

Projekt

z dnia 13 lipca 2020 r.

Zatwierdzony przez

**UCHWAŁA NR
RADY MIEJSKIEJ KARPACZA**

z dnia 2020 r.

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

Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tekst jednolity Dz. U. z 2020, poz. 293) Rada Miejska Karpacza uchwała, co następuje:

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

2. Uchwała dotyczy całego obszaru Miasta Karpacz.

3. Uchwały nie stosuje się do:

- 1) urządzeń służących do prezentacji informacji wg. Systemu Informacji Miejskiej, nie będących „reklamą” w rozumieniu przepisów odrębnych, w szczególności oznakowania parkingów, obiektów handlowych, sportowych i kulturalnych;
- 2) tablic informacyjno – promocyjnych, dotyczących projektów współfinansowanych ze środków publicznych, w szczególności zagranicznych i państwowych, sporządzonych zgodnie z przepisami odrębnymi;
- 3) informacji turystycznej, w szczególności tablic informacyjno – promocyjnych Karkonoskiego Parku Narodowego oraz map, planów miasta, tablic informacji turystycznej oraz oznakowania turystycznego.
- 4) ogrodzeń, dla których zasady sporządzania i lokalizowania zostały określone w przepisach odrębnych;
- 5) obiektów małej architektury, ogrodzeń, tablic reklamowych oraz urządzeń reklamowych i szyldów wymienionych w:
 - a) w kartach ewidencyjnych zabytków (stanowiących część zbioru kart ewidencyjnych zabytków prowadzonego przez Generalnego Konserwatora Zabytków lub przez Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków),
 - b) w kartach adresowych zabytków nieruchomości w gminnej Ewidencji Zabytków,
- 6) wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, przeznaczonych lub służących ekspozycji materiałów wyborczych w rozumieniu ustawy Kodeks Wyborczy.

§ 2. 1. Celem uchwały jest:

- 1) ochrona istniejącej struktury przestrzennej, lokalnej kultury, istniejących wartościowych obiektów i układów urbanistycznych oraz cennych historycznie i kulturowo walorów widokowych miasta;
- 2) przeciwdziałanie degradacji przestrzeni publicznej i terenów otwartych przez urządzenia reklamowe, informacyjne, promocyjne i techniczne;

3) tworzenie pozytywnych relacji między terenami publicznymi a otaczającymi je nieruchomościami prywatnymi.

2. Uchwała realizuje swoje cele poprzez:

- 1) ochronę interesu zbiorowego przed agresywnym zawłaszczaniem przestrzeni publicznej;
- 2) ustalenie zasad i warunków sytuowania na terenie Miasta Karpacza obiektów małej architektury, tablic reklamowych, urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane a także;
- 3) ustalenie zasad i warunków sytuowania szyldów na terenie Miasta Karpacza.

Rozdział 1. PRZEPISY OGÓLNE

§ 3. 1. Ilekroć w uchwale jest mowa o:

- 1) ustawie – należy przez to rozumieć ustawę z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz. U. z 2020, poz. 293);
- 2) banerze (bannerze) – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w postaci elastycznej wstęgi z tkaniny wykonanej z włókien naturalnych i/lub syntetycznych, a także w postaci wstęgi folii;
- 3) bilbordzie (billboardzie) - należy przez to rozumieć wielkopowierzchniowe tablice lub plakaty służące do ekspozycji reklamy;
- 4) kondygnacji - w rozumieniu ustawy Prawo budowlane (Dz. U. z 2019, poz. 1186 z późn. zm.);
- 5) muralu – należy przez to rozumieć dekoracyjne, wielkoformatowe malarstwo ścienne, w szczególności wykonane na elewacji budynku lub ogrodzeniu, o ile tematyką muralu jest „upowszechnianie w jakiegokolwiek wizualnej formie informacji promującej osoby, przedsiębiorstwa, towary, usługi, przedsięwzięcia lub ruchy społeczne”, mural traktowany jest jako tablica reklamowa;
- 6) obiektach sportowych – należy przez to rozumieć budowle sportowe, zgodnie z rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 30 grudnia 1999 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Obiektów Budowlanych (Dz. U. z 1999 r., Nr 112, poz. 1316 z późn. zm.);
- 7) obiektach zabytkowych – należy przez to rozumieć obiekty wpisane do odpowiedniego rejestru zgodnie z Ustawą z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (Dz. U. z 2020 r. poz. 282);
- 8) ogrodzeniu pełnym – należy przez to rozumieć mur lub takie ogrodzenie, w którym powierzchnia prześwitów widocznych w kierunku prostopadłym do ogrodzenia wynosi mniej niż 50%, z zastrzeżeniem, że nie dotyczy to murów oporowych;
- 9) ogródka gastronomicznym – należy przez to rozumieć wyznaczone miejsca poza lokalem gastronomicznym, dopuszczone do użytkowania dla celów gastronomicznych;
- 10) placach zabaw – należy przez to rozumieć zespół obiektów małej architektury, zlokalizowanych w zdefiniowanej przestrzeni - często ogrodzonej, przeznaczony do rekreacji dla dzieci;
- 11) potykaczach – należy przez to rozumieć tablice reklamowe, nie związane na trwałe z podłożem, jedno lub dwustronne, ustawiane na chodniku, w pasażu, galerii handlowej itp., najczęściej przy wejściu do lokalu lub bezpośrednio przed nim;
- 12) pylonie (totemie) – należy przez to rozumieć wolnostojące, trwałe połączone z gruntem zbiorcze urządzenie reklamowe, na którym istnieje możliwość zamieszczenia więcej niż jednej reklamy lub szyldu;
- 13) reklamie – należy przez to rozumieć reklamę w rozumieniu art. 2 pkt 16a „ustawy”;
- 14) reklamie mobilnej - należy przez to rozumieć przedmioty, nie związane na trwałe z gruntem, np. pojazdy (silnikowe i napędzane siłą mięśni), naczepy, przyczepy i elementy nadwozia pojazdów oraz zespołów pojazdów wykorzystywane jako nośniki reklamy. O ile nośnik reklamy

