyżej 4000 m² – format duży lub format dominujący.

§ 24. W zakresie reklamy okolicznościowej, w tym reklamy wyborczej, dopuszcza się ją również na zasadach i warunkach, wskazanych w §9 - §22.

Rozdział IV.

Zasady i warunki sytuowania ogrodzeń,

ich gabaryty, standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

§ 25. Zakazuje się:

1) stosowania dla ogrodzeń sąsiadujących z pasami drogowymi dróg publicznych, z wyłączeniem tymczasowego ogrodzenia placu budowy:

a) ogrodzeń pełnych, tj. posiadających stosunek powierzchni prześwitów do powierzchni ogrodzenia mniejszy niż 40%,

b) poniższych materiałów

- prefabrykatów betonowych, z wyłączeniem cokołu,

- blach trapezowych i falistych,

- tworzyw sztucznych;

2) stosowania dla ogrodzeń sytuowanych na nieruchomościach, na których są sytuowane elementy krajobrazu kulturowego poniższych materiałów:

a) siatek ogrodzeniowych,

b) metalowych paneli zgrzewanych z wyjątkiem tymczasowego ogrodzenia placu budowy wyłącznie na czas trwania budowy.

§ 26. Dopuszcza się 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:

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

2) możliwości zachowania istniejących drzew i krzewów;

3) utrzymania porządku;

4) zapewnienia płynności i bezpieczeństwa ruchu drogowego i wjazdu na posesję.

§ 27. Ogranicza się gabaryty ogrodzeń poprzez obowiązek zachowania wysokości zbliżonej do ogrodzenia sąsiedniego, z dopuszczeniem różnicy nie większej niż 25% wysokości.

§ 28. Określa się następujące standardy jakościowe 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;
- 2) akcentowanie rytmu przęseł na całej długości ogrodzenia;
- 3) stosowanie kolorystyki malowanych i lakierowanych metalowych części ogrodzeń - szarej, czarnej lub w kolorze błękitu pruskiego;
- 4) ogranicza się zastosowanie drewna wyłącznie do układu poziomego wypełnienia przęseł.

Rozdział V.

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

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

- 1) zapewnienia bezpieczeństwa użytkownika 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.

§ 30. Maksymalne gabaryty obiektów małej architektury (szerokość, wysokość i grubość) nie mogą przekroczyć 6 m każdy.

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

- 1) stosowania dla malowanych elementów metalowych kolorystyki szarej, czarnej lub ciemnozielonej, przy czym dopuszcza się dla malowanych elementów metalowych kolorystykę brązową dla osłon śmietnikowych;
- 2) stosowania dla pozostałych elementów kolorystyki naturalnych materiałów, z dopuszczeniem zastosowania do drewna lazur ochronnych niekryjących, zachowujących widoczny rysunek słoików.

§ 32. Maksymalne gabaryty, określone w §30 oraz standardy jakościowe, wskazane

w §31 nie obowiązują w stosunku do obiektów o charakterze artystycznym, zabytkowym lub placów zabaw.

Rozdział VI.

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.

§ 33. 1. Określa się termin dostosowania istniejących w dniu wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej tablic i urządzeń reklamowych, na 36 miesięcy od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej, z zastrzeżeniem ust. 2.

2. 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 72 miesiące od daty wejścia w życie Uchwały Krajobrazowej.

3. Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w Uchwale Krajobrazowej, istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały:

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

§ 34. 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.

§ 35. 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.

§ 36. W przypadku niespełnienia zasad i warunków uzależnionych od wzajemnego dostosowania odległości pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, określonymi w §9 w pierwszej kolejności dostosowania do przepisów Uchwały Krajobrazowej wymaga tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe według następującej kolejności:

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

Załącznik Nr 2 do uchwały Nr

Rady Miejskiej w Ostródzie

z dnia.....2021 r.

