

UCHWAŁA NR
RADY MIASTA SOPOTU
z dnia

**w sprawie uchwalenia zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury,
tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń w mieście Sopotie**

Na podstawie art. 37a ust. 1 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t. j. Dz. U. z 2016 r., poz. 778 zmiany: Dz. U. z 2016 r. poz. 904, Dz. U. z 2016 r. poz. 961, Dz. U. z 2016 r. poz. 1250, Dz. U. z 2016 r. poz. 1579), Rada Miasta Sopotu uchwala, co następuje:

§ 1

1. Uchwala się zasady i warunki sytuowania małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń.
2. Uchwala, o której mowa w ust. 1 dotyczy całego Miasta Sopotu, z wyłączeniem terenów zamkniętych, położonych na terenie działki nr 28/1, arkusz mapy 5.
3. Niniejsza uchwała składa się z następujących rozdziałów:
 - 1) ustalenia ogólne;
 - 2) ustalenia dla obszaru całego miasta;
 - 3) ustalenia w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów;
 - 4) ustalenia w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam dla poszczególnych obszarów: strukturalnych od A do H, indywidualnej promocji w częściach od a do m, wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego;
 - 5) ustalenia w zakresie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury i ogrodzeń;
 - 6) przepisy przejściowe;
 - 7) przepisy końcowe.

§ 2

1. Uchwala obejmuje ustalenia zawarte w treści uchwały oraz w części graficznej składającej się z:
 - 1) rysunku stanowiącego załącznik nr 1 do uchwały;
 - 2) rysunków szczegółowych stanowiących załączniki od nr 1a do nr 1m.
2. Integralną częścią niniejszej uchwały jest rozstrzygnięcie o sposobie rozpatrzenia uwag do projektu uchwały w sprawie zasad i warunków sytuowania małej architektury tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, niebędące ustaleniami uchwały, stanowiące załącznik nr 2 do uchwały.

§ 3

Celem uchwały jest uporządkowanie środowiska wizualnego w mieście i ustalenie zasad i warunków sytuowania:

- 1) obiektów małej architektury,
- 2) tablic reklamowych, urządzeń reklamowych, w tym szyldów,
- 3) ogrodzeń,

ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane.

Rozdział 1 Ustalenia ogólne

§ 4

W celu odniesienia ustaleń niniejszej uchwały do struktury przestrzennej miasta ustala się podział miasta na następujące obszary:

- 1) osiem obszarów strukturalnych, oznaczonych następującymi symbolami:
 - a) *reprezentacyjnej przestrzeni w historycznym śródmieściu – A*; granice obszaru przebiegają: od północnego wschodu wzdłuż Alei Franciszka Mamuszki, Skweru Kuracyjnego, Alei Wojska Polskiego do Skweru Bowiena, następnie od południowego wschodu do ul. Ogrodowej, następnie wzdłuż parkingu i ul. Gen. Kazimierza Pułaskiego do ul. Jana Sobieskiego i wzdłuż tej ulicy do przedłużenia ul. Władysława IV w poprzek skarpy, a następnie wzdłuż ul. Władysława IV do ul. Kościuszki, następnie od południa wzdłuż ul. Kościuszki do ul. Marynarzy do terenów kolejowych, następnie wzdłuż terenów kolejowych do wąwozu, następnie od północnego zachodu wzdłuż wąwozu i ul. Aleksandra Majkowskiego do ul. Powstańców Warszawy i wzdłuż tej ulicy do granicy z Parkiem Północnym i wzdłuż, do Alei Franciszka Mamuszki,
 - b) *historycznej przestrzeni miejskiej – B*; obszar składa się z trzech części:
 - części północnej granice przebiegają ulicami: Powstańców Warszawy, Majkowskiego do terenów kolejowych i wzdłuż do ul. Jana Goyki, następnie ulicą Jana Jerzego Haffnera,
 - części południowej granice przebiegają ulicami: Aleją Wojska Polskiego, Na Wydmach, Bitwy Pod Płowcami, 3. Maja do terenów kolejowych i wzdłuż nich do ul. Tadeusza Kościuszki, następnie ul. Władysława IV i jej przedłużeniu w poprzek skarpy do ul. Sobieskiego, następnie ul. Sobieskiego do ul. Pułaskiego i na przedłużeniu tej ulicy do Skweru Bowiena i do Alei Wojska Polskiego,
 - części zachodniej granice przebiegają ulicami: Aleją Niepodległości, Armii Krajowej, Gen. Władysława Sikorskiego,
 - c) *strefy administracji i biznesu – C*; obszar składa się z fragmentów terenów zlokalizowanych po obu stronach Alei Niepodległości i ul. Rzemieślniczej:
 - po wschodniej stronie Alei Niepodległości, między Aleją Niepodległości a terenami kolejowymi,
 - po zachodniej o stronie Alei Niepodległości; granice obszaru przebiegają wzdłuż Alei Niepodległości do ul. Gen. Władysława Sikorskiego, następnie wzdłuż terenów Uniwersytetu Gdańskiego do ul. Armii Krajowej i wzdłuż tej ulicy do Alei Niepodległości oraz w zakresie obejmującym tereny po obu stronach przystanku SKM Sopot Kamienny Potok wzdłuż terenów kolejowych do granicy administracyjnej miasta,
 - d) *tonacji reklam w strefie mieszkaniowej – D*; obszar składa się z trzech głównych lokalizacji zabudowy mieszkaniowej zlokalizowanych:

- w górnym Sopocie na zachód od Alei Niepodległości i ul. Armii Krajowej w bezpośrednim sąsiedztwie obszaru leśnego,
 - w dolnym Sopocie na wysokości przystanku SKM Sopot Wyścigi między terenami kolejowymi ulicami 3. Maja, Bitwy pod Płowcami, Polną granicą Sopockich Błoni, ogródków działkowych, hipodromu, następnie ul. Polną do terenów kolejowych,
 - w dolnym Sopocie przy południowo wschodniej granicy z Gdańskiem,
- e) *ekspozycji walorów przestrzeni rekreacyjno-uzdrowiskowych – E*; obszar składa się z dwóch fragmentów terenów zlokalizowanych przy granicy administracyjnej miasta od strony Gdyni i od strony Gdańska:
- obszar przy granicy miasta od strony Gdyni położony jest między rzeką Sweliną, krawędzią klifu, ul. Powstańców Warszawy i na jej przedłużeniu do Alei Niepodległości,
 - obszar przy granicy miasta od strony Gdańska położony jest między Aleją Wojska Polskiego, granicą administracyjną miasta, granicą ochrony ujęcia wody „Bitwy Pod Płowcami”, ulicami Polną, Bitwy Pod Płowcami i Na Wydmach,
- f) *promocji w przestrzeniach rekreacyjno-sportowych – F*; obszar składa się z trzech fragmentów terenów zlokalizowanych w północno wschodniej i w południowo wschodniej części miasta:
- w północno wschodniej części miasta obszar obejmuje:
 - Park Północny wraz z klifem nadmorskim,
 - tereny przyległe od wschodu to terenów kolejowych ograniczone od północy ul. Młyńską, od wschodu ul. Jana Jerzego Haffnera i ul. Jana Winieckiego, od południa ul. Jakuba Goyki,
 - w południowo wschodniej części miasta obejmuje strefę ochrony ujęcia wody „Bitwy Pod Płowcami, „Błonia” i ogródki działkowe przy ul. Władysława Łokietka,
- g) *promocji w strefie plaż – G*; obszar obejmuje sopockie plaże na całej długości, między brzegiem morskim a Aleją Wojska Polskiego i Aleją Franciszka Mamuszki,
- h) ciszy reklamowej w strefie przyrodniczej – H; obszar obejmuje sopockie lasy;
- 2) *obszar indywidualnej promocji* - to przestrzenie o ponadlokalnej reprezentacyjnej randze. Ich położenie zostało przedstawione na załączniku graficznym nr 1 do niniejszej uchwały i załącznikach graficznych od 1a do 1m, wykonanych na tle fragmentów mapy ewidencyjnej i opisanych, jako:
- a) Aquapark Sopot,
 - b) Skansen Archeologiczny – Grodzisko,
 - c) teren kortów tenisowych,
 - d) teatr,
 - e) Skwer Kuracyjny i Molo,
 - f) Plac Przyjaciół Sopotu, Plac Zdrojowy, Plac Jasia Rybaka,
 - g) Opera Leśna,
 - h) Stadion Leśny,
 - i) Hipodrom Sopot - tor wyścigów konnych,
 - j) hala widowiskowo-sportowa na granicy Gdańska i Sopotu,

- k) Muzeum Miasta Sopotu,
- l) dworzec Sopot,
- m) stadion rugby;
- 3) obszary wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego:
 - a) *ulic: Bohaterów Monte Cassino, 1.Maja, Jana Jerzego Haffnera, Powstańców Warszawy, Grunwaldzka, Bitwy pod Płowcami, Polna, Władysława Łokietka,*
 - b) *alei Niepodległości,*
 - c) *terenów kolejowych.*

Rozdział 2

Ustalenia dla całego obszaru miasta

§ 5

Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych, urządzeń reklamowych innych niż ustalone niniejszą uchwałą, chyba, że ich sytuowanie zostało określone w przepisach odrębnych.

