

**UCHWAŁA NR .....**  
**RADY MIASTA TORUNIA**  
**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 terenie miasta Torunia.

Na podstawie art. 15 ust. 1 i art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 506) oraz art. 37a ust. 1 i 4 i art. 37b ust. 6 ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1945 ze zm.). uchwała się, co następuje:

**Rozdział 1**  
**Przepisy ogólne**

§ 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 całym obszarze Gminy Miasta Torunia, z wyłączeniem terenów działek geodezyjnych:

- 1) 179/4, 179/7, 180/4, 176, 177, 115/1, 91/11 położonych w obrębie 2;
- 2) 188/6, 188/7, 109, 114/2, położonych w obrębie 6;
- 3) 120/8, 72, 63/3, 135, 159, 76, 78, 79, 80/3, 49/4, 51/8 położonych w obrębie 18;
- 4) 31, 32, 6/5, 8/9, 7/5, 8/6, 1/139, 1/144, 1/145 położonych w obrębie 19;
- 5) 753/2 położonej w obrębie 32;
- 6) 174/1, 23/2, 171, 162/1, 163, 175, 170, 169/2, 347, 354, 352/2, 351/2, 357, 103/9 położonych w obrębie 55;
- 7) 106/2, 125/2, 99, 107/2, 120, 122, 62, 123, 100, 90, 126/3 położonych w obrębie 66,
- 8) 1124, 1125, 1128, 1129 położonych w obrębie 70;
- 9) 633, 632/1, 632/2, 753, 751, 752, 764, 760, 634, 741, 746, 744, 756, 766, 767, 762, 763, 768, 759, 754/2, 765, 761 położonych w obrębie 71;
- 10) 342, 365, 360, 363, 344, 361, 364, 362, 343, 345, 346/4 położonych w obrębie 72;
- 11) 1/62, 1/63, 1/64, 1/65, 1/66, 1/67, 1/57, 1/58, 1/73, 1/70, 1/71, 1/45, 3, 1/68, 1/69, 2002/2, 2002/3, 2003/4, 2003/5, 2004/3, 2017/6, 2017/7, 2017/8, 2017/9, 2018/7, 2018/8, 2019, 2020/1, 2021/1, 2022/1, 2023/11, 2024/9, 2037/2, 2038/1, 2039/1 położonych w obrębie 75, stanowiących tereny zamknięte ustalone przez organy inne niż ministra właściwego do spraw transportu.

§ 2. 1. Zakazuje się sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych innych niż określone w niniejszej Uchwale, z zastrzeżeniem ust. 2.

2. Uchwały nie stosuje się do tablic reklamowych lub urządzeń reklamowych, sytuowanych na terenach niewidocznych z przestrzeni dostępnej publicznie oraz we wnętrzach lokali usługowych i wnętrzach budynków poza obszarem witryny.

§ 3. 1. Ustala się podział Miasta na obszary o różnych zasadach i warunkach sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych, zwanych dalej strefami reklamowymi-

2. Graficzne przedstawienie obszarów, o których mowa w ust. 1. zawiera Załącznik nr 1 do niniejszej Uchwały.
3. Opis granic obszarów zawiera Załącznik nr 2 do niniejszej Uchwały.
4. Rozstrzygnięcie przez Radę Miasta Torunia o sposobie rozpatrzenia nieuwzględnionych przez Prezydenta Miasta Torunia uwag wniesionych do projektu Uchwały wyłożonego do publicznego wglądu zawiera Załącznik nr 3 do niniejszej uchwały.

