

**UCHWAŁA NR XXIX/332/20**  
**RADY MIEJSKIEJ KARPACZA**

z dnia 28 października 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 urządzenia 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 m<sup>2</sup> każdy, lub szyldów zbiorczych o powierzchni przekraczającej 2 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>, 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 objekty 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.

Przewodniczący Rady  
Miejskiej Karpacza

**Tobiasz Frytz**

**ROZSTRZYGNIĘCIE 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 2020 r. 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	[*]	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. 1. W rozdziale 2 § 5 pkt 3 litera a - wykreślić zapisy litery a.	-	x	-	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	-	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 <sup>2</sup> na 3 m <sup>2</sup> .	-	x	-	x	3. Zmiana o 1m <sup>2</sup> nie wprowadza znaczącej różnicy a powodowałaby daleko idące skutki proceduralne, ponowne opiniowanie i uzgadnianie oraz wyłożenie do publicznego wglądu. Ustalenia projektu uchwały są długo wypracowywanym kompromisem(5 lat).
			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	-	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 Gminy.

			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	-	x	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	-	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 zbyt ogólnego sformułowania jest paragraf 4 1) a), który zakazuje „lokalizacji obiektów małej architektury w sposób zakłócający	-	x	-	x	2. Zgadza się z tezą, że zapisy mogłyby zostać doprecyzowane, jednak uwaga SOKiAS nie zawiera propozycji zmiany zapisu.	

			funkcjonowanie przestrzeni publicznej ciągów i przejść pieszych na chodnikach i w pasażach".					
			3. Sądzymy, 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	-	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	-	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	-	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.