§ 6

1. Pojęcia użyte w niniejszej uchwale zdefiniowane w innych przepisach to: obiekt małej architektury, ogrodzenie, reklama, tablica reklamowa, urządzenie reklamowe, szyld.
2. Pojęcia użyte w niniejszej uchwale oznaczają:
 - 1) baner okolicznościowy - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe na podłożu tekstylnym lub innym materiale z tworzywa sztucznego, o formacie nie większym niż duży, na konstrukcji tymczasowo lub stale zakotwionej w gruncie, na obiektach budowlanych lub na innych nośnikach reklamy;
 - 2) baner sprzedaży nieruchomości - tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe na podłożu tekstylnym lub innym materiale z tworzywa sztucznego, na konstrukcji tymczasowo lub stale zakotwionej w gruncie, na obiektach budowlanych lub na innych nośnikach reklamy, sytuowany tylko na terenie nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące;
 - 3) billboard – tablica reklamowa o formacie wielkim, wolno stojąca o łącznej wysokości do 7 m;
 - 4) citylight – podświetlona, oszklona tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe o wymiennej ekspozycji, o standardowym rozmiarze mieszczącym tablicę reklamową o wymiarach 1,2 m na 1,8 m, zawierającym się w formacie średnim, wolno stojący lub umieszczony w wiatach przystankowych lub w innych obiektach;
 - 5) ekran – tablica reklamowa służąca prezentacji informacji wizualnej o zmiennej treści, jako:
 - a) ekran nieświecący – nieemitujący bezpośredniego światła,
 - b) ekran świetlny – emitujący światło bezpośrednio;
 - 6) elementy wygrodeniowe – elementy służące czasowemu wyznaczeniu przestrzeni, np. ogródka gastronomicznego, terenu, na którym odbywa się wydarzenie, niezwiązane na stałe z gruntem, w szczególności: donice z zielenią, pacholki, słupki, barierki;
 - 7) elewacja interaktywna – instalacja świetlna lub mechaniczna, będąca integralnym elementem obiektu;
 - 8) flaga, proporzec – tkanina z informacją wizualną o układzie poziomym lub pionowym, umieszczana na maszcie wolnostojącym, słupie oświetleniowym lub na wysięgniku;
 - 9) gablota – urządzenie reklamowe jedno lub dwustronne, na trwale związane z gruntem, na jednym lub dwóch słupkach, w formacie nie większym niż średni; nie dotyczy

- gablot tymczasowych, niezwiązanych na trwale z gruntem, sytuowanych na czas wyborów;
- 10) gablota z menu – urządzenie reklamowe, w formie oszklonej szafki, w formacie nie większym niż mały, służące zamieszczeniu reklam i informacji;
 - 11) kaseton – prostopadłościan jedno- lub dwustronny z płaską lub przestrzenną grafiką, z podświetleniem lub bez, występujący, jako: szyld główny, szyld przyległy, szyld semaforowy;
 - 12) kubik – wolnostojące urządzenie reklamowe o formie prostopadłościanu, o rzucie kwadratu o wymiarach nie większych niż 1 m na 1 m i wysokości do 3 m, niezwiązane trwale z gruntem, w postaci stelaża przestrzennego z reklamą, chyba, że ustalenia szczegółowe dla poszczególnych obszarów stanowią inaczej;
 - 13) litera lub logotyp stosowane w reklamie:
 - a) przestrzenne np. cięte, odlewane lub formowane w inny sposób,
 - b) malowane – płaskie, nanoszone bezpośrednio na nośnik;
 - 14) meble miejskie – elementy małej architektury stanowiące wyposażenie przestrzeni dostępnych publicznie, w szczególności: ławki, kosze na śmieci, stojaki na rowery, wiaty na samochody i rowery, altany, elementy oświetlenia, wiaty przystankowe, stragany, stragany dla handlu sezonowego itp.;
 - 15) model przestrzenny – nośnik reklamy w formie figuratywnego przedstawienia danego przedmiotu lub postaci w dowolnej skali, umieszczony w przestrzeni lub taki przedmiot użytkowy, który nie pełni przypisanej mu pierwotnie funkcji, lecz nie wyższy niż 1,5 m;
 - 16) naklejka, tabliczka – forma samoprzylepna lub nie, w drobnym formacie;
 - 17) neon – konturowa forma plastyczna lub szyld wykonane z użyciem rurek jarzeniowych;
 - 18) nośnik reklamy – obiekt lub miejsce na obiekcie, na którym sytuowane jest urządzenie reklamowe lub tablica reklamowa, w szczególności: elewacja, elementy wchodzące w skład ogródka gastronomicznego, elementy wyгородzeniowe, falbana, przebieralnia na plaży, siatka budowlana, szyba wystawowa itp.;
 - 19) nośnik pneumatyczny – urządzenie dmuchane w formie balonu, dmuchanej bramy, airwall'a;
 - 20) ogródek gastronomiczny – zewnętrzne przedłużenie powierzchni usługowej lokalu w przestrzeń publiczną lub otoczenie wolnostojącego, tymczasowego obiektu gastronomicznego;
 - 21) plakat – rodzaj wyrobu poligraficznego, w formacie małym lub średnim, stanowiący w całości formę graficzną;
 - 22) pole powierzchni ekspozycyjnej reklamy – pole powierzchni prostokąta opisanego na reklamie lub suma pól powierzchni prostokątów opisanych na niepołączonych ze sobą elementach reklamy; dla urządzeń reklamowych o kształcie uniemożliwiającym wyliczenie pola powierzchni służącej ekspozycji reklamy, stosuje się zasady obliczania według przepisów odrębnych;
 - 23) potykacz – przestawna tablica reklamowa, w formie stojaka typu A, o maksymalnej wysokości do 125 cm, składająca się maksymalnie z dwóch jedno- lub dwustronnych tablic reklamowych o wymiarach do 100 cm wysokości i do 75 cm szerokości, zawierających opis oferty działalności, np. wydarzeń, wystaw lub jadłospisu;
 - 24) pylon – wolnostojące urządzenie reklamowe mocowane w gruncie bez wyodrębnionej podstawy, charakteryzujące się zwartą strukturą, do którego zalicza się:

