

**- PROJEKT ROBOCZY –
I ETAP KONSULTACJI SPOŁECZNYCH**

**Uchwała nr
Rady Miasta Kielce
z dnia**

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 2016 r., poz. 778, 904, 961, 1250) uchwała się, co następuje:

§1

1. Uchwała 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, obowiązujące na obszarze Gminy Kielce (zwanej dalej: „Miastem”).
2. Integralną częścią uchwały są:
 - 1) rysunek granic stref, stanowiący Załącznik nr 1 do uchwały;
 - 2) rozstrzygnięcie w sprawie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Kielce uwag zgłoszonych do projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w Kielcach, stanowiące Załącznik nr 2 do uchwały.

**Rozdział I
Przepisy wstępne**

§ 2

1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż określone w niniejszej uchwale. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie takich rodzajów tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, o których mowa w przepisach uchwały, na warunkach i zasadach określonych w przepisach uchwały, z zastrzeżeniem ust. 2.
2. Dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych stanowiących szyldy, w niniejszej uchwale określa się zasady i warunki ich sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, które mogą być sytuowane na danej nieruchomości. Dopuszcza się sytuowanie wyłącznie takich rodzajów szyldów, o których mowa w Rozdziale III, na warunkach i zasadach określonych w przepisach uchwały.
3. Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury i ogrodzeń na zasadach i warunkach, ustalonych w Rozdziale VI i Rozdziale VII.
4. Przepisów uchwały nie stosuje się w odniesieniu do tablic informujących o finansowaniu inwestycji ze środków Unii Europejskiej.
5. W rozumieniu niniejszej uchwały nie stanowią reklamy informacje umieszczone na drzwiach, oknach, witrynach lub elewacjach szklanych zawierające wyłącznie informacje na temat:

- 1) możliwości dokonywania płatności kartami płatniczymi oraz korzystania z innych kart, w szczególności: rabatowych, lojalnościowych, wydawanych w ramach programów partnerskich, pozbawione nazw oraz graficznych oznaczeń podmiotów świadczących usługę, jak również dotyczące zwrotu podatku VAT, o powierzchni nie większej niż 155,4 cm² odpowiadającej powierzchni formatu A6 (10,5 cm x 14,8 cm);
- 2) godzin otwarcia lokalu o powierzchni nie większej niż 1247,4 cm² odpowiadającej powierzchni formatu A3 (42,0 cm x 29,7 cm);
- 3) ochrony/monitoringu obiektu, pozbawione nazw oraz graficznych oznaczeń podmiotów świadczących usługę.

§ 3

1. Ustala się podział Miasta na strefy, oznaczone jako: „A”, „B”, „C” i „D” o zróżnicowanych zasadach sytuowania obiektów małej architektury, ogrodzeń oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, których granice zawiera Załącznik nr 1 do niniejszej uchwały, gdzie wyodrębniono następujące obszary:
 - „A” - tereny zespołów i obiektów zabytkowych o wysokim znaczeniu dla tożsamości i wizerunku miasta;
 - „B” - tereny zurbanizowane inne niż „A”, „C” i „D”;
 - „C” - tereny o dominujących funkcjach gospodarczych (przemysł, bazy, składy, obszary rozmieszczenia obiektów handlowych o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m², obszary koncentracji funkcji usługowych, obszary obiektów oraz urządzeń sportowych);
 - „D” - tereny lasów, parków, skwerów, cmentarzy, dolin rzecznych, zieleni urządzonej i naturalnej oraz inne cenne pod względem przyrodniczym i krajobrazowym;

§ 4

1. Ilekroć w uchwale jest mowa o:
 - 1) **banerze reklamowym** - należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe elastyczne, nieażurowe, wykonane z tkanin, tekstyliów lub z miękkich tworzyw sztucznych, rozpinane pomiędzy lub na elementach konstrukcyjnych lub otaczających obiektach np. na stelażu, rusztowaniu budowlanym, elewacji budynku, ogrodzeniu, pojeździe (np. plandeka, transparent), za wyjątkiem flag, markiz i siatek reklamowych;
 - 2) **detalu architektonicznym** - należy przez to rozumieć element dekoracyjny obiektu budowlanego, w szczególności m.in.: gzyms, fryz, belkowanie, roleta lub żaluzja zewnętrzna, ryzalit, parapet, poręcz, balustrada, okiennica, element rzeźbiarski lub malarski, ozdobna stolarka lub ciesielka, sgraffito, boniowanie, blenda, płycina, opaska wokół otworu okiennego lub drzwiowego, a także sposób wykonania konkretnego elementu budowlanego lub połączenia elementów (np. przeszkleń okiennych lub ścian osłonowych) lub wykonania izolacji;
 - 3) **fladze** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną z tkaniny, tekstyliów lub folii z tworzywa sztucznego, sytuowaną w szczególności na masztach, słupach lub wysięgnikach umocowanych na elewacji;
 - 4) **formacie drobnym** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną, prostokątną powierzchnię ekspozycyjną o wielkości do 0,1 m' włącznie;
 - 5) **formacie małym** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną, prostokątną powierzchnię ekspozycyjną o wielkości od 1,0 m² do 3,0 m² włącznie, której

- maksymalny wymiar liniowy w rzucie nie może przekroczyć 2,0 m, o maksymalnej grubości 0,25 m;
- 6) **formacie średnim** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną, prostokątną powierzchnię ekspozycyjną o wielkości od 3,0 m² do 9,0 m² włącznie, której maksymalny wymiar liniowy w rzucie nie może przekroczyć 3,8 m, o maksymalnej grubości 0,50 m;
 - 7) **formacie dużym** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną, prostokątną powierzchnię ekspozycyjną o wielkości od 9,0 m² do 18,0 m² włącznie, której maksymalny wymiar liniowy w rzucie nie może przekroczyć 6,4 m, o maksymalnej grubości 0,50 m;
 - 8) **formacie wielkim** – należy przez to rozumieć płaską, jednostronną, prostokątną powierzchnię ekspozycyjną o wielkości powyżej 18,0 m², o maksymalnej grubości 0,70 m;
 - 9) **gablocie ekspozycyjnej** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie oszklonej szafki o maksymalnej wysokości 75 cm, maksymalnej szerokości 75 cm i maksymalnej grubości 5 cm, służące do prezentacji oferty gastronomicznej na papierowych arkuszach umieszczanych wewnątrz urządzenia;
 - 10) **imprezie miejskiej** – należy przez to rozumieć zgłoszone do właściwego organu imprezy masowe oraz inne przedsięwzięcia realizowane w przestrzeni publicznej, w szczególności: uroczystości państwowe lub religijne, wystawy i kiermasze, wydarzenia kulturalne, sportowe, o charakterze charytatywnym, promocyjnym, informacyjnym, upamiętniającym, integrującym i inne;
 - 11) **kasetonie** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie przestrzennej, wielobocznej, jednobryłowej, zamkniętej konstrukcji niepełnej w środku, z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, zazwyczaj podświetlaną od wewnątrz, o grubości ponad 3,0 cm;
 - 12) **logo, logotypie** – należy przez to rozumieć graficzne przedstawienie marki podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną, stanowiące element identyfikacji wizualnej;
 - 13) **markizie** – należy przez to rozumieć wykonane z miękkiej tkaniny lub tworzywa składane zadaszenie osłaniające okno lub witrynę sklepową od słońca;
 - 14) **maszcie flagowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w formie pionowego słupa bądź wysokiej, smukłej konstrukcji, na którym możliwa jest ekspozycja reklamy w formie zamocowanej flagi;
 - 15) **muralu reklamowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową wykonaną bezpośrednio na ścianie obiektu budowlanego z użyciem technik plastycznych;
 - 16) **neonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci jarzeniowej lampy świetlnej elektrycznej lub zespołu takich lamp, wykonanych z giętych zamkniętych profili szklanych, wypełnionych gazem, mieszanką gazów lub luminoforem;
 - 17) **nośniku reklamowym typu R1** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w formie wolnostojącej trwale związanej z gruntem jedno- lub dwustronnej tablicy, gabloty lub wyświetlacza o płaskiej powierzchni ekspozycyjnej w układzie pionowym nie przekraczającej 3,0 m² dla jednej strony, podświetlonej lub nie podświetlonej, o wymiarach 1,4 m x 2,0 m z dopuszczalnym maksymalnym zmniejszeniem każdego z wymiarów o 5%,