§ 4. 1. Ilekroć w niniejszych uchwale jest mowa o:

- 1) banerze reklamowym – należy przez to rozumieć reklamę wykonaną na tkaninie, miękkim tworzywie sztucznym lub na papierowej folii impregnowanej, z wyłączeniem reklam umieszczanych w gablotach ekspozycyjnych, oraz tymczasowych przekazów ogłoszeniowych dotyczących nieruchomości na których są zlokalizowane takich jak sprzedaż, wynajem;
- 2) budynku zabytkowym, ogrodzeniu zabytkowym lub obiekcie o wartości zabytkowej – należy przez to rozumieć budynek, zespół budynków, ogrodzenie lub obiekt małej architektury wraz z ich otoczeniem, objęte ochroną na podstawie ustaleń miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego lub wpisem do rejestru zabytków bądź gminnej lub wojewódzkiej ewidencji zabytków, ze względu na ich wartość historyczno - kulturową;
- 3) elementach wygradzeniowych – należy przez to rozumieć wszelkie obiekty umieszczone, w celu wygradzenia przestrzeni, np. przesła wygradzeniowe, donice z roślinnością, żywopłot, elementy kamienne, bariery, słupki itp., nie stanowiące stałych ogrodzeń;
- 4) historycznych reklamach – należy przez to rozumieć reklamy umieszczone na elewacjach i dachach budynków przed 1 stycznia 1990r., w tym takie, których treść reklamowa uległa dezaktualizacji;
- 5) kasetonie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci zamkniętej konstrukcji z licem wykonanym z trwałego i sztywnego materiału, z widniejącą na nim, na stałe naniesioną reklamą, posiadające wewnętrzne źródło światła;
- 6) literach przestrzennych, logo przestrzennym, logotypie przestrzennym – należy przez to rozumieć tablicę bądź urządzenie reklamowe w postaci przestrzennej formy napisu, logotypu lub logo, nieposiadające tła, stanowiące reklamę lub nazwę własną podmiotu gospodarczego;
- 7) logo – należy przez to rozumieć znak firmowy, logotyp bądź ich połączenie stanowiące element identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną itp.,
- 8) logotypie – należy przez to rozumieć napis, stanowiący element identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną itp., występujący samodzielnie bądź wraz ze znakiem firmowym;
- 9) markizie – należy przez to rozumieć stały lub składany daszek, osłaniający okno, drzwi, ogródek gastronomiczny lub witrynę sklepową, mogący zawierać wkomponowaną w lambrekin reklamę;
- 10) Miejskim Systemie Informacyjnym (MSI) – należy przez to rozumieć jednolity system informacji obejmujący tablice, znaki informacyjne i przestrzenne nośniki informacji, stanowiące elementy systemu informacji ulicowej, adresowej, kierunkowej oraz turystycznej, inne niż znaki drogowe;
- 11) muralu reklamowym – należy przez to rozumieć malowidło wykonane bezpośrednio na ścianie budynku, zawierające wkomponowany w malowidło przekaz reklamowy, z