- a) pylon cenowy – urządzenie reklamowe, służące informacji o cenach np. na stacjach paliw, o wysokości do 7 m,
 - b) pylon główny – urządzenie reklamowe, o maksymalnej wysokości do 3,5 m lub do 7 m regulowanej dla poszczególnych obszarów, służące prezentacji szyldu głównego, reklamy, uregulowane w zależności od uwarunkowań usytuowania w ustaleniach szczegółowych zawartych w Rozdziale 3 niniejszej uchwały i szerokości do 1/3 wysokości,
 - c) pylon zbiorczy – urządzenie reklamowe służące prezentacji zgrupowanych modułowo szyldów przyległych o wysokości do 3,5 m i o szerokości do 1/3 wysokości;
- 25) reklama obwoźna – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe, umieszczona na przyczepach samochodowych, lawetach i innych możliwych do przemieszczania nośnikach, które są w ruchu bądź na postoju, służących wyłącznie funkcji reklamowej; jeżeli przyczepa samochodowa, laweta i czy inny możliwy do przemieszczania nośnik jest zaparkowany przez dłuższy czas w tym samym miejscu i nie jest używany, a opatrzony jest napisami reklamowymi, może być uznany za reklamę, zgodnie z przepisami odrębnymi; definicja nie dotyczy reklamy tranzytowej;
 - 26) reklama obnośna – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe niesiona;
 - 27) reklama tranzytowa – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe umieszczone na środkach komunikacji publicznej, samochodach, przyczepach lub naczepach samochodowych, przejeżdżających przez miasto; w granicach pasa drogowego parkują pojazdy wraz z umieszczonymi nań reklamami;
 - 28) reklama okolicznościowa – reklama wydarzenia kulturalnego, sportowego, społecznego, związanego z wyborami, związanego ze współpracą z miastami partnerskimi itp. organizowanego na obszarze Miasta Sopotu, sytuowana na okres trwania wydarzenia i na okres nie dłuższy niż 3 tygodnie, a w przypadku wyborów 6 tygodni przed wydarzeniem, do której zaliczają się tablice reklamowe i urządzenia reklamowe wymienione w §6 ust. 2, oprócz nośnika pneumatycznego, reklamy na namiocie lub na stoisku promocyjnym, które mogą być sytuowane tylko na czas trwania wydarzenia;
 - 29) reklama przyległa sygnująca – tablica reklamowa w formacie nie większym niż mały, sytuowana w dowolnym miejscu na budynku, lub na obiekcie małej architektury, zgodnie z ustaleniami zawartymi w §9 ust.2 pkt 1), 2) niniejszej uchwały, zawierająca jedynie informacje o inwestorze, firmie projektującej, budowlanej realizującej obiekt;
 - 30) reklama wolnostojąca – tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe trwale związane z gruntem lub przenośne, taka jak: baner sprzedaży nieruchomości, baner okolicznościowy, billboard, citylight, ekran, flaga, gablota, kubik, model przestrzenny, potykacz, proporzec, pylon, słup ogłoszeniowy, tablica wolnostojąca, winder, witacz wejściowy, witacz wjazdowy; do reklam wolnostojących nie wlicza się reklam sytuowanych w odległości do 15 cm od ściany obiektu budowlanego;
 - 31) siatka budowlana – ażurowa osłona robót budowlanych prowadzonych na wysokościach;
 - 32) słup ogłoszeniowy – urządzenie reklamowe w formie walca o średnicy od 120 cm do 175 cm i wysokości maksymalnej powierzchni ekspozycyjnej do 3,6 m służące do umieszczania ogłoszeń, plakatów, reklam;
 - 33) stragan – element wyposażenia jarmarków okolicznościowych, w tym związanych z obsługą świąt;
 - 34) stragan dla handlu sezonowego – obiekt małej architektury w formie zadanej o ujednoczonej architekturze, o powierzchni blatu do ekspozycji towarów do 2 m²;

służący ekspozycji towarów będących przedmiotem handlu, w szczególności: drobnymi wyrobami pamiątkarskimi, artystycznymi, akcesoriami plażowymi w okresie od 01maja do 30 września;

- 35) System Informacji Miejskiej (SIM) – ujednolicony system informacji o charakterze miejskim obejmujący znaki informacyjne, tablice, przestrzenne nośniki informacji, stanowiące elementy systemu informacji adresowej, kierunkowej, turystycznej, oraz inną informację dotyczącą obiektów i wydarzeń na terenie miasta Sopotu;
- 36) szyld główny – jako nazwa obiektu albo głównej działalności komercyjnej, prowadzonej na nieruchomości;
- 37) szyld przyległy – sytuowany równolegle do fasady budynku;
- 38) szyld semaforowy – wywieszka uliczna, sytuowana prostopadle do fasady budynku pionowo lub poziomo;
- 39) tablica wolnostojąca – tablica reklamowa jedno lub dwustronna, na trwale związana z gruntem, na jednym lub dwóch słupkach, o formacie nie większym niż mały;
- 40) wiata przystankowa – obiekt małej architektury służący osłonie pasażerów przebywających na przystankach komunikacji publicznej;
- 41) winder – tkanina rozpięta na maszcie niezwiązanym trwale z gruntem;
- 42) witacz wejściowy – przenośna tablica reklamowa umieszczona na pulpicie, stojaku, sztaludze, lub na płocie, sytuowana wyłącznie przy wejściu do lokalu lub do ogródka gastronomicznego, przeznaczona do ekspozycji menu lub innych informacji dotyczących lokalu, o małej powierzchni ekspozycyjnej, lecz nie większej niż 0,7 m²;
- 43) witacz wjazdowy – przydrożna tablica reklamowa lub urządzenie reklamowe informujące o wjeździe do miasta w formie pylonów, o wysokości nie wyższej niż 7 m, służące promocji miasta;
- 44) wyklejka – rodzaj reklamy na szybę, o formacie ustalonym w ustaleniach szczegółowych dla poszczególnych obszarów wymienionych w niniejszej uchwale.

§ 7

Zakres wielkości powierzchni ekspozycyjnej tablic i urządzeń reklamowych, w następujących formatach:

- 1) drobny – do 0,1 m² włącznie;
- 2) mały – od 0,1 m² do 1,25 m² włącznie;
- 3) średni – od 1,25 m² do 2,5 m² włącznie;
- 4) duży – od 2,5 m² do 9,0 m² włącznie;
- 5) wielki – od 9,0 m² do 12,0 m² włącznie;
- 6) dowolny dla elewacji interaktywnej i ekranu sytuowanych w obszarze indywidualnej promocji;
- 7) rozmiar tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego nie większy niż 15% dopuszczalnej wielkości powierzchni ekspozycyjnej.

§ 8

1. Na całym obszarze miasta dopuszcza się System Informacji Miejskiej oraz tablice będące realizacją obowiązku nałożonego przepisami prawa, niezależnie od zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych ustalonych w niniejszej uchwale. Systemowi Informacji Miejskiej może towarzyszyć reklama występująca na wspólnych urządzeniach reklamowych i tablicach reklamowych.

2. Na całym obszarze miasta sytuowanie reklam w pasach drogowych ulic zgodnie z przepisami odrębnymi i ustaleniami zawartymi w niniejszej uchwale.
3. Na całym obszarze miasta dopuszcza się reklamę tranzytową.
4. Na całym obszarze miasta zakazuje się reklamy obwoźnej i reklamy obnośnej, za wyjątkiem reklam:
 - 1) wyborczej, na czas poprzedzający wybory w ciągu 6 tygodni przed wydarzeniem i w czasie wyborów, zgodnie z przepisami odrębnymi;
 - 2) umieszczonych na elementach miejskiej komunikacji publicznej.

§ 9

1. Zasady sytuowania reklam w kontekście ochrony dziedzictwa kulturowego i zabytków oraz dóbr kultury współczesnej:
 - 1) na obszarze miasta znajdują się obiekty wpisane do Rejestru Zabytków woj. pomorskiego – wszelkie działania inwestycyjne podlegają przepisom odrębnym z zakresu ochrony i opieki nad zabytkami; na obiektach wpisanych do Rejestru Zabytków woj. pomorskiego zakazuje się sytuowania reklam za wyjątkiem szyldów; zakaz nie dotyczy zabytkowego zespołu architektoniczno krajobrazowego wpisanego do rejestru zabytków województwa pomorskiego o nr rejestru 936;
 - 2) na obszarze miasta znajdują się obiekty wymienione w Wojewódzkiej Ewidencji Zabytków i Gminnej Ewidencji Zabytków, dla których obowiązują ustalenia wymienione w ust 2 niniejszego paragrafu oraz w Rozdziałach 3 i 4 niniejszej uchwały.
2. Ogólne zasady i warunki sytuowania reklam i małej architektury, w kontekście ochrony krajobrazu:
 - 1) dopasowanie kompozycyjne (kształt, wielkość, kolorystyka, sposób oświetlenia i umieszczenia) do detali architektonicznych budynków, z zakazem:
 - a) przesłaniania detalu, w tym:
 - gzymsów, fryzów,
 - balustrad w szczególności: schodów, balkonów, loggii, tarasów,
 - boniowania, sztukaterii, ozdobnego zróżnicowania faktury tynków, okładzin kamiennych, ceramicznych i innych elementów historycznego wystroju budynku,
 - b) zaburzania porządku i układu kompozycyjnego obiektu poprzez dopasowanie się do:
 - światła otworów okiennych i drzwiowych,
 - pionowych i poziomych podziałów elewacji wyznaczonych:
 - detalem architektonicznym,
 - widocznymi elementami konstrukcyjnymi;
 - c) stosowania materiałów odbijających światło dzienne w sposób mogący powodować efekt olśnienia;
 - 2) wyznaczenie w projekcie budowlanym lokalizacji i formy reklamy na obiekcie zgodnie z ustaleniami niniejszej uchwały;
 - 3) zapewnienie przedpoła ekspozycji:
 - a) w osiach widokowych,
 - b) panoramom miasta,
 - c) zabytkom;

- 4) redukcja barier przestrzennych poprzez sytuowanie:
- a) reklam i małej architektury w sposób niekolidujący z ciągami komunikacyjnymi,
 - b) małej architektury w sposób określający charakterystyczne punkty orientacyjne w przestrzeni.