mobilnej nie uczestniczy w ruchu drogowym, jest traktowany jak wolnostojąca tablica i urządzenie reklamowe;

- 15) szyldzie - należy przez to rozumieć przedmiot w rozumieniu art. 2 pkt 16d „ustawy”. Szyldem, w rozumieniu niniejszej uchwały jest także nie posiadający tła układ przestrzenny liter i innych znaków znajdujący się na elewacji lub elementach konstrukcyjnych obiektu, lub namalowany bezpośrednio na elewacji lub elemencie konstrukcyjnym obiektu, informujący o działalności prowadzonej w danym obiekcie;
- 16) szyldzie zbiorczym - należy przez to rozumieć przedmiot, o zharmonizowanej kompozycji i szacie graficznej, zawierający informację o trzech lub większej ilości działalności prowadzonych w danym obiekcie;
- 17) tablicach reklamowych – należy przez to rozumieć tablice reklamowe w rozumieniu art. 2 pkt 16b „ustawy”;
- 18) urządzeniach reklamowych – należy przez to rozumieć urządzenia reklamowe w rozumieniu art. 2 pkt 16c „ustawy”;
- 19) witrynie - należy przez to rozumieć okno wystawowe w sklepie lub lokalu usługowym o konstrukcji umożliwiającej eksponowanie towarów lub tablic i urządzeń reklamowych.

2. Pozostałe określenia użyte w uchwale należy rozumieć zgodnie z ich definicjami określonymi w przepisach odrębnych oraz zgodnie z wykładnią językową.

Rozdział 2. PRZEPISY SZCZEGÓŁOWE

§ 4. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania **obiektów małej architektury**:

- 1) zakazuje się:
 - a) lokalizacji obiektów małej architektury w sposób zakłócający funkcjonowanie przestrzeni publicznej ciągów i przejść pieszych na chodnikach i w pasażach;
 - b) lokalizacji obiektów małej architektury wyższych niż 5 m;
- 2) nakazuje się:
 - a) projektowanie elementów małej architektury z detalami nawiązującymi do form historycznych i lokalnych, z wyłączeniem wyposażenia placów zabaw i obiektów sportowych,
 - b) dostosowanie skali, formy i kolorystyki obiektów małej architektury do istniejącego krajobrazu, a w szczególności do istniejącej w bezpośrednim sąsiedztwie zabudowy historycznej, z wyłączeniem wyposażenia placów zabaw i obiektów sportowych,
 - c) sytuowanie elementów małej architektury wykonanych z:
 - drewna i konglomeratów drewna,
 - stopów żelaza (stali, odlewów żeliwnych, itd.),
 - stopów miedzi (brąz, mosiądz, itd.),
 - stopów aluminium;
 - granitu, piaskowca, bazaltu, łupka oraz łupka syntetycznego,
 - cegły i ceramiki;
 - betonu architektonicznego;
 - szkła przezroczystego i jego imitacji z tworzyw sztucznych,
- 3) dopuszcza się wykorzystanie innych materiałów, w tym tworzyw sztucznych do wykonania elementów wyposażenia placów zabaw oraz obiektów sportowych.