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

Podmiot lub osoba składająca uwagę	Nr uwagi (l.p.)	Treść uwagi zgłoszonej przez podmioty, o których mowa w art. 37b ust 2 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym; Sposób rozpatrzenia Burmistrza Miasta Ostróda z uzasadnieniem; Rozstrzygnięcie Rady Miejskiej w Ostródzie o sposobie rozpatrzenia uwag nieuwzględnionych przez Burmistrza Miasta Ostróda.
McDonald's Polska Sp. z o.o.	1.	<p>Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym (usunięto informacje mogące stanowić tajemnicę przedsiębiorstwa, choć nie zastrzeżono tego w uwadze):</p> <p>Powszechnie stosujemy następujące kategorie znaków: <i>[wymieniono katalog szyldów z nazwami i gabarytami bez odniesień do postanowień zawartych w przedmiotowym projekcie uchwały]</i></p> <p>Należy pamiętać, iż w każdej lokalizacji liczba śmietników, parasoli czy przęseł ogrodzenia jest dobierana indywidualnie, dlatego też ilość elementów, a co za tym idzie łączna powierzchnia reklamowa, może się od siebie różnić.</p> <p>Ponadto, prosimy o uwzględnienie w projekcie uchwały w szczególności sposobu prowadzenia usług gastronomicznych w restauracjach umożliwiających obsługę osób zmotoryzowanych w systemie drive thru, tj. bez wysiadania z samochodu (towar wydawany jest z okienka wprost do pojazdu). Zmotoryzowani klienci powinni mieć możliwość zapoznania się z ofertą, menu, cennikiem na tzw. linii drive'a. Informacje te zazwyczaj znajdują na podświetlanych tablicach, na których, zgodnie z odrębnymi przepisami, przedstawia się nie tylko zdjęcie produktu, ale i cenę zakupu. W praktyce nie ma innej (niż graficzna) możliwości przedstawienia menu, w przypadku gdy zainteresowana osoba obsługiwana jest bez wychodzenia z samochodu.</p> <p>Dodatkową argumentacją przemawiającą za uwzględnieniem powyższych postulatów jest fakt, że zabudowa nieruchomości w reklamy umieszczone na pylonie i elewacji budynku w postaci nazwy własnej lub logo została zrealizowana w ramach jednego architektonicznego projektu zatwierdzonego ostatecznym pozwoleniem na budowę. Prawa nabyte i inne prawnie chronione wartości wynikające z prawa własności i swobody prowadzenia działalności gospodarczej winny zostać uwzględnione w ramach wprowadzania aktu prawa miejscowego.</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Miasta Ostróda: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Uwaga nie może być uwzględniona ze względu na jej ogólny charakter. Nie podano, które zapisy budzą zastrzeżenia. Nie podano, które w wymienionych szyldów, stosowanych ogólnie przez korporację w całej Polsce zostały zastosowane w Ostródzie, uniemożliwiając analizę szczegółową przedłożonej listy w porównaniu z zapisami uchwały. Nie posłużono się również nazwami stosowanymi w słowniczku projektowanej regulacji, trudno więc jednoznacznie stwierdzić, które z wymienionych</p>

		<p>sztyldów są gablotami, a które pylonami (choć definicje wprowadzone w uchwale są jednoznaczne i każdy podmiot może je łatwo zidentyfikować).</p> <p>Warto jednak nadmienić, że do opracowania uchwały krajobrazowej została przygotowana szczegółowa analiza przestrzenna, biorąca pod uwagę prowadzone działalności, w tym działalność korporacji, zgłaszającej uwagę. Przewidziano różnorodny katalog sztyldów, funkcjonujących w rynku. Warto choćby przytoczyć postanowienia dla totemu (nazywanego w uwadze pylonem reklamowym), który w przypadku przedmiotowej nieruchomości może mieć format dominujący, tj. powyżej 18 mkw powierzchni ekspozycyjnej bez ograniczenia wysokościowego. Ponadto dopuszcza się liczbę sztyldów w zależności od rodzaju sztyldu, przykładowo: forma ażurowa (napisy i logo przestrzenne) na budynku:</p> <p>a) w witrynie: maksymalnie jeden na każdej elewacji, b) w pasie sztyldowym: maksymalnie jeden na każdej elewacji, c) powyżej pasa sztyldowego na elewacji: maksymalnie jeden, d) na dachu: maksymalnie jeden. Inny przykład – gabłota ekspozycyjna wolnostojąca: maksymalnie sześć.</p> <p>Jest wysoce prawdopodobne, że przedmiotowa nieruchomość nie będzie wymagała wielu znaczących dostosowań, jednak nie przekazano informacji, pozwalających to zweryfikować – zatem intencja oczekiwanych zmian nie jest jednoznaczna.</p> <p>Stanowisko Rady Miejskiej w Ostródzie:</p>
<p>SPÓŁDZIELNIA MIESZKANIOWA „JEDNOŚĆ”</p>	<p>2.</p>	<p>Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym:</p> <p>Rozdział III §9.1. lit. c - określono odległości od innych billboardów wynoszące odpowiednio 70m dla formatu standardowego i 120m dla formatu dużego. Przepis narusza zasadę równości i konkurencyjności. Biorąc pod uwagę sytuację gdy mamy do czynienia z dwoma sąsiadującymi ze sobą nieruchomościami należącymi do dwóch konkurencyjnych podmiotów gospodarczych z których każdy planuje umieszczenie na swojej nieruchomości billboardu reklamowego a odległość pomiędzy nimi będzie mniejsza niż określona powyżej w myśl określonego przepisu będzie decydowała zasada kto pierwszy ten lepszy. Umieszczenie billboardu na jednej z dwóch sąsiadujących ze sobą nieruchomości skutecznie uniemożliwi analogiczne postępowanie na tej pozostałej.</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Miasta Ostróda:</p> <p>Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie:</p> <p>Uwaga nie jest jednoznaczna. Można zakładać bez pewności, że składającemu chodziło o usunięcie zapisu, ewentualnie taką jego korektę, która zniweluje opisywany problem. Jednak uchwała już go rozwiązuje – cytując projekt:</p> <p>§36. W przypadku niespełnienia zasad i warunków uzależnionych od wzajemnego dostosowania odległości pomiędzy tablicami reklamowymi lub urządzeniami reklamowymi, określonymi w §9 w pierwszej kolejności dostosowania do przepisów Uchwały Krajobrazowej wymaga tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe według następującej kolejności:</p> <p>1) niespełniające pozostałych zasad i warunków określonych w Uchwale Krajobrazowej; 2) o większej powierzchni służącej ekspozycji reklamy;</p>