- wyłączeniem murali reklamowych powstałych do roku 1989 jako kompozycje plastyczne bez aktualnej treści reklamowej;
- 12) ogródka gastronomicznym – należy przez to rozumieć miejsce położone na zewnątrz lokalu gastronomicznego, powiązane z nim funkcjonalnie, przeznaczone do sezonowego świadczenia usług gastronomicznych;
  - 13) oświetlonej lub podświetlonej tablicy reklamowej, urządzeniu reklamowym, szyldzie – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe lub szyld o powierzchni ekspozycyjnej czytelnej po zmierzchu dzięki zastosowaniu własnego, wewnętrznego lub zewnętrznego źródła światła o stałym natężeniu, z dopuszczeniem zmian natężenia oświetlenia w zależności od pory dnia bądź warunków atmosferycznych;
  - 14) powierzchni ekspozycji reklamy, powierzchni ekspozycyjnej – należy przez to rozumieć część tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, niestanowiącą elementów konstrukcyjnych i zamocowań, przeznaczoną do ekspozycji reklamy lub identyfikacji wizualnej;
  - 15) pasie reklamowym – należy przez to rozumieć fragment elewacji budynku ograniczony: od dołu - górną krawędzią okien parteru, od góry - gzymsem wieńczącym parter, bądź w przypadku braku gzymsu – dolną krawędzią okien wyższej kondygnacji, a w przypadku ich braku - powierzchnią stropu nad parterem, zaś w przypadku budynku parterowego bez stropu – dolną krawędzią konstrukcji dachu;
  - 16) przestrzeni dostępnej publicznie – należy przez to rozumieć obszar stanowiący szczególnie tereny dróg publicznych, ciągów komunikacyjnych, placów, parków, zieleńców;
  - 17) pylonie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe, mocowane w gruncie, charakteryzujące się zwartą strukturą, stanowiące tło dla reklamy umieszczonej na jego bocznej powierzchni;
  - 18) pylonie wizytówkowym – należy przez to rozumieć pylon zlokalizowany w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej lub przy wejściu do budynku w którym prowadzona jest działalność, przeznaczony do ekspozycji szyldów wizytówkowych o jednakowych wymiarach,
  - 19) reklamie emitującej zmienne światło oraz umożliwiającej bieżącą zmianę informacji wizualnej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe o tradycyjnej, elektronicznej lub cyfrowej powierzchni ekspozycyjnej, wyświetlające treści reklamowe w formie stałego lub zmiennego komunikatu lub w formie ruchomych obrazów i efektów wizualnych, w tym panele, ekrany i wyświetlacze LED, LCD, digital, telebim itp. oraz reklamę audiowizualną generowaną przy pomocy urządzeń multimedialnych emitujących treści reklamowe lub informacyjne w formie wyświetlanego zmiennego obrazu lub dźwięku, w tym projektory i projektory holograficzne;
  - 20) reklamie mobilnej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe umieszczone na przyczepach samochodowych, lawetach, innych konstrukcjach i pojazdach, służących wyłącznie funkcji reklamowej w tym pojazdach z wyklejoną reklamą szybą przednią itp. oraz reklamę obnoszoną;
  - 21) reklamie wyklejanej – należy przez to rozumieć reklamę wykonaną na folii naklejanej na oknach, witrynach sklepowych, przeszkleniach budynków i elewacjach szklanych oraz naklejanej na powierzchni innych obiektów trwale związanych z gruntem;
  - 22) reklamie okolicznościowej – należy przez to rozumieć reklamę umieszczaną na okres nie dłuższy niż 21 dni przed wydarzeniem oraz nie dłużej niż na czas trwania wydarzenia wraz

z usunięciem do 5 dni roboczych po wydarzeniu (łącznie nie dłużej niż 40 dni kalendarzowych), związanej wyłącznie z wydarzeniami kulturalnymi, sportowymi, społecznymi, religijnymi, historycznymi, targowymi, festynami, koncertami itp. lub wydarzeń pod patronatem Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, Prezesa Rady Ministrów, Wojewody Kujawsko-Pomorskiego, Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego, Prezydenta Miasta Torunia;

