

Projekt

z dnia 23 października 2020 r.

Zatwierdzony przez

**UCHWAŁA NR 362/20
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 (Dz. U. z 2020 r. poz. 293 z późn. zm.) Rada Miejska Karpacz uchwala, 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. Rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag do projektu uchwały, stanowi załącznik nr 1 do uchwały.

4. 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 r. poz. 293 z późn. zm.);
- 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) billboardzie (billboardzie) - należy przez to rozumieć wielkopowierzchniowe tablice lub plakaty służące do ekspozycji reklamy;
- 4) kondygnacji - w rozumieniu ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo budowlane (Dz. U. z 2020 r. poz. 1333);
- 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 z późn. zm.);
- 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, trwale 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 nie 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, dodatkowo 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.

**ROZSTRZYGNIECIE O SPOSOBIE ROZPATRZENIA UWAG ZŁOŻONYCH DO PROJEKTU UCHWAŁY 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**

Projekt uchwały został wyłożony do publicznego wglądu w okresie od 21 lipca 2020r. do 19 sierpnia 2020 r.
Termin wnoszenia uwag dotyczących projektu planu określony w ogłoszeniu upłynął w dniu 3 września 2020 roku.

Niniejsze rozstrzygnięcie, zgodnie z przepisami art. 37b ust. 6 ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, zawiera listę wszystkich uwag nieuwzględnionych przez Burmistrza Karpacza. W zakresie uwag objętych załącznikiem, Rada Miejska Karpacza postanawia przyjąć następujący sposób ich rozpatrzenia:

L.p.	Data wpływu uwagi	Nazwisko i imię, nazwa jednostki organizacyjnej i adres zgłaszającego uwagi (w dokumentacji)	Treść uwagi	Rozstrzygnięcie Burmistrza Karpacza w sprawie rozpatrzenia uwagi		Rozstrzygnięcie Rady Miejskiej Karpacza w sprawie rozpatrzenia uwagi		Uwagi
				Uwaga uwzględniona	Uwaga nieuwzględniona	Uwaga uwzględniona	Uwaga nieuwzględniona	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	02.09.2020	[*]	<p>UWAGI do projektu uchwały Rady Miejskiej Karpacza w sprawie 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.</p> <p>1. W rozdziale 2 § 5 pkt 3 litera a - wykreślić zapisy litery a.</p>	-	x			1. Jeden dodatkowy szyld (odnoszący się – zgodnie z definicją wyłącznie do rodzaju prowadzonej działalności np. „HOTEL:”) na dachu obiektu nie zakłóci znacząco jakości

							przestrzeni a pozwoli na łatwiejszą orientację klientów.
		2. W rozdziale 2 § 6 pkt 3 litera b - dopisać „, dodatkowe reklamy na obiektach sportowych i kulturalnych zezwala się umieszczać na czas trwania imprez sportowych i kulturalnych i w okresie 7 dni poprzedzających te imprezy, zapisy stosujemy również do stoków narciarskich i kompleksów sportowych.	-	x			2. W/w obiekty znajdują się w Polskiej Klasyfikacji Obiektów Budowlanej pod nr 2412. Ograniczenia czasowe zostały usunięte z całości projektu uchwały jako niezgodne z Ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym
		3. W rozdziale 2 § 7 pkt 1 litera b - zmienić sumaryczną powierzchnię reklamową powyżej 4 m ² na 3 m ² .	-	x			3. Zmiana o 1m ² nie wprowadza znaczącej różnicy a powodowałby daleko idące skutki proceduralne, ponowne opiniowanie i uzgadnianie oraz wyłożenie do publicznego wglądu. Ustalenia projektu uchwały są długo wypracowywanym kompromisem (5lat).
		4. W rozdziale 2 § 8 pkt 1 litera a - dopisać wykonanych z siatki oraz ogrodzeń panelowych z drutu w ciągach ulic Konstytucji 3 Maja, Karkonoskiej, Obrońców Pokoju, Wilczej, Sarniej, Kolejowej, Myśliwskiej, Olimpijskiej, Skalnej, Staszica, M. Skłodowskiej - Curie , Nadrzecznej, Na Śnieżkę.	-	x			4.Taki zapis wymagałby utworzenia specjalnej strefy obejmującej w/w ulice. Na wstępnym etapie projektu podejmowano próby w wydzielenia stref o zróżnicowanych ustaleniach – po wielu konsultacjach i ... pozostała jedna strefa dla całego obszaru