	<p>3) wyższe względem poziomu najbliższej krawędzi jezdni; 4) bliższe do skrzyżowania dróg lub przejazdu kolejowego.</p>
	<p>Stanowisko Rady Miejskiej w Ostródzie:</p>
3.	<p>Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym:</p> <p>Rozdział III §8 ust. 2) - określono gabaryty dla banerów reklamowych nie będących szyldami jako format średni lub format standardowy tj. o maksymalnej powierzchni w formacie standardowym wynoszącym nie więcej niż 6m². Przepis narusza zasadę swobody prowadzonej działalności nie dopuszczając formatu dużego lub dominującego. Średnia powierzchnia reklamowa na ścianie szczytowej budynku wielorodzinnego zarówno w zasobach Spółdzielni jak również u innych prywatnych zarządców czy wspólnot mieszkaniowych wynosi ok 80m². Wprowadzenie ograniczenia powierzchniowego w proponowanej formie spowoduje utratę przychodów za najem powierzchni reklamowych, które niejednokrotnie stanowią jedyną formę przychodów dla nieruchomości wieloskalowej.</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Miasta Ostróda: Częściowe uwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Brak ograniczenia dla takiej reklamy byłby zachowaniem status quo. Uwaga dotyczy tylko reklamy okolicznościowej (taki jest zakres dopuszczenia banneru), więc sytuacja nie odnosi się do wspomnianego przykładu. Reklama na budynku, w obecnym projekcie uchwały jest dopuszczona w formie muralu. W związku z powiązaniem tych zagadnień wprowadza się zmianę, polegającą na dopuszczeniu banneru wielkoformatowego jako reklamy stałej, na maksymalnie 30% elewacji budynku nie zabytkowego, nieposiadającego okien (wprowadzenie ustępów i dodanie nowego ustępu w §8).</p>
	<p>Stanowisko Rady Miejskiej w Ostródzie:</p>
4.	<p>Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym:</p> <p>Rozdział III §9 pkt. 2 ust. 2) tiret 2 - w postanowieniach dotyczących szerokości pasa ochronnego 1m dla billboardów będących szyldami Spółdzielnia wskazuje, że przedmiotowy przepis znacząco ogranicza możliwość lokalizacji billboardów na ścianach o dużym przeszkleniu (budynek komercyjny [...] w pasie pomiędzy dolną krawędzią okien a nawisem elewacji).</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Miasta Ostróda: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: Postanowienia uchwały zostały celowo sformułowane w taki sposób, aby billboardy będące szyldami mogły być realizowane tylko na dużych fragmentach ścian bez osdób i okien. Sytuowanie dużych tablic w pasie elewacji przedmiotowego budynku dysharmonizowałoby jego wartości</p>