Rozdział 3

Ustalenia w zakresie zasad i warunków sytuowania szyldów

§ 10

1. Rodzaje szyldów i ich sytuowanie:

1) szyld główny:

a) sytuowany:

- w dowolnym miejscu na elewacji z ogólnodostępnym wejściem do budynku, wyznaczonym w projekcie budowlanym,
- w parterze na wspólnej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych i semaforowych,
- nad okapem stropodachu,
- jako szyld semaforowy pionowy, którego najniższy punkt znajduje się nie niżej niż 2,40 m nad poziomem terenu bezpośrednio pod nim, na odległość nie większą niż 100 cm przed elewacją,
- na pylonie głównym o wysokości do 3,5 m,
- na szczycie pylonu zbiorczego,

b) w formie:

- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, jako:
 - szyldu przyległego, o wysokości stanowiącej nie więcej niż $1/6$ odległości liter od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
 - szyldu sytuowanego nad okapem stropodachu o wysokości stanowiącej nie więcej niż: 0,8 m wysokości elewacji dla elewacji o wysokości do 6 m, lub $1/8$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 1,2 m dla elewacji o wysokości od 6 m do 12 m, lub $1/10$ wysokości elewacji, lecz nie więcej niż 6 m dla elewacji wyższych niż 12 m,
- kasetonu jedynie w parterze budynku o wysokości stanowiącej nie więcej niż $1/6$ odległości dolnej krawędzi od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nim,
- kasetonu, logotypu, liter przestrzennych lub malowanych o kierunku pisania w dół, jako semaforu pionowego;

2) szyld przyległy:

a) sytuowany:

- w parterze budynku lub w pasie między parterem a pierwszym piętrzem w miejscu przeznaczonym dla szyldu:
 - na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyległych i semaforowych na elewacji lub pierzei, o ile jest to możliwe,

- wyśrodkowany względem podziałów pionowych osi kompozycyjnych budynku, albo światła otworów okiennych i drzwiowych,
- w budynku za lub przed szybą w otworze okiennym lub drzwiowym tylko w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych,
- wyrównany względem podziałów poziomych elewacji a w przypadku szyldu zamontowanego za lub przed otworem okiennym wyrównany względem górnej krawędzi tego otworu,
- na ogrodzeniu przy wejściu głównym, o formacie nie większym niż $0,7 \text{ m}^2$ powierzchni ekspozycyjnej szyldu,
- dodatkowo w dowolnym miejscu na budynku, zgodnie z ustaleniami zawartymi w §9 ust.2 pkt 1), 2) niniejszej uchwały, w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, dla usługi zlokalizowanej w całym budynku, dla następujących rodzajów usług:
 - hotelu posiadającego nie mniej niż 50 pokoi gościnnych,
 - handlu o powierzchni sprzedaży przekraczającej 400 m^2 ,
 - kultury i sztuki, oświaty, zdrowia, których powierzchnie całkowite budynków są nie mniejsze niż 200 m^2 ,

b) w formie:

- kasetonu
 - sytuowanego na budynku, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż $1/6$ odległości dolnej krawędzi kasetonu od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nim,
 - sytuowanego na ogrodzeniu budynku, w którym znajduje się podmiot reklamy, o maksymalnej wysokości stanowiącej nie więcej niż $1/3$ odległości dolnej krawędzi kasetonu od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nim,
 - nie dopuszcza się sytuowania na obiektach wpisanych do Gminnej Ewidencji Zabytków,
- logotypu, liter przestrzennych lub malowanych:
 - sytuowanych na budynku, o maksymalnej wysokości czcionki stanowiącej nie więcej niż $1/6$ odległości liter od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
 - sytuowanych na ogrodzeniu budynku, w którym znajduje się podmiot reklamy, o maksymalnej wysokości czcionki stanowiącej nie więcej niż $1/10$ odległości liter od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
 - przymocowanych bezpośrednio do elewacji lub ogrodzenia, albo na dystansach, na bezbarwnej tablicy eksponującej elewację lub ogrodzenie, na kasetonie, na szybie w witrynie, za lub przed szybą, w świetle otworu okiennego lub drzwiowego;

3) szyld semaforowy:

a) sytuowany:

- nie niżej niż $2,40 \text{ m}$ nad poziomem terenu bezpośrednio pod nim,

- dla lokalu znajdującego się w parterze:
 - na elewacji na wysokości parteru, przy funkcjonującym wejściu do budynku, z którego znajduje się wejście lub dojście do lokalu, lub przy witrynie,
 - na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyściennych i semaforowych na elewacji,
 - przy pionowej osi kompozycyjnej elewacji budynku,
 - na odległość nie większą niż 80 cm przed elewacją,
 - dla lokalu znajdującego się bezpośrednio pod lub nad parterem sytuowany:
 - na wysokości parteru,
 - na tej samej wysokości dla wszystkich szyldów przyściennych i semaforowych na elewacji,
 - na odległość nie większą niż 80 cm przed elewacją,
- b) w formie kasetonu, logotypu, liter przestrzennych lub malowanych:
- o maksymalnej wysokości czcionki stanowiącej nie więcej niż 1/6 odległości liter od poziomu terenu znajdującego się bezpośrednio pod nimi,
- c) dopuszcza się model przestrzenny, jako część szyldu semaforowego;
- 4) szyld wizytówkowy:
- a) stanowiący moduł o wspólnych ze znajdującymi się w danym miejscu pozostałymi szyldami wizytówkowymi elementach, tj. wielkością i proporcjami tablicy reklamowej, na której znajduje się szyld wizytówkowy; dodatkowo może on zawierać informacje kontaktowe,
- b) sytuowany:
- przy wejściach do budynku albo na drzwiach zewnętrznych prowadzących do podmiotu reklamy,
 - na bramach w przejściach bramnych albo na bramach wejściowych, na ogrodzeniach prowadzących do podmiotu reklamy,
 - na pylonach zbiorczych znajdujących się na dojściu do wejścia do budynku prowadzącego do podmiotu reklamy,
- c) w formie logotypu, liter przestrzennych lub malowanych, przymocowanych, na bezbarwnej tablicy eksponującej elewację lub w kolorze, a dla budynków wpisanych do Gminnej Ewidencji Zabytków, w kolorystyce elewacji, lub o tle przeziernym, lub wykonane w materiale naturalnym takim jak: kamień, drewno, metal, wyroby ceramiczne itp., w formacie nie większym niż drobny, czyli w szczególności o wymiarach: 21 cm x 29 cm lub 21 cm x 42 cm;
- 5) szyld na szybie:
- a) sytuowany w witrynach, w otworach okiennych i drzwiowych,
- b) w formie wyklejanej lub malowanej,
- c) o powierzchni ekspozycyjnej nie większej niż 15% powierzchni otworu, w którym się znajduje;
- 6) szyld na falbanach będący nazwą, logotypem działalności, której dotyczy;
- 7) szyld na potykaczu lub szyld na witaczu wejściowym, stanowiący nie więcej niż 15% powierzchni informacyjnej;
- 8) szyld na fladze lub szyld na proporcu.