			5. Ponadto wnosimy o wprowadzenie zapisu odnoszącego się do opiniowania projektów szyldów i reklam przez Komisję Urbanistyczno-Architektoniczną miasta Karpacza oraz Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków we Wrocławiu z delegaturą w Jeleniej Górze.	-	x			Gminy. 5. Z przyczyn proceduralnych (czas i brak prawnych umocowań) oraz kosztowych (dodatkowe koszty związane ze zwołaniem KUA) nie ma możliwości uwzględnienia tej sugestii.
2.	03.09.2020[*]	[*]	<p>Uwagi do projektu uchwały Rady Miejskiej Karpacza z dnia 13 lipca 2020 r. w sprawie ustalenia zasad 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.</p> <p>W związku z publicznym wyłożeniem projektu uchwały „reklamowej” składamy swoje spostrzeżenia i uwagi, które wynikają z analizy tekstu uchwały oraz naszych pism w tej sprawie z lipca i września 2016 r. (w załączeniu). Wyrażamy zadowolenie, że część naszych propozycji została uwzględniona w projekcie.</p>					
			1. Bardzo dobrze się stało, że uchwała obejmie całe miasto. Uważamy jednak, że należy rozważyć wprowadzenie minimum dwóch stref: pierwszej, obejmującej historyczne centrum z deptakiem odpowiadające w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego jednostce A, oraz drugiej, która obejmie pozostałą część miasta.	-	x			1. Podział na strefy – był proponowany i rozważany na etapie projektowym przed opiniowaniem i uzgadnianiem, po wielu spotkaniach i korektach pozostawiono jedną wspólną strefę dla całej Gminy.
			2. Zamieszczone w treści projektu zdanie (§ 2) o ochronie interesu zbiorowego „przed agresywnym zawłaszczaniem przestrzeni publicznej” dotyczy w większości przypadków centrum Karpacza. Dlatego zapisy dotyczące tego obszaru powinny być bardziej precyzyjne, eliminujące uznaniowość decyzji. Takim przykładem	-	x			2. Zgadza się z tezą, że zapisy mogłyby zostać doprecyzowane, jednak uwaga SOKiAS nie zawiera propozycji

		zbyt ogólnego sformułowania jest paragraf 4 1) a), który zakazuje „lokalizacji obiektów małej architektury w sposób zakłócający funkcjonowanie przestrzeni publicznej ciągów i przejść pieszych na chodnikach i w pasażach”.					zmiany zapisu.
		3. Sądzimy, że warto uwzględnić w § 7 umieszczanie reklam na elewacjach bez okien lub nie zasłaniających okien oraz zastanowić się, czy w historycznym centrum powinno być miejsce na murale.	-	x			3. Zapisy takie już się znajdują - zakaz umieszczania na elementach architektonicznych dotyczy reklam „zewnątrznych”. Dopuszcza się umieszczanie reklam w świetle drzwi i witryn (okno na piętrze nie jest witryną).
		4. Projekt uchwały nie bierze pod uwagę reklamy cyfrowej, a problemy z nośnikami elektronicznymi mogą się w najbliższym czasie pojawić. Proponujemy zmienić w § 2.1.3) wyrażenie „pozytywnych relacji” które bardziej odnosi się do kontaktów międzyludzkich niż terenów publicznych i nieruchomości prywatnych oraz zastąpić je innymi słowami, na przykład „harmonii” lub „ładu”.	-	x			4. Uwaga nie wskazuje co należy rozumieć pod pojęciem „reklamy cyfrowej”. Wykładnia Nadzoru jest taka, że nie możemy ustalać kwestii związanych ze światłem lub dźwiękiem.
		5. Projekt powinien zostać również uzupełniony o formę egzekwowania zapisów uchwały.	-	x			5. Egzekwowanie Uchwały i kary opisuje Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym w art. 37.d. Uchwała nie może wchodzić w kompetencje ustawowe.

UZASADNIENIE

Zgodnie z art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (tj. Dz. U. z 2020 r. poz. 293 ze zm.) rada gminy może ustalić w formie uchwały 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. Uchwała ta umożliwi ewentualne podjęcie uchwały w sprawie określenia wysokości stawek opłaty reklamowej i jej pobieranie.

Celem niniejszej uchwały jest ustalenie 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 jako elementów porządkujących rozwój społeczno-ekonomiczny miasta przy jednoczesnym poszanowaniu walorów przestrzenno-wizualnych.

30 grudnia 2015 r. Rada Miasta Karpacza podjęła uchwałę Nr XVII/122/15 w sprawie przystąpienia do sporządzenia projektu uchwały o zasadach i warunkach sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń. Na mocy uchwały inicjującej powstał niniejszy akt prawa miejscowego, mający na celu ochronę ładu przestrzennego i jego prawidłowego kształtowania w przestrzeni miasta. Niniejsza uchwała wpłynie na poprawę estetyki przestrzeni publicznych Karpacza, stanowiących dobro wspólne, przy jednoczesnym poszanowaniu ochrony dziedzictwa kulturowego, poczucia przynależności do otaczającej przestrzeni, a także poprawy jakości życia mieszkańców.

Realizacja celów wiąże się bezpośrednio z przyjętymi założeniami ograniczania przypadkowości sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, jak również ich określa ich dopuszczalne gabaryty. Przyjęcie uchwały ustalającej 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 stwarza realną szansę ograniczania chaosu reklamowego degradującego przestrzeń miejską, jednak ze szczególnym uwzględnieniem zapotrzebowania na przekaz informacyjny o działalnościach prowadzonych w mieście. Poprzez ustalenia niniejszej uchwały starano się również ograniczyć zakrywanie i oszpecanie zabytkowych elementów wystroju urbanistyczno-architektonicznego.

Celem wprowadzenia niniejszych zasad jest zachowanie równowagi między oczekiwaniami przedsiębiorców zainteresowanych eksponowaniem m.in. reklam a ochroną wartościowych elementów przestrzeni publicznej w skali od detalu architektonicznego przez zabytkowe założenie urbanistyczne poszczególnych obszarów, do skali krajobrazu kulturowego Miasta. Z uwagi na fakt wysokiej wartości historycznej śródmieścia miasta Karpacza, będącego jednocześnie centrum życia gospodarczego, wprowadzenie niniejszych zasad jest konieczne dla jego ochrony oraz w celu ukazania w pełni walorów miasta dla korzyści wszystkich, którzy korzystają z przestrzeni publicznej.

Mając na uwadze powyższe, podjęcie niniejszej uchwały należy uznać za zasadne i celowe.