- 23) reklamowej siatce ochronnej – należy przez to rozumieć zabezpieczenie rusztowań, montowane wyłącznie na czas prowadzenia prac remontowo-budowlanych lub renowacyjnych, umieszczone na rusztowaniu, ogrodzeniu lub wyposażeniu placu budowy;
- 24) reklamie wolnostojącej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową, urządzenie reklamowe, gruntem posiadające własną konstrukcję wsporczą opierającą się na gruncie, bądź ustawione bezpośrednio na gruncie;
- 25) reklamie wyborczej – należy przez to rozumieć eksponowanie materiałów wyborczych w rozumieniu ustawy Kodeks Wyborczy;
- 26) siatce reklamowej – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe w postaci reklamy wykonanej na tkaninie lub miękkim tworzywie sztucznym o strukturze siatki;
- 27) słupie ogłoszeniowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe najczęściej w formie walca, służące do umieszczania plakatów, ogłoszeń, reklam i informacji, w szczególności o wydarzeniach kulturalnych, imprezach itp.;
- 28) stojaku reklamowym, potykaczu – należy przez to rozumieć wolnostojące, przestawne urządzenie reklamowe, z dwustronną lub jednostronną powierzchnią ekspozycyjną o wymiarach nieprzekraczających 1,0x0,7 m w układzie pionowym wystawiane wyłącznie w godzinach otwarcia lokalu usługowego lub rzemieślniczego;
- 29) szyldzie semaforowym – należy przez to rozumieć tablicę reklamową lub urządzenie reklamowe informujące o działalności prowadzonej w budynku bądź na terenie nieruchomości, umieszczone na wysięgniku, prostopadle do elewacji budynku;
- 30) szyldzie wizytówkowym – należy przez to rozumieć szyld o wymiarach i miejscu ekspozycji określonych w przepisach szczegółowych niniejszej uchwały;
- 31) tablicy kierunkowej – należy przez to rozumieć tablicę, będącą częścią Miejskiego Systemu Informacyjnego, umieszczoną na słupie oświetleniowym, trakcyjnym, trakcyjno-oświetleniowym lub na własnej konstrukcji nośnej, wskazującą lokalizację obiektu użyteczności publicznej, atrakcji turystycznej lub działalności gospodarczej, zakończoną kierunkowskazem w kształcie trójkąta;
- 32) terenach zieleni – należy przez to rozumieć tereny zieleni w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody.
- 33) totemie reklamowym – należy przez to rozumieć urządzenie reklamowe w postaci słupa lub innej pionowej konstrukcji, mocowanej w gruncie, o wysokości powyżej 7 m, w którego górnej części umieszczone jest logo lub logotyp reklamowanej działalności gospodarczej, widoczny co najmniej z dwóch kierunków lub zwarta kompozycja kilku bądź kilkunastu tablic o jednakowych gabarytach, z ewentualnym oświetleniem lub podświetleniem światłem stałym, zlokalizowane bezpośrednio w pobliżu wjazdu na teren prowadzenia działalności gospodarczej;
- 34) uchwale – należy przez to rozumieć niniejszą uchwałę ustalającą 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;

35) witrynie – należy przez to rozumieć okno wystawowe służące ekspozycji towarów lub prezentacji usług danego lokalu użytkowego, rozumiane łącznie jako płaszczyzna szklenia witryny oraz przestrzeń zawarta pomiędzy płaszczyzną szklenia witryny a równoległą do niej płaszczyzną wyznaczoną przez wewnętrzne krawędzie ościeża witryny;

36) znaku firmowym – należy przez to rozumieć symbol graficzny stanowiący element identyfikacji wizualnej podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, społeczną, kulturalną itp., występujący samodzielnie bądź wraz z logotypem.

2. Pojęcia występujące w niniejszej uchwale, nie wyjaśnione w ust. 1, należy interpretować zgodnie z definicjami przyjętymi w ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz z definicjami wynikającymi z Polskich Norm i przepisów odrębnych, a w przypadku braku definicji – w rozumieniu powszechnym zdefiniowanym przez słownik języka polskiego.

3. W rozumieniu niniejszej uchwały nie stanowią reklamy:

1) informacje umieszczane na drzwiach, oknach lub witrynach zawierające wyłącznie informacje na temat:

a) 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 cm.kw. odpowiadającej powierzchni formatu A6 (10,5 cm x 14,8 cm),

b) godzin otwarcia lokalu, o powierzchni nie większej niż 1247,4 cm<sup>2</sup> odpowiadającej powierzchni formatu A3 (42,0 cm x 29,7 cm),

c) ochrony/monitoringu obiektu, pozbawione nazw oraz graficznych oznaczeń podmiotów świadczących usługę;

2) tablic informujących o współfinansowaniu projektów ze środków zagranicznych, w tym Unii Europejskiej, których umieszczenia wymagają przepisy odrębne;

3) tablic informacyjnych na temat fundatora, sponsora bądź mecenasu umieszczonych na obiekcie małej architektury, pomniku, o ile powierzchnia tablicy nie przekracza 2% powierzchni boku obiektu, na którym została umieszczona, a w przypadku braku możliwości określenia takiej powierzchni wynikającego z nieregularnego kształtu obiektu – powierzchni boku figury geometrycznej opisanej na obiekcie, przy czym maksymalna powierzchnia tablicy informacyjnej nie może przekroczyć powierzchni 1247,4 cm.kw. odpowiadającej powierzchni formatu A3 (42,0 cm x 29,7 cm).