- maksymalnej grubości 0,30 m oraz maksymalnej wysokości konstrukcji 3,0 m od poziomu terenu;
- 18) **nośniku reklamowym typu R2** – należy przez to rozumieć jedno- lub dwustronną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe wolnostojące, trwale związane z gruntem, w formie posadowionej na jednym słupie tablicy lub przeszklonej gabloty z powierzchnią ekspozycji reklamy w układzie poziomym nie przekraczającej 9,0 m² dla jednej strony, o wymiarach 3,6 m x 2,5 m z dopuszczalnym maksymalnym zmniejszeniem każdego z wymiarów o 5%, o maksymalnej wysokości konstrukcji 6,0 m od poziomu terenu;;
 - 19) **nośniku reklamowym typu R3** - należy przez to rozumieć jedno- lub dwustronną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe wolnostojące, trwale związane z gruntem, w formie posadowionej na jednym słupie tablicy lub przeszklonej gabloty z powierzchnią ekspozycji reklamy w układzie poziomym nie przekraczającej 18,0 m² dla jednej strony, o wymiarach 6,0 m x 3,0 m z dopuszczalnym maksymalnym zmniejszeniem każdego z wymiarów o 5%, o maksymalnej wysokości konstrukcji 7,5 m od poziomu terenu;
 - 20) **nośniku reklamowym typu R4** - należy przez to rozumieć jedno- lub dwustronną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe wolnostojące, trwale związane z gruntem, w formie posadowionej na jednym słupie tablicy lub przeszklonej gabloty z powierzchnią ekspozycji reklamy w układzie poziomym nie przekraczającej 48,0 m² dla jednej strony, o wymiarach 12,0 m x 3,0 m lub 12,0 m x 4,0 m z dopuszczalnym maksymalnym zmniejszeniem każdego z wymiarów o 5%, o maksymalnej wysokości konstrukcji 10,0 m od poziomu terenu;
 - 21) **obrębnie parteru** – należy przez to rozumieć część elewacji budynku znajdującą się pomiędzy poziomem terenu a dolną krawędzią gzymsu dzielącego kondygnację przyziemia od kondygnacji I piętra lub w przypadku braku gzymsu - rzędną górnej płaszczyzny stropu zlokalizowanego bezpośrednio nad kondygnacją przyziemia;
 - 22) **ogródki gastronomicznym** – należy przez to rozumieć wydzielony obszar, na którym prowadzona jest działalność gastronomiczna;
 - 23) **parterze** – należy przez to rozumieć pierwszą kondygnację nadziemną, niezagłębioną poniżej poziomu terenu;
 - 24) **pasie reklamowym** - należy przez to rozumieć część elewacji parteru budynku zawierającą się pomiędzy górną krawędzią witryn (otworów okiennych i drzwiowych) w kondygnacji przyziemia a dolną krawędzią gzymsu dzielącego kondygnację przyziemia od kondygnacji I piętra, wyznaczającą przestrzeń reklamową, przy czym:
 - a) w przypadku braku gzymsu za górną krawędź pasa reklamowego należy przyjąć rzędną górnej płaszczyzny stropu zlokalizowanego bezpośrednio nad kondygnacją przyziemia;
 - b) w przypadku obiektów parterowych za górną krawędź pasa reklamowego należy przyjąć górną krawędź elewacji;
 - 25) **pneumatycznym urządzeniu reklamowym** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe o dowolnych wymiarach, wolnostojące i w formie dmuchanej, w szczególności balon, brama, banner, namiot, postać chwieja, sterowiec, atrapy produktów, maskotki, loga, znaki firmowe, wizytówki;
 - 26) **przestrzeni ponad poziomem parteru** - należy przez to rozumieć przestrzeń powyżej dolnej krawędzią gzymsu parteru lub w przypadku braku takiego gzymsu powyżej linii górnej płaszczyzny stropu kondygnacji parteru;

- 27) **przestrzeni dostępnej publicznie** – należy przez to rozumieć ogólnodostępna przestrzeń pozostająca w zarządzie publicznym;
- 28) **przeszkleniu** — jednocześnie lub składająca się z kwater zewnętrzna przezierna przegroda budynku, w szczególności szyba zespolona w oknie, witrynie lub ścianie osłonowej;
- 29) **pylonie** – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, pionowe, wolnostojące, z podstawą zagłębioną poniżej poziomu terenu lub bez wyodrębnionej podstawy, jedno lub wielostronne, charakteryzujące się zwartą formą i kształtem, stanowiące tło na całej jego wysokości dla treści reklamowych lub informacyjnych, w tym tablic płaskich o jednakowych gabarytach, z rozróżnieniem na:
- a) **pylon cenowy** - informujący o cenach obowiązujących na stacji paliw;
 - b) **pylon wizytówkowy** - eksponujący modułowo rozmieszczone tabliczki formatu drobnego oraz zwieńczony w jego najwyższej części nie więcej niż jedną tablicą reklamową o szerokości tego pylonu;
 - c) **pylon zbiorczy** - eksponujący modułowo rozmieszczone tablice reklamowe;
- 30) **reklamie wyborczej** - należy przez to rozumieć materiał wyborczy lub reklama kandydatów w formie tablicy reklamowej sytuowanej na okres kampanii wyborczych (parlamentarnych, prezydenckich, do jednostek samorządu terytorialnego) oraz do czternastu dni po ich zakończeniu;
- 31) **rysunku** – należy przez to rozumieć załącznik graficzny w skali 1:10 000, jednoznacznie określający granice podziału Kielc na obszary: A, B, C i D stanowiący Załącznik nr 1;
- 32) **siatce reklamowej** — należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe elastyczne, ażurowe, wykonane z tkanin, tekstyliów lub miękkim tworzywie sztucznym o strukturze siatki, rozpięte pomiędzy lub na elementach konstrukcyjnych, na otaczających obiektach, elewacjach budynków lub na rusztowaniu budowlanym;
- 33) **słupie ogłoszeniowo-reklamowym** – należy przez to rozumieć wolnostojące urządzenie reklamowe w kształcie walca; o średnicy do 1,75 m i wysokości powierzchni ekspozycji reklamy do 5,0 m;
- 34) **stojaku reklamowym** – należy przez to rozumieć wolnostojące przenośne urządzenie reklamowe w formie stojaka o maksymalnej wysokości do 1,2 m i maksymalnej szerokości do 0,60 m, składające się z dwóch płyt (tablic reklamowych) o maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej 0,50 m² każda, złączonych górną krawędzią, sytuowane bezpośrednio przy wejściu do lokalu użytkowego lub w granicach ogródka gastronomicznego, eksponowane w godzinach otwarcia lokalu, zawierające wykonane technikami plastycznymi informacje o ofercie działalności, w szczególności o wydarzeniu, wystawie, jadłospisie; przy czym powierzchnia terenu zajmowanego przez urządzenie nie może przekraczać 0,50 m²;
- 35) **szyldzie głównym** – należy przez to rozumieć pionowy lub poziomy szyld działalności głównej na danej nieruchomości dla obiektów usługowych, w szczególności wielkopowierzchniowych obiektów handlowych, obiektów użyteczności publicznej, obiektów instytucji kultury itp., sytuowany równoległe do płaszczyzny elewacji na jednym z obiektów (np. na budynku, pylonie, totemie);
- 36) **szyldzie naklejanym lub reklamie naklejanej** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową w formie folii naklejanej od zewnętrznej lub wewnętrznej