2. Maksymalna liczba szyldów:

- 1) na budynek – jeden szyld główny na każdą elewację budynku z ogólnodostępnym wejściem do budynku, dodatkowo jeden szyld semaforowy pionowy;
- 2) na lokal:
 - a) jeden dowolny szyld przyległy lub na szybie usytuowany na każdej elewacji z ogólnodostępnym wejściem do budynku, jeden szyld semaforowy,
 - b) jeden szyld wizytówkowy przy każdym funkcjonującym wejściu do budynku prowadzącym do podmiotu reklamy lub na pylonie zbiorczym przed wejściem,
 - c) dodatkowo:
 - szyld przyległy w indywidualnej ilości na budynku z usytuowaniem ustalonym w ust. 1 pkt 2) lit. a) tiret trzecie niniejszego paragrafu,
 - w ogródkach gastronomicznych:
 - szyldy na falbanie,
 - jeden szyld na połykaczu lub witaczu,
 - na elementach wygrodeniowych.

Rozdział 4

Ustalenia w zakresie zasad i warunków sytuowania reklam dla poszczególnych obszarów: strukturalnych od A do H, indywidualnej promocji w częściach od a do m, wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego

§ 11

1. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze strukturalnym „A”, dla *reprezentacyjnej przestrzeni w historycznym śródmieściu*, poza wyróżnionym układem drogowym, dla którego obowiązują ustalenia §13, są następujące:
 - 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) baner sprzedaży nieruchomości,
 - b) citylight w wiacie przystankowej,
 - c) citylight wolnostojący,
 - d) flaga, proporzec,
 - e) gablota,
 - f) naklejka, tabliczka,
 - g) plakat,
 - h) potykacz,
 - i) pylon główny do 2 m wysokości,
 - j) reklama na falbanie,
 - k) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - l) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu wraz z opisem,
 - m) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - n) słup ogłoszeniowy,
 - o) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości,
 - p) witacz wejściowy z menu/opisem,
 - q) wyklejka;

- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1) w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni, z wyłączeniem pasa drogowego ul. Bohaterów Monte Cassino, dla której obowiązują ustalenia §13 ust. 1 pkt 1) lit. b) tiret pierwsze,
 - b) baner sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż mały,
 - c) citylight wolnostojący sytuowany:
 - na działce nr 103/8, arkusz mapy 24, przy ul. Powstańców Warszawy przy Hotelu Shreaton,
 - na działce nr 44/5, arkusz mapy 26, przy ul. Kościuszki przed Urzędem Miasta Sopotu,
 - d) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - e) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym tylko przed Urzędem Miasta Sopotu w ilości nie więcej niż 4 sztuki,
 - f) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - g) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - h) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - i) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - j) pylon główny - możliwe sytuowanie:
 - na działce nr ewid. 2/4 arkusz mapy 24,
 - na działce nr ewid. 103/8 arkusz mapy 24,
 - k) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas faktycznego wykonywania robót na elewacjach.
 - l) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych,
 - m) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
 - n) wyklejka:
 - do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
 - do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.
2. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze strukturalnym „**B**” – *historycznej przestrzeni miejskiej*, są następujące:

- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) baner sprzedaży nieruchomości,
 - b) citylight w wiacie przystankowej,
 - c) citylight wolnostojący,
 - d) flaga, proporzec,
 - e) gablota,
 - f) naklejka, tabliczka
 - g) plakat,
 - h) potykacz,
 - i) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - j) reklama na falbanie,
 - k) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - l) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - m) słup ogłoszeniowy,
 - n) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości,
 - o) witacz wejściowy z menu/opisem – tylko w ogródkach gastronomicznych,
 - p) wyklejka;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
 - a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1), w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) baner sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż mały,
 - c) citylight wolnostojący w następujących lokalizacjach:
 - na dz. nr 195/2 arkusz mapy 25 przy skrzyżowaniu ul. Grunwaldzkiej i ul. Chopina,
 - d) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - e) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - f) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - g) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - h) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - i) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas faktycznego wykonywania robót na elewacjach,
 - j) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych,

k) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości, tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,

l) wyklejka:

- do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
- do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

3. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze strukturalnym „C” – *strefy administracji i biznesu*, są następujące:

1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:

a) baner sprzedaży nieruchomości,

b) billboard,

c) citylight w wiacie przystankowej,

d) citylight wolnostojący,

e) flaga, proporzec,

f) gablota,

g) gablota z menu,

h) naklejka, tabliczka,

i) plakat,

j) potykacz,

k) pylon główny do 3,5 m wysokości,

l) pylon zbiorczy,

m) pylon cenowy

n) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,

o) reklama na falbanie,

p) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,

q) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,

r) reklama okolicznościowa:

- baner okolicznościowy,

- billboard,

- model przestrzenny,

- nośnik pneumatyczny,

- plakat,

s) słup ogłoszeniowy,

t) tablica wolnostojąca j - reklama sprzedaży nieruchomości,

u) witacz wejściowy z menu/opisem;

v) wyklejka;

2) sytuowanie wymienionych w pkt 1) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:

a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących wymienione w pkt 1), w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,

b) baner sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż średni,

- c) billboard sytuowany zgodnie z wyznaczonymi rejonami lokalizacji na załączniku nr 1 do niniejszej uchwały,
- d) citylight wolnostojący w następujących lokalizacjach:
 - nr 184/3 KM 36 w rejonie Alei Niepodległości 700,
 - nr 2/2 KM 6 w rejonie Alei Niepodległości 938,
- e) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na wysięgnikach lub bezpośrednio na obiekcie budowlanym, na pionowych osiach kompozycyjnych elewacji, jedynie do stosowania przy lub na obiektach o funkcji w całości usługowej, na słupie oświetleniowym,
- f) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
- g) gablota z menu jedynie w formie małej, sytuowana na ogrodzeniu,
- h) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
- i) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
- j) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
- k) pylon główny i zbiorczy możliwe sytuowanie:
 - zakazuje się sytuowania przed obiektami wpisanymi do Rejestru Zabytków lub do Gminnej Ewidencji Zabytków,
 - na nieruchomości o funkcji wyłącznie usługowej, na której prowadzona jest reklamowana działalność, lub w pasie drogowym bezpośrednio przyległym do tej nieruchomości, jeśli obiekt, w którym działalność jest prowadzona odsunięty jest od granicy nieruchomości, o co najmniej 7 m,
 - w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, co najmniej formatu średniego lub od innego pylonu głównego lub zbiorczego,
 - ponadto pylon zbiorczy sytuowany po wschodniej stronie Alei Niepodległości, na odcinku między granicą miasta a ul. Jana z Kolna, przy zjazdach z Alei Niepodległości w kierunku ul. Rzemieślniczej, w ilości nie więcej niż w 3 lokalizacjach,
- l) pylon cenowy jedynie dla produktów stacji benzynowej na terenie stacji lub bezpośrednio przed nią,
- m) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych,
- n) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formie dużej,
 - na czas faktycznego wykonywania robót na elewacjach,
- o) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,

p) wyklejka:

- do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
- do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

4. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze strukturalnym „D” – *tonacji reklam w strefie mieszkaniowej*, są następujące:

1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:

- a) baner sprzedaży nieruchomości,
- b) bilbord,
- c) citylight w wiacie przystankowej,
- d) flaga, proporzec,
- e) gablota,
- f) gablota z menu,
- g) naklejka, tabliczka,
- h) plakat,
- i) potykacz,
- j) pylon główny do 2,5 m wysokości,
- k) pylon zbiorczy do 2,5 m wysokości,
- l) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
- m) reklama na falbanie,
- n) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
- o) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
- p) słup ogłoszeniowy,
- q) tablica wolnostojąca j - reklama sprzedaży nieruchomości,
- r) witacz wejściowy z menu/opisem,
- s) wyklejka;

2) sytuowanie wymienionych w pkt 1) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:

- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1), w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
- b) baner sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż mały,
- c) bilbord sytuowany zgodnie z wyznaczonymi rejonami lokalizacji na załączniku nr 1 do niniejszej uchwały,
- d) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
- e) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
- f) gablota z menu jedynie w formacie małym, sytuowana na ogrodzeniu,
- g) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
- h) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
- i) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,