## Rozdział 2.

Przepisy obowiązujące dla całości obszaru objętego uchwałą

§ 5. 1. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania, gabaryty oraz liczbę szyldów, z zastrzeżeniem ust. 2:

1) każdy podmiot gospodarczy prowadzący działalność w parterze budynku ma prawo do umieszczenia 1 szyldu na elewacji budynku w formie równoległej, zlokalizowanego w obrębie pasa reklamowego, o wysokości nie większej niż 75% wysokości pasa reklamowego, przy czym dopuszcza się następujące formy szyldu:

- a) szyldy w formie tablicy przytwierdzonej do elewacji,
  - b) szyldy wykonane bezpośrednio na elewacji,
  - c) szyldy w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła,
  - d) szyldy w postaci podświetlanego kasetonu;
- 2) dla szyldu w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła dopuszcza się umiejscowienie poza pasem reklamowym - na elewacji budynku, w obrębie kondygnacji powyżej parteru;
  - 3) każdy podmiot gospodarczy prowadzący działalność w parterze budynku ma prawo do umieszczenia 1 szyldu semaforowego, o powierzchni nie przekraczającej 0,3 m.kw., przy czym dolna krawędź szyldu powinna znaleźć się na wysokości większej, niż 2,5 m. nad poziomem chodnika, natomiast całość szyldu powinna znaleźć się w obrębie pasa reklamowego;
  - 4) każdy podmiot gospodarczy prowadzący działalność w budynku ma prawo do umieszczenia 1 szyldu na elewacji budynku w formie szyldu wizytówkowego, tj. tablicy o powierzchni nie przekraczającej 0,1 m.kw., zlokalizowanego w sąsiedztwie wejścia do budynku, z którego dostępny jest dany lokal; w przypadku lokali dostępnych z wejść zlokalizowanych poza elewacją frontową budynku (w bramie bądź podwórzu) – szyldy powinny być zlokalizowane w sąsiedztwie bramy bądź na ścianach bocznych przejazdu bramnego, przy czym w przypadku prowadzenia w budynku działalności przez więcej niż 1 podmiot, szyldy wizytówkowe powinny być grupowane i zakomponowane wspólnie;
  - 5) każdy podmiot prowadzący działalność w parterze budynku, którego elewacja jest odsunięta od granicy pasa drogowego drogi publicznej, ma prawo do jednego dodatkowego szyldu, w postaci, do wyboru:
    - a) szyldu wizytówkowego, umieszczonego na podporze bądź przęśle ogrodzenia w sąsiedztwie bramy wjazdowej lub furtki wejściowej, o ile teren zajmowany przez budynek jest ogrodzony,
    - b) szyldu w formie tablicy bądź liter przestrzennych bez tła, umieszczonego ponad bramą wjazdową bądź furtką wejściową, o ile teren zajmowany przez budynek jest ogrodzony, przy czym wysokość szyldu nie powinna przekraczać 75% wysokości pasa reklamowego budynku, w którym prowadzona jest działalność,
    - c) szyldu umieszczonego na pylonie wizytówkowym, tj. służącym ekspozycji szyldów wizytówkowych w uporządkowanej formie, przy czym wysokość pylonu powinna być zgodna z wysokością określoną dla urządzeń reklamowych w przepisach szczegółowych niniejszej uchwały;
  - 6) obowiązuje zakaz umieszczania na szyldach znaków firmowych innych niż oznaczenia podmiotu gospodarczego prowadzącego działalność w danym budynku lub produkcie oferowanego w danym lokalu;
  - 7) wymóg lokalizacji szyldów w obrębie pasa reklamowego nie dotyczy budynków usługowych z pierwotnie zaprojektowanymi miejscami na szyld lub ekspozycję reklamy;
  - 8) obowiązuje maksymalna łączna powierzchnia szyldów przypadających na jeden podmiot wynosząca 0,5 m.kw. na każde zakończone 100 m.kw. powierzchni użytkowej lokalu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza;
  - 9) obowiązuje nakaz zachowania odległości szyldów minimum 0,5 m od znaków Miejskiego Systemu Informacyjnego;

10) obowiązuje zakaz umieszczania szyldów na balustradach balkonów i tarasów oraz balustradach schodów;

11) obowiązuje zakaz umieszczania szyldów w postaci tablic i urządzeń reklamowych emitujących zmienne światło oraz umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej.