- strony na przeszkleniach okien, witryn, drzwi wejściowych, elewacjach szklanych wraz z tłem;
- 37) **szyldzie równoległym** – należy przez to rozumieć szyld usytuowany równolegle do płaszczyzny sytuowania;
 - 38) **szyldzie semaforowym** – należy przez to rozumieć szyld usytuowany pod kątem prostym do płaszczyzny sytuowania w formie jedno- lub dwustronnej płaskiej tablicy reklamowej, logo, logotypu lub figury, mocowaną do lica elewacji, w szczególności poprzez zastosowanie wysięgnika/ów wraz z tłem;
 - 39) **szyldzie wizytówkowym** – należy przez to rozumieć szyld równoległy o maksymalnej powierzchni 0,25 m² usytuowany w stosunku do innych szyldów wizytówkowych w sposób modułowy z uwzględnieniem jednolitych zasad, w szczególności zastosowanych wymiarów i proporcji, materiału, barw, odstępów między nimi, tła, wyrównania i justowania treści;
 - 40) **szyldzie zmiennym** – należy przez to rozumieć szyld umożliwiający zdalną zmianę treści przekazu informacyjnego;
 - 41) **tablicy reklamowej umieszczonej na rusztowaniu** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową montowaną na rusztowaniu i usytuowaną na nieruchomości, na której prowadzone są roboty remontowe lub budowlane, w czasie prowadzenia tych robót;
 - 42) **technice plastycznej** – należy przez to rozumieć ręczne wytwarzanie informacji wizualnej, w szczególności: malunek, rysunek, mozaika, sgraffito, witraż, metaloplastyka;
 - 43) **totemie** – należy przez to rozumieć wolnostojące, trwale związane z gruntem pionowe urządzenie reklamowe w formie słupa lub pionowej konstrukcji, na którym w górnej części, powyżej 2/3 całkowitej wysokości, usytuowana jest treść reklamowa lub informacyjna;
 - 44) **uchwale** – należy przez to rozumieć niniejszą uchwałę Rady Miasta Kielce;
 - 45) **urządzeniu wyborczym** – należy przez to rozumieć reklamę przenośną w formie urządzenia reklamowego wykonanego z lekkiej konstrukcji przestrzennej przeznaczonej do mocowania do niej reklamy wyborczej, sytuowane w miejscach wyznaczonych przez Prezydenta Miasta Kielce;
 - 46) **witaczu wejściowym** – należy przez to rozumieć tablicę reklamową z reklamą bieżącej oferty działalności, sytuowaną przy wejściu do działalności, w szczególności na obiekcie budowlanym (np. bezpośrednio lub w gablocie) lub jako reklama przenośna (np. na pulpicie, stojaku reklamowym lub sztaludze);
 - 47) **witrynie** – należy przez to rozumieć okno wystawowe umożliwiającej ekspozycję towarów lub prezentację usług danego lokalu użytkowego, rozumiane jako przestrzeń zawarta pomiędzy ościeżami, łącznie z powierzchnią szklenia witryny;
 - 48) **znakach bez tła** – należy przez to rozumieć urządzenia reklamowe w postaci przestrzennego blokowego napisu, logo lub logotypu, nieposiadające tła, których powierzchnia w płaszczyźnie ekspozycyjnej nie przekracza 60% powierzchni prostokąta opisanego na zewnętrznych krawędziach tej płaszczyzny (powierzchnię takiego prostokąta przyjmuje się za powierzchnię ekspozycyjną reklamy), montowane bezpośrednio do płaszczyzny elewacji budynku, na dachach budynków, budowlach lub ogrodzeniach (w tym gięte profile neonowe);
 - 49) **znaku** – każdy znak graficzny, pisarski lub typograficzny, w szczególności: litera, cyfra, symbol, piktogram, sygnety lub logotyp, lub ich ciąg (np. litery pisane łącznie).

2. Niezdefiniowane pojęcia użyte w uchwale należy rozumieć zgodnie z ich definicjami określonymi w przepisach odrębnych.

Rozdział II **Przepisy ogólne**

§ 5

Uchwała się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) o ile przepisy szczegółowe niniejszej uchwały nie stanowią inaczej:

1. Łączna powierzchnia ekspozycji reklamy tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (z uwzględnieniem szyldów) na obiektach budowlanych nie może przekroczyć:
 - a) w strefach „A”, „B” i „D”: 20% powierzchni całkowitej elewacji;
 - b) w strefie „C”: 40% powierzchni całkowitej elewacji;
2. W przypadku, gdy wejście do lokalu z zewnątrz znajduje się na następnej kondygnacji ponad parterem lub w suterenie (m.in. wejście z galerii), przepisy dotyczące tablic reklamowych i urządzeń reklamowych sytuowanych w parterze stosuje się odpowiednio także dla tych kondygnacji i lokali.
3. Zakazuje się:
 - 1) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie banerów reklamowych i siatek reklamowych, z uwzględnieniem przepisów ust. 5 pkt 3 i 6;
 - 2) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych - z wyłączeniem szyldów – na ogrodzeniach, tymczasowych obiektach budowlanych, obiektach małej architektury, elementach miejsc służących do czasowego gromadzenia odpadów stałych, toaletach miejskich, balustradach, dachach, murach, konstrukcjach oporowych oraz na obiektach i urządzeniach infrastruktury technicznej;
 - 3) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na drogowych obiektach inżynierskich, urządzeniach bezpieczeństwa ruchu drogowego, budowlach o funkcji dźwiękochłonnej i na płótkach grodzących zlokalizowanych w pasie dzielącym jezdnie dróg publicznych;
 - 4) sytuowania tablic i urządzeń reklamowych – z wyłączeniem szyldów – w strefie „A”, z uwzględnieniem przepisów ust. 5 pkt 2÷12;
 - 5) sytuowania urządzeń reklamowych na pomnikach przyrody oraz tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na drzewach i w zasięgu ich koron;
 - 6) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (z wyłączeniem szyldów) na terenach cmentarzy i ich ogrodzeniach;
 - 7) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (z wyłączeniem szyldów):
 - a) na budynkach wpisanych do rejestru zabytków i ujętych w gminnej ewidencji zabytków oraz na nieruchomościach, na których znajdują się te obiekty;
 - b) na terenach wód powierzchniowych oraz w strefach „A” i „P” Kieleckiego Obszaru Chronionego Krajobrazu,
 - 8) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych naruszających, niszczących oraz całkowicie lub częściowo przesłaniających: balkony, balustrady, wykusze, ryzality, rzygacze rynnowe, gzymsy, podcienia, pilastry,

opaski okienne i drzwiowe, zwieńczenia, artykulacje, ozdobne zróżnicowania faktur tynków, okładzin kamiennych i klinkierowych, rysunek boniowania, elementy rzeźbiarskie i malarskie, sgraffita, dekoracje ceramiczne, kamienne, polichromowane, snycerskie, a także inne elementy detalu architektonicznego (z wyłączeniem urządzeń reklamowych wykonanych z giętych lamp neonowych);