§ 5. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania **szyldów**:

1) zakazuje się:

- a) sytuowania więcej niż jednego szyldu indywidualnego przypadającego na jedną działalność gospodarczą prowadzoną w obiekcie lub więcej jak jednego szyldu zbiorczego, na każdej z elewacji;
- b) sytuowania więcej niż jednego szyldu przypadającego na jedną działalność gospodarczą prowadzoną w obiekcie lub więcej jak jednego szyldu zbiorczego, na ogrodzeniu z każdej ze stron obiektu, w którym prowadzona jest działalność,
- c) sytuowania szyldów indywidualnych o powierzchni przekraczającej 1 m² każdy, lub szyldów zbiorczych o powierzchni przekraczającej 2 m², przy czym w przypadku szyldów w postaci układu przestrzennego liter i innych znaków lub szyldów malowanych bezpośrednio na obiekcie lub ogrodzeniu powierzchnię szyldu określa się jako pole zewnętrznego obrysu całego układu,
- d) sytuowania szyldów w sposób zasłaniający charakterystyczne detale architektoniczne budynku (takie jak: gzyms, parapet, balustrada, okiennica),
- e) sytuowania szyldów o wysokości wyższej niż ogrodzenie, na którym zostały sytuowane,
- f) sytuowania szyldów w sposób wpływający negatywnie na kompozycję i ekspozycję elewacji budynków zabytkowych wpisanych do rejestru zabytków oraz ujętych w Gminnej Ewidencji Zabytków;

2) nakazuje się:

a) sytuowanie szyldów:

- na płasko na elewacji budynku, przy czym odległość liczona od elewacji do zewnętrznej krawędzi szyldu nie może przekraczać 25 cm, **lub**
- prostopadle do elewacji, na wysięgniku, przy czym wysunięcie szyldu nie może być większe niż 1 m a dolna krawędź szyldu powinna znajdować się nie niżej niż 2,5 m nad poziomem terenu, w szczególności chodnika,

b) w przypadku lokalizacji szyldu na ogrodzeniu, sytuowanie szyldów wyłącznie na płasko przy czym odległość liczona od zewnętrznej płaszczyzny ogrodzenia do zewnętrznej krawędzi szyldu nie może przekraczać 25 cm,

c) sytuowanie na obiektach budowlanych reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych dotyczących działalności prowadzonych w oficynie lub w drugiej linii zabudowy, przy czym sumaryczna powierzchnia na elewacji nie może być większa niż wskazana w zapisach szczegółowych,

d) stosowanie skali, formy i kolorystyki szyldów w dostosowaniu do charakteru i kompozycji elewacji budynku;

3) Dopuszcza się sytuowanie dotatkowo jednego nośnika na obiekt, w formie:

a) szyldu umiejscowionego na dachu w sposób wysunięty powyżej górnej krawędzi elewacji budynku, przy czym wymiary szyldu nie mogą przekraczać 10% wysokości obiektu i 25% szerokości elewacji, na której zostały sytuowane, **albo**

b) szyldu umiejscowionego na elewacji budynku poziomo w jednym rzędzie tworzącym spójny estetycznie ciąg, w obszarze wyznaczonym pomiędzy ostatnią kondygnacją a górną krawędzią elewacji budynku, w pasie o maksymalnej wysokości nie przekraczające 10% wysokości obiektu, **albo**

c) szyldu umiejscowionego na elewacji budynku pionowo w jednej kolumnie, tworzącej spójny estetycznie ciąg wyznaczony w obszarze od górnej krawędzi elewacji budynku, z zasadą dodawania kolejnych urządzeń reklamowych w kierunku od górnej do dolnej linii elewacji, w pasie o maksymalnej szerokości nie przekraczające 10% szerokości elewacji.

§ 6. Ustala się następujące zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych na obiektach budowlanych:

1) zakazuje się:

- a) sytuowania reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych na obiektach zabytkowych wpisanych do Rejestru Zabytków,
- b) sytuowania więcej niż dwóch tablic lub urządzeń reklamowych, z wyłączeniem szyldów, na każdej z elewacji obiektu budowlanego,
- c) sytuowania reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych o łącznej powierzchni większej niż 3 m² na każdej z elewacji, do powierzchni tablic i urządzeń reklamowych nie wlicza się powierzchni szyldów, z wyłączeniem obiektów sportowych i kulturalnych;
- d) sytuowania reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych powyżej linii parteru budynku lub gzymsu rozdzielającego parter od pierwszego piętra, w szczególności na dachach budynków, dla obiektu budowlanego,
- e) sytuowania reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych w sposób zasłaniający charakterystyczne detale architektoniczne budynku (takie jak: gzyms, parapet, boniowanie, balustrada, okiennica),
- f) sytuowania reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych na:
 - murach oporowych i konstrukcjach oporowych,
 - balustradach,
 - ogrodzeniach cmentarzy,
 - obiektach małej architektury,
 - urządzeniach infrastruktury technicznej i drogowej,
 - słupach elektrycznych i oświetleniowych,
 - elementach przyrody nieożywionej,
 - na drzewach i w zasięgu ich koron oraz w sposób pogarszający warunki wegetacji roślin;
- g) sytuowania reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych, które poprzez swoje gabaryty, wykorzystane materiały i standardy jakościowe imitują formy znaków drogowych lub oznakowania wg. Systemu Informacji Miejskiej,
- h) sytuowania reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych w sposób wpływający negatywnie na kompozycję i ekspozycję elewacji budynków ujętych w Gminnej Ewidencji Zabytków;