- j) pylon główny i zbiorczy możliwe sytuowanie:
 - zakazuje się sytuowania przed obiektami wpisanymi do Rejestru Zabytków lub do Gminnej Ewidencji Zabytków,
 - na nieruchomości o funkcji wyłącznie usługowej, na której prowadzona jest reklamowana działalność, lub w pasie drogowym bezpośrednio przyległym do tej nieruchomości, jeśli obiekt, w którym działalność jest prowadzona odsunięty jest od granicy nieruchomości, o co najmniej 7 m,
 - w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, co najmniej formatu średniego lub od innego pylonu głównego lub zbiorczego,
- k) pylon cenowy jedynie dla produktów stacji benzynowej na terenie stacji lub bezpośrednio przed nią,
- l) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas faktycznego wykonywania robót na elewacjach,
- m) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych słupów ogłoszeniowych,
- n) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
- o) wyklejka:
 - do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
 - do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

5. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze strukturalnym „E” – *ekspozycji walorów przestrzeni rekreacyjno-uzdrowiskowych*, są następujące:

- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) baner sprzedaży nieruchomości,
 - b) citylight w wiacie przystankowej,
 - c) flaga, proporzec,
 - d) gablota,
 - e) gablota z menu,
 - f) naklejka, tabliczka,
 - g) plakat,
 - h) potykacz,
 - i) pylon główny do 2,5 m wysokości,
 - j) pylon zbiorczy do 2,5 m wysokości,

- k) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - l) reklama na falbanie,
 - m) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - n) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - o) reklama okolicznościowa:
 - reklama na namiocie, pawilonie,
 - reklama na winderach,
 - p) słup ogłoszeniowy,
 - q) tablica wolnostojąca j - reklama sprzedaży nieruchomości,
 - r) witacz wejściowy z menu/opisem,
 - s) wyklejka;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1), w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) baner z reklamą sprzedaży nieruchomości o formacie nie większym niż mały,
 - c) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na wysięgnikach lub bezpośrednio na obiekcie budowlanym, na pionowych osiach kompozycyjnych elewacji, jedynie do stosowania przy lub na obiektach o funkcji w całości usługowej, na słupie oświetleniowym,
 - d) gabłota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - e) gabłota z menu jedynie w formacie małym, sytuowana na ogrodzeniu,
 - f) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - g) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - h) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
 - i) pylon główny i zbiorczy możliwe sytuowanie:
 - zakazuje się sytuowania przed obiektami wpisanymi do Rejestru Zabytków lub do Gminnej Ewidencji Zabytków,
 - na nieruchomości o funkcji wyłącznie usługowej, na której prowadzona jest reklamowana działalność, lub w pasie drogowym bezpośrednio przyległym do tej nieruchomości, jeśli obiekt, w którym działalność jest prowadzona odsunięty jest od granicy nieruchomości, o co najmniej 7 m,
 - w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, co najmniej formatu średniego lub od innego pylonu głównego lub zbiorczego,
 - j) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych słupów ogłoszeniowych,
 - k) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,

- reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas faktycznego wykonywania robót na elewacjach,
- l) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące
- m) wyklejka:
- do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
 - do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.
6. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze strukturalnym „F” – *promocji w przestrzeniach rekreacyjno-sportowych*, są następujące:
- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
- a) citylight w wiacie przystankowej,
 - b) flaga, proporzec,
 - c) gabłota,
 - d) gabłota z menu,
 - e) naklejka, tabliczka
 - f) plakat,
 - g) potykacz,
 - h) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - i) reklama na falbanie,
 - j) reklama okolicznościowa: kubik,
 - k) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - l) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - m) słup ogłoszeniowy,
 - n) tablica wolnostojąca j - reklama sprzedaży nieruchomości,
 - o) witacz wejściowy z menu/opisem,
 - p) wyklejka;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1), w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - c) gabłota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - d) gabłota z menu jedynie w formacie małym, sytuowana na ogrodzeniu,
 - e) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - f) plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - g) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,

- h) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas faktycznego wykonywania robót na elewacjach,
- i) słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych słupów ogłoszeniowych,
- j) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące,
- k) wyklejka:
 - do 20% powierzchni przeszklenia witryny lokalu usługowego,
 - do 100% powierzchni przeszklenia, jako reklama sprzedaży nieruchomości w dowolnym jednym oknie w budynku, usytuowanym powyżej parteru, na elewacji od strony ulicy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

7. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze strukturalnym „G” – *promocji w strefie plaż*, są następujące:

1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:

- a) gablota z menu,
- b) naklejka, tabliczka,
- c) potykacz,
- d) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
- e) reklama na elementach wyгородzeniowych,
- f) reklama na falbanie,
- g) reklama na przebieralni plażowej,
- h) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
- i) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
- j) reklama okolicznościowa:
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - reklama na namiocie, pawilonie,
 - reklama na winderze, na fladze,

k) tablica wolnostojąca,

l) tablica wolnostojąca j - reklama sprzedaży nieruchomości,

m) witacz wejściowy z menu/opisem;

2) sytuowanie wymienionych w pkt 1) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:

- a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1), w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
- b) gablota z menu jedynie w formie małej, sytuowana na ogrodzeniu lub przy wejściu do lokalu gastronomicznego lub przy krawędzi ciągu pieszo – jezdni przyległego do nieruchomości, na której znajduje się lokal gastronomiczny,
- c) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
- d) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,
- e) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formie dużej,
 - na czas faktycznego wykonywania robót na elewacjach,
- f) tablica wolnostojąca przy wejściach na plażę, której część powierzchni ekspozycyjnej zajmuje System Informacji Miejskiej, w ilości nie więcej niż jedna na wejście,
- g) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości, tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

8. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze strukturalnym „H” – *ciszy reklamowej w strefie przyrodniczej*, są następujące:

- 1) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze:
 - a) citylight w wiacie przystankowej,
 - b) gablota,
 - c) naklejka, tabliczka,
 - d) potykacz,
 - e) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - f) reklama na falbanie,
 - g) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - h) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - i) tablica wolnostojąca – reklama sprzedaży nieruchomości,
 - j) witacz wjazdowy – ul. Malczewskiego;
- 2) sytuowanie wymienionych w pkt 1) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
 - a) wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt 1), w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - b) gablota jedynie przed budynkami użyteczności publicznej,
 - c) naklejka, tabliczka nie więcej niż po jednej na każdą usługę,
 - d) potykacz jedynie w ogródkach gastronomicznych lub przed wejściem do lokalu gastronomicznego,

- e) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych to tablica reklamowa:
 - reklamująca w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych,
 - reklamująca realizowaną inwestycję,
 - na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej nie większa niż w formacie dużym,
 - na czas faktycznego wykonywania robót na elewacjach,
- f) tablica wolnostojąca - reklama sprzedaży nieruchomości tylko na nieruchomości, której dotyczy, na czas nie dłuższy niż 3 miesiące.

§ 12

1. Ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w **obszarze indywidualnej promocji**, są następujące:
 - 1) w obszarze indywidualnej promocji dopuszcza się reklamy sponsorów imprez sportowo-kulturalnych na czas trwania imprez, reklamy związane z promocją miasta;
 - 2) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „**a**” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Aquapark Sopot*:
 - a) ekran,
 - b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - c) gabłota,
 - d) kubik,
 - e) naklejka, tabliczka,
 - f) plakat,
 - g) potykacz,
 - h) pylon główny do 2,5 m wysokości,
 - i) pylon zbiorczy,
 - j) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - k) reklama na falbanie,
 - l) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - m) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - n) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;
- 3) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji w części „**b**” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Skansen Archeologiczny – Grodzisko*:
 - a) gabłota,
 - b) kubik,
 - c) naklejka, tabliczka
 - d) plakat,
 - e) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,