- 9) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w sposób zasłaniający częściowo lub całkowicie, od zewnętrznej lub wewnętrznej strony:
 - otwory okienne, drzwiowe – z wyłączeniem szyldów lub reklam naklejanych;
 - prześwity bramowe, podcienia – z wyłączeniem szyldów;
 - 10) sytuowania szyldów nad otworami okiennymi lub drzwiowymi, zwieńczonymi łukami, krzywoliniowo lub detalem architektonicznym, w formie innej niż znaki bez tła (w tym dopuszczalna forma giętych lamp neonowych);
 - 11) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych semaforowych nie spełniających następujących warunków:
 - a) minimalna wysokość od poziomu terenu do dolnej krawędzi nośnika: 2,2 m,
 - b) maksymalna odległość od lica elewacji do najdalej wysuniętego elementu nośnika: 0,8 m;
 - 12) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w postaci wyświetlaczy elektronicznych, których ilość punktów emitujących światło jest mniejsza niż 100 na 1 cm² powierzchni ekspozycyjnej, z wyjątkiem wyświetlaczy stanowiących element tablic informujących o cenach paliw (pylonów cenowych) oraz stanu miejsc parkingowych;
 - 13) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych emitujących lub odbijających światło o luminancji powierzchni większej niż:
 - a) 5000 cd/m² w ciągu dnia;
 - b) 400 cd/m² w ciągu nocy;
 - 14) sytuowania w strefach „A”, „B” i „D” oraz wzdłuż dróg publicznych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:
 - a) wyświetlających ruchome obrazy;
 - b) emitujących światło o zmieniającym się natężeniu (błyskowe lub pulsujące);
 - c) stosujących efekty wizualne i przerwy pomiędzy kolejno wyświetlanymi informacjami;
 - d) stosujących czas prezentacji informacji wizualnej krótszy niż 10 sekund;
 - 15) sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (z uwzględnieniem szyldów) na elewacji budynku w obrębie parteru lub poniżej gzymsu rozdzielającego parter od pierwszego piętra o łącznej powierzchni przekraczającej następujący procent powierzchni tej elewacji (liczonej w obrębie parteru), do której zalicza się powierzchnie drzwi, bram oraz okien i witryn;
 - a) 20% w strefach „A” i „D”;
 - b) 30% w strefie „B”;
 - c) 40% w strefie „C”;
4. Nakazuje się:
- 1) dostosowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych pod względem kolorystyki, stylu, formy, kroju pisma i materiału do kompozycji architektonicznej, podziałów architektonicznych i charakteru budynku lub budowli, na których się znajdują;

- 2) usytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych prostopadłe lub równoległe do elementów istniejącego zagospodarowania, w szczególności osi lub krawędzi jezdni, elewacji budynków, budowli lub linii ogrodzenia;
 - 3) w przypadku elewacji boniowanych - dostosowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych do wysokości bonii elewacji i nie przekraczanie ich szerokości, jeśli występuje ten sam rodzaj artykulacji architektonicznej;
 - 4) w przypadku zgrupowania w jednym pasie lub kolumnie większej ilości tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) – ujednoczenie nośników pod względem ich wysokości oraz wysokości sytuowania na elewacji oraz dostosowanie do kompozycji architektonicznej i charakteru budynku oraz do pozostałych nośników sytuowanych na obiekcie;
5. Dopuszcza się:
- 1) podświetlenie i doświetlenie reklamy;
 - 2) sytuowanie odtworzonych historycznych neonów wg pierwowzoru na podstawie ikonografii archiwalnej;
 - 3) sytuowanie wszelkich form tymczasowych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym m.in. banerów, siatek reklamowych, urządzeń pneumatycznych, masztów flagowych, ekranów świetlnych, wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych itp.) bez określania warunków, zasad sytuowania oraz gabarytów, instalowanych:
 - a) na czas trwania imprez miejskich oraz nie dłużej niż na 30 dni przed ich rozpoczęciem;
 - b) będących reklamą wyborczą na czas trwania kampanii wyborczej oraz nie dłużej niż 14 dni po zakończeniu wyborów;
 - 4) sytuowanie tablic systemu informacji/identyfikacji miejskiej i turystycznej;
 - 5) sytuowanie w przestrzeniach publicznych słupów ogłoszeniowo-reklamowych o wymiarach nieprzekraczających 5 m wysokości oraz 1,75 m średnicy, w odległości nie mniejszej niż 35 m pomiędzy poszczególnymi słupami, a także między słupami a nośnikami reklamowymi typu R1;
 - 6) sytuowanie jednej tablicy reklamowej na każdej elewacji, umieszczonej na rusztowaniu, na czas trwania robót remontowych lub budowlanych, pod następującymi warunkami:
 - a) dopuszcza się sytuowanie reklamy na siatce reklamowej wyłącznie w trakcie prowadzenia robót budowlanych;
 - b) dopuszcza się sytuowanie reklamy wyłącznie na rusztowaniu przed elewacją, na której prowadzone są zewnętrzne roboty budowlane lub konserwatorskie;
 - c) zakazuje się sytuowania więcej niż jednej tablicy reklamowej;
 - d) maksymalna powierzchnia reklamy wynosi:
 - i) 30% całkowitej powierzchni siatki w strefach „A” i „D”;
 - ii) 50% całkowitej powierzchni siatki w strefie „B”;
 - iii) 100% całkowitej powierzchni siatki w strefie „C”;
 - 7) sytuowanie na obiektach małej architektury i pomnikach informacji o ich fundatorze (fundatorach) pod warunkiem, że tablice informacyjne wraz z treścią są wykonane z jednolitego kolorystycznie metalu, a powierzchnia pojedynczej tablicy nie przekracza 600 cm²;
 - 8) wyłącznie na ścianach budynków pozbawionych otworów okiennych lub posiadających wyłącznie otwory okienne klatek schodowych – wykonanie technikami plastycznymi artystycznego muralu reklamowego pod

- warunkiem, że łączna powierzchnia logo sponsora i hasła reklamowego nie przekroczy 20% powierzchni muralu;
- 9) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o jednostronnej lub dwustronnej ekspozycji na wiatrach przystanków komunikacji miejskiej pod następującymi warunkami:
 - a) powierzchnia ekspozycji pojedynczego nośnika z jednej strony nie przekracza 2,2 m²;
 - b) łączna powierzchnia ekspozycji nośników na każdej elewacji wiaty nie przekracza 30% powierzchni tej elewacji;
 - 10) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o jednostronnej ekspozycji na ulicznych kioskach biletowo-gazetowych, pod następującymi warunkami:
 - a) maksymalna liczba nośników dla jednego kiosku: 2;
 - b) powierzchnia ekspozycji pojedynczego nośnika nie przekracza 2,2 m²;
 - 11) sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w przejściach podziemnych, umieszczonych płasko na ścianach tunelu;
 - 12) dla ogródków gastronomicznych zlokalizowanych w przestrzeniach publicznych:
 - a) jeden stojak reklamowy w bezpośrednim sąsiedztwie ich wejścia, a w przypadku występowania więcej niż jednego wejścia do lokalu, dopuszcza się drugi stojak w bezpośrednim sąsiedztwie kolejnego wejścia, jeżeli odległość pomiędzy wejściami jest większa niż 12 m,
 - b) jedną gablotę ekspozycyjną w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do lokalu, umieszczoną płasko na elewacji budynku, a w przypadku występowania więcej niż jednego wejścia do lokalu, dopuszcza się drugą gablotę, w bezpośrednim sąsiedztwie kolejnego wejścia, jeżeli odległość pomiędzy nimi jest większa niż 12 m,
 - c) jeden witacz w bezpośrednim sąsiedztwie wejścia do lokalu, o maksymalnych wymiarach 120 cm wysokości i 60 cm szerokości,
 - d) litery, logo lub logotypy przestrzenne na elementach wyposażenia ogródków gastronomicznych, których powierzchnia jest nie większa niż 20% powierzchni elementu, na którym się znajdują, pod warunkiem ich wkomponowania w taki element wyposażenia ogródka,
 - e) usytuowanie szyldów na lambrekinach parasoli, markiz lub zadaszeń;

Rozdział III Szyldy

§ 6.