	<p>architektoniczne.</p>
	<p>Stanowisko Rady Miejskiej w Ostródzie:</p>
5.	<p>Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym: Rozdział III §11 pkt. 1 - w postanowieniach dla form ażurowych, nie będących sztyldami dopuszczono zasady i warunki sytuowania wyłącznie na dachach. Jakże autor dopuszcza rozwiązania w przypadku gdy lokalizacja na dachu nie będzie możliwa np. z uwagi na przysłanianie okien w przyległym budynku (budynek handlowy [...] z przyległym budynkiem mieszkalnym wielorodzinnym [...]).</p> <p>Rozstrzygnięcie Burmistrza Miasta Ostróda: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie rozstrzygnięcia: W projekcie uchwały nie nakazano sytuowania formy ażurowej na całej szerokości elewacji (co mogłoby w przedmiotowym przypadku skutkować zasłonięciem okien budynku mieszkalnego, co byłoby niezgodnie z przepisami prawa). Możliwa jest realizacja przedmiotowych reklam na innym fragmencie dachu.</p> <p>Stanowisko Rady Miejskiej w Ostródzie:</p>
6.	<p>Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym: Rozdział III §11 pkt. 2 ust. 1 - w postanowieniach dotyczących liczby sztyldów dla każdej działalności prowadzonej w nieruchomości ustalono maksymalnie jeden sztyld na każdej elewacji. Spółdzielnia wskazuje, że w budynku komercyjnym [...] w poziomie przyziemia na każdej z dwóch elewacji (ul. [...]) znajdują się wejścia do kilku lokali użytkowych. W większości przedmiotowe lokale posiadają witryny zorientowane na jedną z ulic. Wobec czego jak interpretować zapis uchwały dotyczący lokalizacji sztyldów w witrynach „maksymalnie jeden na każdej elewacji”.</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Miasta Ostróda: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: W uwadze nie wskazano treści merytorycznej (oczekiwanej zmiany zapisu). Postanowienie uchwały nie posiada interpretacji – jako akt prawa miejscowego jest jednoznaczna, gdyż taki jest wymóg prawny. Przekładając jednak zapis projektu uchwały na język potoczny przedmiotowy zapis oznacza, że każda działalność może umieścić na każdej elewacji po jednym sztyldzie w pasie sztyldowym. Zatem liczbę sztyldów „1” można umieścić w zależności od liczby działalności i liczby elewacji, poprzez mnożenie liczby „1” przez liczbę działalności i liczbę elewacji. Przykład: 2 elewacje i dwie działalności = 4 sztyldy w sumie na budynku w pasach sztyldowych. 3 elewacji i 4 działalności = 12 sztyldów w sumie na budynku w pasach sztyldowych. Co więcej, jeśli budynków na nieruchomości jest więcej to liczbę tą można pomnożyć przez liczbę budynków. Równocześnie nie oznacza to, że jakikolwiek podmiot może umieścić więcej niż 1 sztyld na jednej elewacji (liczba ta nie jest zależna od sumy sztyldów) dopuszczonych na budynkach w pasach sztyldowych na nieruchomości.</p>

	<p>Stanowisko Rady Miejskiej w Ostródzie:</p>
7.	<p>Treść uwagi w brzmieniu zgłoszonym: Rozdział III §19 ust. 1 - w postanowieniach dotyczących liczby semaforów będących szyldami dla każdej działalności prowadzonej w nieruchomości ustalono maksymalnie jeden szyld na każdej elewacji. Spółdzielnia wskazuje, że w budynku komercyjnym [...] w poziomie przyziemia na każdej z dwóch elewacji (ul. [...]) znajdują się wejścia do kilku lokali użytkowych. W większości przedmiotowe lokale posiadają witryny zorientowane na jedną z ulic. Wobec czego jak interpretować zapis uchwały dotyczący lokalizacji semaforów „maksymalnie jeden na każdej elewacji”.</p> <p>Rozpatrzenie Burmistrza Miasta Ostróda: Nieuwzględnienie.</p> <p>Uzasadnienie: W uwadze nie wskazano treści merytorycznej (oczekiwanej zmiany zapisu). Postanowienie uchwały nie posiada interpretacji – jako akt prawa miejscowego jest jednoznaczna, gdyż taki jest wymóg prawny. Przekładając jednak zapis projektu uchwały na język potoczny przedmiotowy zapis oznacza, że każda nieruchomość może umieścić na każdej elewacji po jednym semaforze. Zatem liczbę semaforów „1” można umieścić w zależności od liczby działalności i liczby elewacji, poprzez mnożenie liczby „1” przez liczbę działalności i liczbę elewacji. Przykład: 2 elewacje i dwie działalności = 4 semafony w sumie na budynku 3 elewacji i 4 działalności = 12 semafony w sumie na budynku. Co więcej, jeśli budynków na nieruchomości jest więcej to liczbę tą można pomnożyć przez liczbę budynków. Równocześnie nie oznacza to, że jakikolwiek podmiot może umieścić więcej niż 1 semafor na jednej elewacji (liczba ta nie jest zależna od sumy semaforów) dopuszczonych na nieruchomości.</p> <p>Stanowisko Rady Miejskiej w Ostródzie:</p>