- f) reklama okolicznościowa:
- baner okolicznościowy,
 - model przestrzenny,
 - winder;
- 4) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji w części „c” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej teren kortów tenisowych*:
- a) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - b) gabłota,
 - c) naklejka, tabliczka
 - d) plakat,
 - e) potykacz,
 - f) pylon główny do 1,5 m wysokości,
 - g) pylon zbiorczy do 1,5 m wysokości,
 - h) reklama na elementach wygradzeniowych,
 - i) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - j) reklama na falbanie,
 - k) reklama na fladze,
 - l) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - m) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - n) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - o) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;
- 5) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji w części „d” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej teren teatru*:
- a) citylight wolnostojący,
 - b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - c) gabłota,
 - d) naklejka, tabliczka
 - e) plakat,
 - f) potykacz,
 - g) reklama na elementach wygradzeniowych,
 - h) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - i) reklama na falbanie,
 - j) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - k) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,

- kubik,
 - model przestrzenny,
- l) słup ogłoszeniowy,
- m) witacz wejściowy;
- 6) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „e” obszaru indywidualnej promocji obejmującej *Skwer Kuracyjny i Molo*:
- a) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na słupie oświetleniowym,
 - b) gabłota,
 - c) naklejka, tabliczka
 - d) plakat,
 - e) potykacz,
 - f) pylon główny jedynie w przystani jachtowej,
 - g) reklama na elementach wygradzeniowych,
 - h) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - i) reklama na falbanie,
 - j) reklama na fladze,
 - k) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - l) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - reklama na namiot /pawilonie,
 - reklama na stoisku promocyjnym,
 - reklama na winderach,
 - m) słup ogłoszeniowy,
 - n) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;
- 7) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „f” obszaru indywidualnej promocji obejmującej *Plac Przyjaciół Sopotu, Plac Zdrojowy, plac Jasia Rybaka*:
- a) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - b) gabłota,
 - c) naklejka, tabliczka,
 - d) plakat,
 - e) potykacz,
 - f) reklama na elementach wygradzeniowych,
 - g) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - h) reklama na falbanie,
 - i) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,

- j) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - k) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - elewacja interaktywna,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - reklama na namiot /pawilonie,
 - reklama na stoisku promocyjnym,
 - reklama na winderach,
 - l) słup ogłoszeniowy,
 - m) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;
- 8) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „g” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Operę Leśną*:
- a) bilbord,
 - b) citylight wolnostojący,
 - c) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - d) gabłota,
 - e) naklejka, tabliczka
 - f) plakat,
 - g) potykacz,
 - h) reklama na elementach wygradzeniowych,
 - i) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - j) reklama na falbanie,
 - k) reklama na fladze,
 - l) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - m) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - n) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - elewacja interaktywna,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny w formie balonu, bramy, airwalle-a,
 - reklama na namiocie / pawilonie,
 - reklama na stoisku promocyjnym,
 - winder,
 - o) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii,
 - p) witacz wejściowy;

9) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „h” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Stadion Leśny*:

- a) bilbord,
- b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
- c) gablota,
- d) naklejka, tabliczka
- e) plakat,
- f) potykacz,
- g) reklama na elementach wygradzeniowych,
- h) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
- i) reklama na falbanie,
- j) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
- k) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
- l) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
- m) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;

10) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „i” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Hipodrom Sopot - tor wyścigów konnych*:

- a) bilbord - w wyznaczonych miejscach,
- b) citylight wolnostojący,
- c) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na słupie oświetleniowym,
- d) gablota,
- e) naklejka, tabliczka
- f) plakat,
- g) potykacz,
- h) pylon główny do 7 m wysokości,
- i) pylon zbiorczy,
- j) reklama na elementach wygradzeniowych,
- k) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
- l) reklama na falbanie,
- m) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
- n) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
- o) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - elewacja interaktywna,

- kubik,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - reklama na namiot /pawilonie,
 - reklama na stoisku promocyjnym,
 - reklama na winderach,
- p) słup ogłoszeniowy,
- q) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii,
- r) wyklejka – do 20% powierzchni przeszklenia;
- 11) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „j” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej halę widowiskowo-sportową na granicy Gdańska i Sopotu:*
- a) billboard,
 - b) citylight wolnostojący lub na budynku,
 - c) ekran świetlny lub elewacja interaktywna,
 - d) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
 - e) gabłota,
 - f) naklejka, tabliczka,
 - g) plakat,
 - h) potykacz,
 - i) pylon główny do 7 m wysokości,
 - j) pylon zbiorczy,
 - k) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - l) reklama na falbanie,
 - m) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - n) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
 - o) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - elewacja interaktywna,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
 - winder,
 - p) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii,
 - q) wyklejka tylko w poziomie parteru – do 30% powierzchni przeszklenia;
- 12) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „k” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Muzeum Sopotu:*
- a) flaga, proporzec na maszcie wolnostojącym, na słupie oświetleniowym,
 - b) gabłota,
 - c) naklejka, tabliczka,

- d) plakat,
- e) potykacz,
- f) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
- g) reklama na falbanie,
- h) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
- i) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
- j) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - elewacja interaktywna,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;

13) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „**l**” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej dworzec Sopot:*

- a) citylight wolnostojący,
- b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
- c) gablota,
- d) naklejka, tabliczka
- e) plakat,
- f) potykacz,
- g) pylon główny do 3,5 m wysokości,
- h) pylon zbiorczy,
- i) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
- j) reklama na falbanie,
- k) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
- l) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran,
 - model przestrzenny,
 - reklama na stoisku promocyjnym, namiocie, pawilonie,
 - kubik,
 - winder,

m) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii;

14) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze indywidualnej promocji, w części „**m**” *obszaru indywidualnej promocji obejmującej Stadion Rugby:*

- a) billboard,
- b) flaga, proporzec na słupie oświetleniowym,
- c) gablota,
- d) naklejka, tabliczka

- e) plakat,
- f) potykacz,
- g) reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
- h) reklama na falbanie,
- i) reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
- j) reklama na rusztowaniu, na siatce budowlanej lub na tablicy wolnostojącej w przypadku prowadzonych robót budowlanych,
- k) reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - ekran nieświecący,
 - ekran świetlny,
 - elewacja interaktywna,
 - kubik,
 - model przestrzenny,
 - nośnik pneumatyczny,
- l) witacz wejściowy z menu/opisem - tylko w gastronomii.

§ 13

1. Ustalenia szczegółowe dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych *w obszarze wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego.*
 - 1) ustalenia szczegółowe dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze wyznaczonych ulic: **Bohaterów Monte Cassino, 1.Maja, Jana Jerzego Haffnera, Powstańców Warszawy Grunwaldzka, Bitwy pod Płowcami, Polna, Władysława Łokietka**, są następujące:
 - a) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze:
 - citylight w wiacie przystankowej,
 - citylight wolnostojący - dla wyszczególnionych ulic,
 - flaga, proporzec,
 - gablota,
 - naklejka, tabliczka
 - plakat,
 - potykacz,
 - pylon główny do 3,5 m,
 - pylon zbiorczy,
 - reklama obwoźna tylko wyborcza,
 - reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - bilbord,
 - reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - reklama na falbanie,
 - słup ogłoszeniowy,
 - witacz wejściowy z menu/opisem,

- witacz wjazdowy;
- b) sytuowanie wymienionych w pkt a) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
 - wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt a), w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni, z wyłączeniem ul. Bohaterów Monte Cassino, dla której ustala się zakaz lokalizacji reklam wolnostojących, oprócz: potykaczy i witaczy wejściowych tylko w ogródkach gastronomicznych w liczbie do jednej sztuki na każde funkcjonujące wejście do lokalu oraz citylight'a w rejonie Teatru Wybrzeże,
 - citylight wolnostojący w następujących lokalizacjach:
 - w ul. Polnej od strony południowej w rejonie zbiegu z ul. Bitwy Pod Płowcami,
 - w ul. Bohaterów Monte Cassino w rejonie Teatru Wybrzeże,
 - plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - potykacz i witacz wejściowy tylko w ogródkach gastronomicznych w liczbie do jednej sztuki na każde funkcjonujące wejście do lokalu lub jednej sztuki na nieruchomość,
 - flaga, proporzec na słupie oświetleniowym tylko wzdłuż Parku Północnego,
 - pylon główny i zbiorczy z wyłączeniem ul. Bohaterów Monte Cassino:
 - w odległości nie mniejszej niż 50 m od innych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, co najmniej formatu średniego lub od pylonu zbiorczego lub głównego,
 - słupów ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych,
 - witacz wjazdowy przy wjeździe od strony Gdańska, jak dla reklam wolnostojących i zgodnie z definicją w niniejszej uchwale, w następujących lokalizacjach:
 - w ul. Władysława Łokietka,
 - w ul. Bitwy pod Płowcami.