Poza przepisami Rozdziału I i Rozdziału II uchwały, ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania szyldów:

1. Zakazuje się sytuowania szyldów w formie baneru reklamowego i siatki reklamowej.
2. Zakazuje się sytuowania szyldów zmiennych, o ile nie stanowią one cenników stacji paliw lub informacji o stopniu wykorzystania miejsc parkingowych.
3. Na budynkach wpisanych do rejestru zabytków i ujętych w ewidencji zabytków zabytkach nieruchomych niezależnie od ich lokalizacji obowiązują zasady, warunki i gabaryty szyldów takie, jak określone dla strefy „A”,
4. Dla szyldów zlokalizowanych na elewacjach budynków zakazuje się ich sytuowania ponad poziomem parteru, z uwzględnieniem przepisów;

- § 5 ust. 2 i ust. 5 pkt 2÷4, 6 i 8;
 - ust. 5 i 6;
5. Na elewacjach budynków zlokalizowanych w strefach „B” i „C” nie ujętych w rejestrze zabytków i w ewidencji zabytków dopuszcza się sytuowanie szyldów powyżej poziomu parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji przy łącznym spełnieniu następujących warunków:
 - 1) szyldy zlokalizowane **powyżej poziomu parteru** dopuszcza się wyłącznie w formie znaków bez tła (w tym neony);
 - 2) na jednej elewacji dopuszcza się wyłącznie jeden szyld zlokalizowany powyżej poziomu parteru i poniżej górnej krawędzi elewacji, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 1;
 - 3) maksymalna wysokość znaków wynosi:
 - a) przy wysokości sytuowania do 10,5 m: 0,7 m;
 - b) przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m: nie więcej niż 1/8 wysokości sytuowania i jednocześnie nie więcej niż 4,0 m;
 6. Na budynkach i budowlach zlokalizowanych w strefie „B” i „C” dopuszcza się sytuowanie szyldów **ponad górną krawędzią elewacji** pod następującymi warunkami:
 - 1) dopuszcza się szyldy wyłącznie w formie znaków bez tła (w tym neony);
 - 2) na jednej elewacji dopuszcza się wyłącznie jeden szyld usytuowany ponad górną krawędzią elewacji;
 - 3) maksymalna wysokość znaków wynosi:
 - a) przy wysokości sytuowania do 10,5 m: 0,7 m;
 - b) przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m: nie więcej niż 1/8 wysokości sytuowania i jednocześnie nie więcej niż 4,0 m;

§ 7

Ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty następujących rodzajów szyldów sytuowanych na obiektach budowlanych w zależności od ich typów:

1. **W zakresie szyldów typu „kaseton”:**
 - 1) dopuszcza się sytuowanie w strefach „A” i „D” pod następującymi warunkami:
 - a) zakazuje się sytuowania poza pasem reklamowym, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 2;
 - b) maksymalna wysokość kasetonu: 0,5 m;
 - c) maksymalna grubość kasetonu: 0,15 m;
 - d) maksymalna powierzchnia kasetonu: 1,0 m²;
 - 2) dopuszcza się sytuowanie w strefie „B” pod następującymi warunkami:
 - a) zakazuje się sytuowania poza pasem reklamowym, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 2;
 - b) maksymalna wysokość kasetonu: 0,7 m;
 - c) maksymalna grubość kasetonu: 0,20 m;
 - d) maksymalna powierzchnia kasetonu: 1,5 m²;
 - 3) dopuszcza się sytuowanie w strefie „C” pod następującymi warunkami:
 - a) maksymalna wysokość kasetonu: 1,0 m;
 - b) maksymalna grubość kasetonu: 0,30 m;
 - c) maksymalna powierzchnia kasetonu: 3,0 m²;
2. **W zakresie szyldów „naklejanych” od zewnętrznej lub wewnętrznej strony na przeszkleniach:**
 - 1) dopuszcza się w strefach „A”, „B” i „D” pod następującymi warunkami:

- a) zakazuje się sytuowania poza obrębem parteru, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 2;
 - b) łączna powierzchnia nie przekracza 20% powierzchni przeszklenia;
 - c) maksymalna powierzchnia w obrębie przeszklenia jednego otworu: 1,0 m²;
- 2) dopuszcza się w strefie „C” pod następującymi warunkami:
- a) zakazuje się sytuowania poza obrębem parteru, z uwzględnieniem przepisu § 5 ust. 2;
 - b) łączna powierzchnia nie przekracza 30% powierzchni przeszklenia;
 - c) maksymalna powierzchnia w obrębie przeszklenia jednego otworu: 3,0 m²;
3. **W zakresie szyldów typu „znaki bez tła”:**
- 1) dopuszcza się w strefach „A”, „B”, „C” i „D” pod następującymi warunkami:
- a) w strefie „A”, „B” i „D” zakazuje się sytuowania powyżej linii parteru, z zastrzeżeniem przepisów § 5 ust. 2;
 - b) maksymalna wysokość znaków wynosi:
 - i) przy wysokości sytuowania do 10,5 m: 0,7 m;
 - ii) przy wysokości sytuowania powyżej 10,5 m: nie więcej niż 1/8 wysokości sytuowania i jednocześnie nie więcej niż 4,0 m;
4. **W zakresie szyldów typu „pylon wizytówkowy”**
- 1) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie jednego pylonu wizytówkowego na nieruchomości; maksymalna powierzchnia pojedynczego szyldu umieszczonego na pylonie wizytówkowym w strefach „A”, „B” i „D”: 0,5 m²;
- 2) dopuszcza się sytuowanie pylonów wizytówkowych w strefach „A”, „B”, „C” i „D” pod następującymi warunkami:
- a) na zabytkach nieruchomych obowiązują gabaryty jak w strefie „A”;
 - b) maksymalna grubość pylonu wizytówkowego: 0,5 m;
 - c) maksymalna wysokość pylonu wizytówkowego:
 - w strefie „A”: 3,0 m;
 - w strefach „B” i „D”: 5,0 m;
 - w strefie „C”: 10,0 m;
 - d) maksymalna szerokość pylonu wizytówkowego:
 - w strefie „A”: 1,5 m;
 - w strefach „B” i „D”: 2,0 m;
 - w strefie „C”: 3,0 m;

§ 8.