2) nakazuje się:

- a) sytuowanie reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych:
 - na płasko na elewacji budynku, przy czym odległość liczona od elewacji do zewnętrznej krawędzi tablicy lub urządzenia reklamowego nie może przekraczać 25 cm, **lub**
 - w świetle drzwi i witryn, od zewnętrznej lub wewnętrznej strony przeszklenia lub na roletach i żaluzjach,
- b) dostosowanie nośników do kompozycji architektonicznej i charakteru budynku oraz do pozostałych reklam i szyldów sytuowanych na obiekcie,
- c) sytuowanie reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych, z wyjątkiem banerów, wykonanych z:
 - drewna i konglomeratów drewna,
 - stopów żelaza (stali, odlewów żeliwnych, itd.),
 - stopów miedzi (brąz, mosiądz, itd.),
 - stopów aluminium;
 - granitu, piaskowca, bazaltu, łupka oraz łupka syntetycznego,
 - cegły i ceramiki,

- szkła przezroczystego i jego imitacji z tworzyw sztucznych;

3) dopuszcza się:

- a) sytuowanie reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych w witrynach, przy czym wymiary tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego nie mogą przekraczać 75% powierzchni witryny,
- b) sytuowanie, dotatkowo na obiektach sportowych i kulturalnych, na elewacji wejściowej, jednej tablicy lub urządzenia reklamowego, przy czym wymiary tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego nie mogą przekraczać 25% wysokości i 25% szerokości elewacji, na której zostały sytuowane,
- c) sytuowanie nie więcej niż jednej tablicy lub urządzenia reklamowego na rusztowaniu budowlanym, lub na obiekcie budowlanym w związku z prowadzeniem, zgodnie z przepisami odrębnymi, robót budowlanych, nie dłużej jednak niż przez 24 miesiące, przy czym powierzchnia reklamy lub urządzenia reklamowego nie może przekraczać 25% powierzchni rusztowania.

§ 7. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych:

1) zakazuje się:

- a) sytuowania wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych na drogach pożarowych oraz dojściach do dróg pożarowych, hydrantów, zbiorników przeciwpożarowych, urządzeń przeciwpożarowych, głównych wyłączników prądu i głównych zaworów gazu;
- b) sytuowania na terenie każdej z nieruchomości wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych o sumarycznej powierzchni reklamowej powyżej 4 m², przy czym do wskazanego limitu wlicza się powierzchnie wszystkich typów i form wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych, w tym reklam pneumatycznych, chorągwi (winderów), itd.,
- c) sytuowania wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych, w szczególności potykaczy na chodnikach i jezdni dróg publicznych,
- d) sytuowania tablic i urządzeń reklamowych, w promieniu 25 m od zabytków nieruchomych wpisanych do rejestru zabytków,
- e) sytuowania reklam oraz tablic i urządzeń reklamowych, które poprzez swoje gabaryty, wykorzystane materiały i standardy jakościowe imitują formy znaków drogowych lub oznakowania wg. Systemu Informacji Miejskiej,
- f) sytuowania wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych w sposób wpływający negatywnie na kompozycję i ekspozycję elewacji budynków ujętych w Gminnej Ewidencji Zabytków.

§ 8. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

1) zakazuje się:

- a) sytuowania, od strony dróg publicznych, ogrodzeń:
 - pełnych, w szczególności wykonanych z prefabrykowanych betonowych przęseł oraz wykonanych z blachy, z dopuszczeniem ogrodzeń terenu budowy, zgodnie z przepisami odrębnymi;
 - wykonanych z siatki „leśnej”, z dopuszczeniem ogrodzenia lasów i terenów leśnych;
- b) sytuowania ogrodzeń wokół ogródków gastronomicznych o wysokości przekraczającej 1,5 m,
- c) sytuowania ogrodzeń w sposób wpływający negatywnie na kompozycję i ekspozycję elewacji budynków zabytkowych wpisanych do rejestru zabytków oraz ujętych w Gminnej Ewidencji Zabytków.

Rozdział 3.
PRZEPISY PRZEJŚCIOWE I KOŃCOWE

§ 9. 1. Istniejące w dniu wejścia w życie uchwały ogrodzenia oraz tablice i urządzenia reklamowe, należy dostosować do zawartych w uchwale zakazów, zasad i warunków, w terminie 12 miesięcy od dnia wejścia uchwały w życie.

2. Istniejące w dniu wejścia w życie uchwały obiekty małej architektury nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale.

§ 10. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Dolnośląskiego.