2) ustalenia szczegółowe dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych w obszarze **Alei Niepodległości**, są następujące:

- a) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze:
- billboard,
 - citylight w wiacie przystankowej,
 - citylight wolnostojący,
 - flaga, proporzec,
 - plakat,
 - pylon cenowy,
 - pylon główny,
 - pylon zbiorczy,
 - reklama na elementach ogródka gastronomicznego,
 - reklama na falbanie,

- reklama obwoźna,
 - reklama okolicznościowa:
 - baner okolicznościowy,
 - bilbord,
 - kubik w pasie rozdzielającym zieleni Alei Niepodległości,
 - model przestrzenny w pasie rozdzielającym zieleni Alei Niepodległości,
 - plakat,
 - reklama na ogrodzeniu tymczasowym – wizualizacja realizowanego obiektu,
 - słup ogłoszeniowy,
 - witacz wjazdowy,
- b) sytuowanie wymienionych w pkt a) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- wszystkie reklamy z zakresu reklam wolnostojących, wymienione w pkt a), w odległości nie mniejszej niż 2 m od krawędzi jezdni,
 - bilbord sytuowany zgodnie z wyznaczonymi rejonami lokalizacji na załączniku nr 1 do niniejszej uchwały,
 - citylight wolnostojący w następujących lokalizacjach położonych w obszarze pasa drogowego Alei Niepodległości, na działkach:
 - nr 184/3 w rejonie Alei Niepodległości 700,
 - nr 2/2 w rejonie Alei Niepodległości 938,
 - flaga, proporzec na słupie wolnostojącym, na słupie oświetleniowym,
 - plakat na citylight, na słupie ogłoszeniowym, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - pylon cenowy jedynie dla produktów stacji benzynowej na terenie stacji lub bezpośrednio przed nią; dopuszcza się sytuowanie przed wjazdem na stacje w pasie drogowym Alei Niepodległości,
 - pylon główny i zbiorczy:
 - na nieruchomości, na której prowadzona jest reklamowana działalność, lub w pasie drogowym bezpośrednio przyległym do tej nieruchomości, jeśli obiekt, w którym działalność jest prowadzona odsunięty jest od granicy nieruchomości, o co najmniej 7 m,
 - w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, co najmniej formatu średniego lub od pylonu zbiorczego lub głównego lub cenowego,
 - ponadto pylon zbiorczy sytuowany po wschodniej stronie Alei Niepodległości, na odcinku między granicą miasta a ul. Jana z Kolna, przy zjazdach z Alei Niepodległości w kierunku ul. Rzemieślniczej, w ilości nie więcej niż w 3 lokalizacjach,
 - reklama obwoźna tylko wyborcza,
 - reklamy wolnostojące formatu nie większego niż duży:
 - w odległości nie mniejszej 7 m od elewacji posiadającej otwory okienne,

- w odległości nie mniejszej 70 m od innych tablic reklamowych i urządzeń reklamowych o powierzchni, co najmniej formatu średniego,
- słup ogłoszeniowy w odległości nie mniejszej niż 70 m od innych słupów ogłoszeniowych,
- witacz wjazdowy w pasie rozdzielczym Alei Niepodległości od strony Gdyni i Gdańska.

3) ustalenia szczegółowe, dotyczące zasad i warunków sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych **w obszarze wyróżnionych przestrzeni publicznych układu komunikacyjnego terenów kolejowych**, wyznaczonym w załączniku nr 1 do niniejszej uchwały, są następujące:

- a) rodzaje tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, mogące wystąpić w obszarze:
- gabłota,
 - plakat,
 - reklama na siatce budowlanej,
- b) sytuowanie wymienionych w pkt a) tablic reklamowych i urządzeń reklamowych według zasad zawartych w definicjach w §6 ust.2 oraz według następujących zasad:
- zakazuje się sytuowania wszelkich reklam na granicy obszaru terenów kolejowych, wyznaczonego na załączniku graficznym nr 1 do uchwały, na ogrodzeniach i budynkach,
 - plakat, w gablocie, w innym miejscu systemowym przeznaczonym dla sytuowania plakatu,
 - reklama na siatce budowlanej – w przypadku prowadzonych robót budowlanych dopuszcza się tablice reklamowe na rusztowaniu, na siatce budowlanej w ilości nie więcej niż jeden produkt producenta materiałów budowlanych wykorzystywany do remontu lub reklamy wykonawcy prowadzonych robót budowlanych, nie większe niż w dużym formacie, na rusztowaniu lub na całej siatce budowlanej, na czas faktycznego wykonywania robót na elewacjach.

Rozdział 5

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury i ogrodzeń.

§ 14

Zasady i warunki sytuowania obiektów małej architektury.

- 1) wiaty na odpady komunalne - zadaszone, o ścianach pełnych do wys. 1,5 m i wielkości dostosowanej do wymogów segregacji odpadów;
- 2) wiata przystankowa - zgodnie z przyjętym standardem w Mieście Sopocie i przepisami powszechnie obowiązującymi;
- 3) meble miejskie – według standardów projektów typowych przyjętych w mieście, dopasowane do formy i stylu zabudowy, sytuowane w obszarach od A do F oraz w obszarze indywidualnej promocji, z wyjątkiem:
 - a) straganu dla handlu sezonowego, którego sytuowanie dopuszcza się jedynie w następujących obszarach:
 - „G” w Al. Wojska Polskiego przy oznaczonych wejściach na plażę,

- „e” indywidualnej promocji z wyłączeniem drewnianej części mola,
- b) straganu, którego sytuowanie dopuszcza się:
 - w obszarach „A”, „D”, „E”, „F”,
 - w obszarze indywidualnej promocji: „e”, „f”, „i”, „j”, „l”.

§ 15

Zasady i warunki sytuowania nowych ogrodzeń:

- 1) rodzaje ogrodzeń:
 - a) trwale związane z gruntem, ażurowe, o wysokości dostosowanej do ogrodzeń o wartościach historycznych zlokalizowanych w sąsiedztwie, lecz nie wyższej niż 1,50 m nad poziomem terenu; ograniczenie wysokości nie dotyczy odtwarzanych płotów historycznych, w tym furtek i bram,
 - b) tymczasowe związane z robotami budowlanymi:
 - maksymalna wysokość 2,20 m,
 - nieograniczające szerokości ciągów pieszych i rowerowych,
 - c) w formie żywopłotów;
- 2) zakazuje się sytuowania ogrodzeń, z wyjątkiem mieszkalnictwa jednorodzinnego obiektów sportowych, w tym boisk, ogrodzeń uwarunkowanych historycznie, stanowiących kontynuację ogrodzeń na sąsiednich nieruchomościach, ogrodzeń placów zabaw dla dzieci, usług nauki, usług oświaty, żłobków, klubów dziecięcych, ośrodków opiekuńczo-wychowawczych, ujęć wód, cmentarzy i wynikających z przepisów odrębnych;
- 3) zakazuje się sytuowania ogrodzeń z prefabrykowanych elementów betonowych, żelbetowych i blachy z wyjątkiem ogrodzeń placów budowy;
- 4) nie uważa się za ogrodzenia elementów małej architektury takich jak murki o wysokości do 0,5m, pachołki, słupki, barierki, donice z zielenią.

Rozdział 6

Przepisy przejściowe

§ 16

1. Dla tablic **reklamowych** i urządzeń reklamowych termin dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 24 miesiące od dnia wejścia w życie uchwały.
2. Dla **sztyldów** termin dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale ustala się na 36 miesięcy od dnia wejścia w życie uchwały.

§ 17

Nie wymagają dostosowania do zasad i warunków określonych w uchwale obiekty małej architektury, ogrodzenia wpisane do rejestru zabytków lub do gminnej ewidencji zabytków, oraz ogrodzenia, które do dnia wejścia w życie niniejszej uchwały uzyskały pozwolenie na budowę.

Rozdział 7

Przepisy końcowe

§ 18

1. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Sopotu.
2. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od daty jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Pomorskiego.

Przewodniczący
Rady Miasta