Ustala się następującą liczbę szyldów, które mogą być usytuowane na danej nieruchomości, **przez każdy podmiot** prowadzący na niej działalność:

1. Jeden szyld równoległy usytuowany w pasie reklamowym elewacji budynku dla każdego lokalu posiadającego bezpośrednio wejście z zewnątrz lub witrynę zlokalizowane w tej elewacji;
2. Jeden szyld semaforowy na elewacji dla każdego lokalu posiadającego bezpośrednio wejście z zewnątrz lub witrynę zlokalizowane w tej elewacji;
3. Jeden szyld wizytówkowy przy wejściu do budynku lub otworze bramnym dla każdego podmiotu zajmującego lub współdzielącego lokal, który nie posiada bezpośredniego wejścia z zewnątrz lub zlokalizowany jest w oficynie;
4. Jeden szyld wizytówkowy albo równoległy na nieażurowych fragmentach ogrodzenia lub na pylonie sytuowanym w granicach nieruchomości (odpowiednio wizytówkowym lub zbiorczym);

5. Jeden szyld naklejany od zewnętrznej lub wewnętrznej strony na przeszkleniach na każdym otworze okiennym i drzwiowym będącym w użytkowaniu danego podmiotu.
6. Jeden szyld zmienny przy każdym wjeździe do parkingu;
7. Jeden poziomy lub jeden pionowy szyld główny w formie znaków bez tła, spełniający jeden z poniższych warunków:
 - a) zamiast szyldu równoległego — dla budynku usługowego posiadającego jedną kondygnację,
 - b) jako dodatkowy szyld — dla budynku usługowego, posiadającego więcej niż jedną kondygnację naziemną.
8. W przypadkach, kiedy lokal użytkowy posiada bezpośrednio wejście z zewnątrz lub witrynę na większej ilości elewacji niż jedna, przepisy dotyczące liczby szyldów stosuje się dla każdej z ww. elewacji odrębnie, przy czym za odrębną elewację uznaje się także narożne ścięcie bryły budynku.
9. Poza szyldów dopuszczoną w ust. 1÷8 z dopuszcza się wyłącznie jeden szyld w formie pylonu lub totemu na jednej nieruchomości, niezależnie od ilości działających w jej granicach podmiotów;
10. Łączna liczba szyldów umieszczanych na terenie nieruchomości przez jeden podmiot nie może przekraczać 10, z uwzględnieniem dodatkowych ograniczeń liczbowych nakładanych na poszczególne rodzaje szyldów przez przepisy niniejszej uchwały.

Rozdział IV **Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe sytuowane na obiektach** **budowlanych** **(z wyłączeniem szyldów)**

§ 9

Ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na budynkach:

1. Nakazuje się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych płasko na elewacji budynku, nie wychodzących poza obrys budynku.
2. Zakazuje się w strefie „A” i strefie „D” sytuowania na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami, z uwzględnieniem przepisów § 5;
3. Dopuszcza się reklamę o obrocie nieruchomością pod następującymi warunkami:
 - dopuszcza się sytuowanie reklam w otworze okiennym lub drzwiowym lub na przeszkleniu ściany osłonowej nieruchomości, której dotyczy, w sposób nie przesłaniający istniejących podziałów stolarki;
 - dopuszcza się sytuowanie wyłącznie jednej reklamy na nieruchomości, której dotyczy;
 - dopuszcza się reklamę wyłącznie w formie monochromatycznej tablicy reklamowej;
 - dopuszczalna powierzchnia reklamy wynosi nie więcej niż format A2;
4. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budynkach mieszkalnych, z uwzględnieniem przepisów ust. 5.
5. W strefie „B” dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami pod następującymi warunkami:
 - 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacjach **budynków mieszkalnych**, za wyjątkiem elewacji bez okien lub

- wyłącznie z oknami klatek schodowych na warunkach określonych w pkt. 2 lit. „a”;
- 2) zakazuje się sytuowania na budynkach tablic reklamowych i urządzeń reklamowych powyżej linii parteru, za wyjątkiem:
 - a) elewacji bez okien lub wyłącznie z oknami klatek schodowych pod następującymi warunkami:
 - i) poniżej linii parteru danej elewacji brak jest jakichkolwiek nośników reklamowych;
 - ii) dopuszcza się sytuowanie na jednej elewacji powyżej linii parteru maksymalnie dwóch tablic reklamowych i urządzeń reklamowych formatu średniego ($3,0 \div 9,0 \text{ m}^2$ max. S 3,80 x H 2,80) lub formatu dużego ($9,0 \div 18,0 \text{ m}^2$ max S 6,40 x H 3,40);
 - iii) w przypadku sytuowania na jednej elewacji dwóch nośników nakazuje się zastosowanie nośników o identycznym formacie, w jednakowym dla wszystkich równoległym układzie pionowym (kolumnie) lub poziomym (rzędzie), z odpowiednimi krawędziami nośników usytuowanymi wzdłuż jednej linii;
 - iv) nakazuje się sytuowania dolnej krawędzi reklamy na wysokości mniejszej niż 3,0 m nad poziomem terenu;
 - v) łączna powierzchnia ekspozycji nośników nie może przekroczyć 30% powierzchni elewacji na której są usytuowane;
 - b) elewacji budynków o wysokości powyżej 15 m, gdzie dopuszcza się sytuowanie reklamy ponad górną krawędzią elewacji (na dachu) pod następującymi warunkami:
 - i) na jednym budynku dopuszcza się sytuowanie wyłącznie jednego nośnika;
 - ii) dopuszcza się wyłącznie tablice reklamowe w formie kasetonów lub znaków bez tła, zawierające wyłącznie logo, logotyp lub nazwę własną reklamowanego podmiotu;
 - iii) dopuszczalna powierzchnia ekspozycyjna kasetonu: maksymalnie $3,0 \text{ m}^2$;
 - iv) dopuszczalna powierzchnia ekspozycyjna znaków bez tła: nie reguluje się;
 - v) maksymalna wysokość tablicy reklamowej wynosi: nie więcej niż $1/8$ wysokości sytuowania i jednocześnie nie więcej niż 4,0 m;
 - 3) na budynkach innych niż mieszkalne w obrębie parteru dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych płasko, w witrynie prowadzonej działalności, od zewnętrznej lub wewnętrznej strony przeszklenia, pod warunkiem, że maksymalna powierzchnia nośnika wynosi $1,0 \text{ m}^2$ i jednocześnie nie więcej niż 20% powierzchni przeszklenia witryny;
 - 4) na budynkach innych niż mieszkalne dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacji w obrębie parteru pod warunkiem, że łączna powierzchnia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na jednej elewacji w obrębie parteru (z uwzględnieniem szyldów) nie może przekraczać 30% powierzchni tej elewacji (liczonej w obrębie parteru), do której zalicza się powierzchnię drzwi i bram oraz okien i witryn;
 - 5) nakazuje się rozmieszczenie tablic i urządzeń reklamowych (innych niż sytuowane na przeszkleniach) w obrębie jednej elewacji wyłącznie w jeden z określonych w lit. „a” i „b” sposobów:

- a) w obszarze jednego poziomego pasa wyłącznie w jednym rzędzie tworzącym spójny estetycznie ciąg, na wysokości nie mniejszej niż 2,0 m nad poziomem terenu;
 - b) umieszczonych w obszarze maksymalnie dwóch pionowych pasów flankujących z jednej lub obu stron główne wejście do budynku lub wjazd do podwórka;
- 6) nakazuje się zastosowanie w obrębie jednej elewacji dla każdego z pasów określonych w pkt. 5 nośników jednakowego formatu, o jednakowej wysokości i szerokości; powierzchnia ekspozycyjna pojedynczego nośnika nie może przekroczyć 1,0 m²;
6. W strefie „C” dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na elewacjach budynków pod następującymi warunkami:
- 1) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na przeszkleniach powyżej linii parteru;
 - 2) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na elewacjach budynków mieszkalnych, za wyjątkiem elewacji bez okien lub wyłącznie z oknami klatek schodowych, gdzie dopuszcza się sytuowanie nośników na warunkach określonych w ust. 5 pkt. 2 lit. „a”;
 - 3) łączna powierzchnia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na jednej elewacji (z uwzględnieniem szyldów) nie może przekraczać 40% powierzchni tej elewacji, do której zalicza się powierzchnię drzwi i bram oraz okien i witryn;**
 - 4) nakazuje się rozmieszczenie tablic i urządzeń reklamowych (innych niż sytuowane na przeszkleniach) w obrębie jednej elewacji wyłącznie w jeden z określonych w lit. „a” i „b” sposobów:
 - a) w obszarze jednego poziomego pasa wyłącznie w jednym rzędzie tworzącym spójny estetycznie ciąg;
 - b) obszarze maksymalnie dwóch pionowych pasów tworzących spójne estetycznie ciągi, przy czym minimalna odległość pomiędzy pionowymi pasami w obrębie jednej elewacji wynosi 30,0 m;
 - 5) nakazuje się zastosowanie w obrębie jednej elewacji dla każdego z pasów określonych w pkt. 4 nośników jednakowego formatu, o jednakowej wysokości i szerokości; powierzchnia ekspozycyjna pojedynczego nośnika nie może przekroczyć:
 - a) w obrębie parteru: 9,0 m²;
 - b) powyżej poziomu parteru: 18,0 m²;
7. W strefie „D” dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami pod następującymi warunkami:
- 1) zakazuje się sytuowania na budynku tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie związanych z działalnością podmiotów gospodarczych prowadzoną w danym budynku;
 - 2) zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na budynkach mieszkalnych;
 - 3) na budynkach innych niż mieszkalne w obrębie parteru dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych płasko, w witrynie prowadzonej działalności, od zewnętrznej lub wewnętrznej strony przeszklenia, pod warunkiem, że maksymalna powierzchnia nośnika wynosi 1,0 m² i jednocześnie nie więcej niż 20% powierzchni przeszklenia witryny;

- 4) poza tablicami reklamowymi i urządzeniami reklamowymi umieszczonymi w witrynie prowadzonej działalności dopuszcza się jedną tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o powierzchni nieprzekraczającej 1,5 m², umieszczoną płasko na elewacji budynku, na której znajduje się główne zewnętrzne wejście do lokalu w którym prowadzona jest działalność – geometria i sposób usytuowania nośnika winien być dostosowany do kompozycji architektonicznej i charakteru budynku oraz do pozostałych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych (w tym szyldów) sytuowanych na elewacji, służące reklamie działalności prowadzonej w tym budynku;
- 5) łączna powierzchnia tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na jednej elewacji w obrębie parteru (z uwzględnieniem szyldów) nie może przekraczać 20% powierzchni tej elewacji (liczonej w obrębie parteru), do której zalicza się powierzchnię drzwi i bram oraz okien i witryn;

§ 10

Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na ogrodzeniach:

1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na ogrodzeniach w strefie „A”, „B” i „D”, z uwzględnieniem przepisów § 5 ust. 5 pkt. 2÷7 i pkt 11.
2. Dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami na ogrodzeniach w strefie „C” pod następującymi warunkami:
 - 1) nakazuje się w obrębie jednej nieruchomości ujednoczenie nośników reklamowych pod względem wszystkich gabarytów, materiałów i sposobu oraz wysokości ich zamocowania;
 - 2) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie nośników formatu małego i średniego;
 - 3) nakazuje się usytuowanie nośników w jednym poziomym szeregu, w jednakowych wzajemnych odległościach dla wszystkich nośników;
 - 4) ustala się następujące minimalne odległości nośników:
 - a) dla nośnika formatu małego: 10,0 m;
 - b) dla nośnika formatu średniego: 20,0 m;

Rozdział V

Tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wolnostojące (z wyłączeniem szyldów)

§ 11

Poza przepisami Rozdziału II ustala się następujące ogólne zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wolnostojących (z wyłączeniem szyldów) trwale związanych z gruntem:

1. Zakazuje się sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych na nieruchomościach, na których znajdują się budynki wpisane do rejestru zabytków i ujęte w ewidencji zabytków.
2. Odległości pomiędzy reklamami wolnostojącymi sytuowanymi przy drodze nie dotyczą odległości względem reklam znajdujących się po przeciwnych stronach drogi.
3. W strefie „A” i „D” zakazuje się sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych z uwzględnieniem przepisów ust. 4 oraz § 5 ust. 6 pkt 3, 4, 5, 12 oraz ust. 4;

4. Za wyjątkiem strefy „A”, w przestrzeniach dostępnych publicznie dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych typu R1 pod warunkiem zachowania odległości minimum 35 m od słupów ogłoszeniowo-reklamowych i innych nośników typu R1.
5. Za wyjątkiem strefy „A”, dopuszcza się sytuowanie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie pylonu cenowego pod następującymi warunkami:
 - a) dopuszcza się sytuowanie maksymalnie dwóch pylonów cenowych na nieruchomości stacji paliw lub w pasie drogowym bezpośrednio przed tą nieruchomością;
 - b) maksymalna wysokość pylonu cenowego: 9,0 m;
 - c) maksymalna szerokość pylonu cenowego: 2,0 m;
 - d) maksymalna grubość pylonu cenowego: 0,5 m;
6. Za wyjątkiem stacji paliw, w strefie „B” zakazuje się sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w formie masztów flagowych i pneumatycznych urządzeń reklamowych – z uwzględnieniem przepisów § 5 ust. 5 pkt 3;
7. W strefie „C” dopuszcza się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe w formie masztów flagowych pod następującymi warunkami:
 - a) maksymalna wysokość masztu: 14,0 m;
 - b) maksymalna powierzchnia flagi: 7,5 m²;
 - c) maksymalna ilość masztów:
 - dla nieruchomości o powierzchni mniejszej lub równej 0,5 ha: 6 sztuk w granicach jednej nieruchomości;
 - dla nieruchomości o powierzchni większej niż 0,5 ha dodatkowo 3 sztuki na każde rozpoczęte kolejne 0,5 ha terenu;
8. W strefach „B” i „C” dopuszcza się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe w formie totemów pod następującymi warunkami:
 - 1) dopuszcza się sytuowanie wyłącznie jednego totemu na nieruchomości o powierzchni do 1,0 ha włącznie; na nieruchomościach o powierzchni ponad 1,0 ha dopuszcza się sytuowanie więcej niż jednego totemu z nakazem ich ujednolicenia pod względem formy, gabarytów i usytuowania we wzajemnej odległości minimum 150 m;
 - 2) maksymalna wysokość totemu:
 - a) w strefie „B”: 9,0 m;
 - b) w strefie „C”: 15,0 m;

§ 12

Ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących sztyldami w pasach drogowych i wzdłuż pasów drogowych:

1. Dopuszcza się sytuowanie następujących typów wolnostojących nośników reklamowych w zależności rodzaju drogi:
 - 1) wzdłuż dróg klasy technicznej ekspresowej: wyłącznie nośniki typu R3 i R4;
 - 2) wzdłuż klasy technicznej zbiorczej, głównej, głównej ruchu przyspieszonego lub kategorii powiatowej, wojewódzkiej i krajowej (za wyjątkiem dróg ekspresowych): wyłącznie nośniki typu R1, R2 i R3;
 - 3) wzdłuż dróg klasy technicznej zbiorczej lub kategorii powiatowej (za wyjątkiem dróg klasy technicznej głównej i wyższej) : wyłącznie nośniki typu R1, R2 i R3;
 - 4) wzdłuż dróg klasy technicznej lokalnej i dojazdowej (za wyjątkiem dróg kategorii powiatowej): wyłącznie nośniki typu R1 i R2;

2. Wokół wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych wyznacza się następujące strefy zakazu sytuowania innych wolnostojących tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami, po tej samej stronie jezdni:
 - 1) od słupa ogłoszeniowo-reklamowego i nośnika reklamowego typu R1: o promieniu 35 m;
 - 2) od nośnika reklamowego typu R2, w stosunku do innych nośników reklamowych typu R2 lub R3, o promieniu:
 - a) 70 m wzdłuż dróg wewnętrznych, klasy technicznej dojazdowej i lokalnej;
 - b) 100 m wzdłuż dróg klasy technicznej zbiorczej;
 - 3) od nośnika reklamowego typu R3, w stosunku do innych nośników reklamowych typu R2 lub typu R3;
 - a) 100 m wzdłuż dróg klasy technicznej zbiorczej;
 - b) 200 m wzdłuż dróg klasy technicznej głównej, głównej ruchu przyspieszonego oraz kategorii wojewódzkiej lub krajowej;
 - c) 600 m wzdłuż dróg klasy technicznej ekspresowej;
 - 4) od nośnika reklamowego typu R4: o promieniu 1000 m w stosunku do innych nośników reklamowych typu R3 lub R4;
3. Wolnostojące tablice reklamowe i urządzenia reklamowe nie mogą znajdować się od innych elementów przestrzeni w odległości mniejszej niż:
 - 1) od krawędzi jezdni:
 - a) dla słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 3 m;
 - b) dla nośnika reklamowego typu R4: 20 m;
 - c) dla nośnika reklamowego typu R3: 10 m;
 - d) dla pozostałych typów: 5 m,
 - 2) od znaków drogowych:
 - a) dla słupa ogłoszeniowo-reklamowego: 2 m;
 - b) dla nośnika reklamowego typu R4: 30 m;
 - c) dla nośnika reklamowego typu R3: 10 m;
 - d) dla pozostałych typów: 3 m;
 - 3) od elewacji budynków posiadających otwory okienne:
 - a) dla nośnika reklamowego typu R4: 30 m;
 - b) dla nośnika reklamowego typu R3: 10 m;
 - c) dla nośnika reklamowego typu R2: 5 m;
 - d) dla pozostałych typów: 2 m;
 - 4) od obszaru skrzyżowania jednopoziomowego, ograniczonego liniami zatrzymania się:
 - a) dla nośnika reklamowego typu R4: 100 m;
 - b) dla nośnika reklamowego typu R3: 30 m;
 - c) dla nośnika reklamowego typu R2: 10 m;
 - 5) od wiat przystankowych: 10 m;
 - 6) od pomników i miejsc pamięci:
 - a) dla słupa ogłoszeniowo-reklamowego i nośnika reklamowego typu R1: 30 m;
 - b) dla pozostałych typów: 50 m;

Rozdział VI

Obiekty małej architektury

§ 13

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

1. Dopuszcza się sytuowanie obiektów małej architektury pod warunkiem zachowania ciągłości przejść pieszych, rowerowych, w sposób zapewniający bezpieczeństwo ich użytkowania oraz brak ograniczeń dla osób niepełnosprawnych.
2. Nakazuje się dostosowanie skali i formy obiektów małej architektury do istniejącego krajobrazu kulturowego oraz do charakteru wnętrza urbanistycznych i krajobrazowych.
3. Nakazuje się komponowanie w lokalnej przestrzeni obiektów małej architektury w jednolitej stylistyce z nawierzchnią i oświetleniem.
4. Zakazuje się sytuowania obiektów małej architektury z wykorzystaniem projekcji świetlnych i elementów ruchomych, emitujących dźwięk, emitujących światło o zmieniającym się natężeniu, w szczególności: błyskowe lub pulsujące.
5. Zakazuje się sytuowania obiektów małej architektury na drogach pożarowych lub dojściach do dróg pożarowych oraz uniemożliwiających dostęp do urządzeń przeciwpożarowych, zgodnie z przepisami odrębnymi.
6. Ustala się gabaryty oraz kolorystykę obiektów małej architektury jako dowolne, z uwzględnieniem przepisów ust. 1÷5.

Rozdział VII Ogrodzenia

§ 14

Uchwala się następujące zasady i warunki sytuowania ogrodzeń:

1. Zakazuje się stosowania ogrodzeń z prefabrykowanych betonowych przęseł od strony przestrzeni publicznych, na drogach pożarowych oraz uniemożliwiających dostęp do urządzeń przeciwpożarowych, zgodnie z przepisami odrębnymi.
2. Zakazuje się grodzienia nieruchomości na których znajdują się budynki mieszkalne wielorodzinne zawierające w jednym budynku więcej niż 5 lokali mieszkalnych – dopuszcza się wyłącznie ogrodzenie w formie zwartej żywopłotu o wysokości do 0,8 m z zastosowaniem minimum jednego przejścia o szerokości minimum 1,2 m na każde 100 m długości granicy nieruchomości.
3. Dla zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej oraz zabudowy mieszkaniowej wielorodzinnej zawierającej w jednym budynku nie więcej niż 5 lokali mieszkalnych dopuszcza się ogrodzenia pełne o maksymalnej wysokości 1,5 m lub ogrodzenia ażurowe do wysokości 2,2 m;
4. Ustala się następujące maksymalne wysokości ogrodzeń dla pozostałych obiektów i funkcji, z uwzględnieniem przepisów ust. 2, 3 i 6:
 - a) 1,1 m wokół placów zabaw, ogródków jordanowskich;
 - b) 0,8 m wokół ogródków gastronomicznych;
 - c) 1,8 m wokół zieleńców, parków;
 - d) 5 m wokół obiektów i terenów sportowych, terenów rekreacyjnych;
 - e) 2,2 m wokół innych nieruchomości, nie wymienionych w ust. 2, 3 i 6 oraz lit. „a”÷”d”;
5. W strefie „C” dopuszcza się ogrodzenia o szczególnej formie i wymiarach, związanych funkcjonalnie z obiektami sportowymi, przy których są usytuowane, w szczególności w formie tzw. piłkołapów i piłkochwyłów zlokalizowanych bezpośrednio przy boiskach i kortach tenisowych;

6. przepisów niniejszej uchwały nie stosuje się w odniesieniu do ogrodzeń, które regulowane są przepisami odrębnymi, w szczególności do ogrodzeń zabytkowych i innych.

Rozdział VIII **Przepisy przejściowe i końcowe**

§ 15

1. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały obiekty małej architektury nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale.
2. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały tablice reklamowe i urządzenia reklamowe będące szyldami należy dostosować do zasad i warunków określonych w uchwale w ciągu 36 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.
3. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały tablice reklamowe i urządzenia reklamowe nie będące szyldami należy dostosować do zasad i warunków określonych w uchwale w ciągu 24 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.
4. Istniejące w dniu wejścia w życie niniejszej uchwały ogrodzenia nie wymagają dostosowania do zakazów, zasad lub warunków określonych w uchwale.

§ 16

Kary za nieprzestrzeganie przepisów niniejszej uchwały uregulowane są w przepisach odrębnych.

§ 17

Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Kielce.

§ 18

Uchwała wchodzi w życie po upływie czternastu dni od dnia ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Świętokrzyskiego.

Przewodniczący
Rady Miasta Kielce

Dariusz Kozak