2. Obowiązują następujące zasady i warunki umieszczania szyldów na budynkach i ogrodzeniach zabytkowych:

1) dla szyldów lokalizowanych w obrębie pasa reklamowego nakaz umieszczania zgodnie z osią symetrii elewacji oraz otworów okiennych i drzwiowych oraz respektowania podziałów elewacyjnych i istniejącego detalu architektonicznego;

2) zakaz umieszczania szyldów w postaci podświetlanych kasetonów;

3) zakaz umieszczania szyldów w miejscach zasłaniających detal architektoniczny w szczególności gzymsy, pilastry, lizeny, kolumny, płyciny, frontony, naczółki, obramienia okienne, ornamenty, okna, drzwi, balustrady i inne elementy dekoracyjnych dekoracyjne oraz w sposób naruszający podział i rytm elewacji;

4) dla szyldów wizytówkowych nakaz ich dostosowania do detalu architektonicznego, w szczególności do boniowania elewacji bądź ogrodzenia;

5) nakaz wykonania szyldów w kolorystyce monochromatycznej lub bichromatycznej;

6) szyldy w obrębie jednego budynku lub zespołu budynków winny być umieszczane według jednolitych zasad tj. powinny zachowywać podobną formę, wielkość i kolorystykę.

§ 6.1. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

1) obowiązuje zakaz lokalizacji tablic reklamowych i urządzeń reklamowych:

a) na budynkach mieszkalnych z wyjątkiem:

- 1 reklamy w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła umieszczonych na dachu budynku, wyłącznie dla budynków o wysokości przekraczającej 15 m.,

- siatki reklamowej bądź muralu reklamowego na ścianie budynku pozbawionej otworów okiennych i drzwiowych, wyłącznie dla budynków o wysokości powyżej 15 m, przy czym siatka bądź mural reklamowy winien zagospodarować całość powierzchni ściany jako jednolitą kompozycję plastyczną,

b) na dachach budynków innych niż mieszkalne, z wyjątkiem 1 reklamy w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umieszczonej na dachu budynku o wysokości przekraczającej 15m.

c) na budynkach administracji samorządowej i rządowej, kultury, oświaty, szkolnictwa wyższego, nauki i wychowania, z wyłączeniem reklamy okolicznościowej,

d) na budynkach zabytkowych,

e) na ogrodzeniach,

f) na elementach inżynierskich związanych z ruchem drogowym i kolejowym takich jak: mosty, wiadukty, kratownice, bramownice, bariery ochronne,

g) na słupach trakcji tramwajowej i latarniach ulicznych z wyłączeniem;

- reklamy okolicznościowej oraz wyborczej umieszczanej w układzie pionowym na nośniku o szerokości do 1,0 m, w tym na nośniku flagowym,

- tablic Miejskiego Systemu Informacyjnego;

h) na pomnikach i miejscach pamięci narodowej,

- i) na drzewach,
  - j) na terenach zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej,
  - k) na cmentarzach i obiektach kultu religijnego,
  - l) na terenach objętych formami ochrony przyrody, z wyjątkiem reklamy okolicznościowej,
  - m) na terenach lasów, parków, na obszarze rodzinnych ogrodów działkowych,
  - n) na terenach ogródków gastronomicznych, z dopuszczeniem umieszczania nazwy, logotypu bądź znaku firmowego wyłącznie na lambrekinach parasoli i markiz oraz na elementach wygrodzeniowych z ograniczeniem ich powierzchni do 20% powierzchni pojedynczego przęsła,
  - o) w formie reklam mobilnych, z wyjątkiem reklamy okolicznościowej;
- 2) zakaz umieszczania, plakatów, wlepek, naklejek, ulotek, ogłoszeń itp. poza miejscem do tego celu wyznaczonym;
- 3) wzajemne odległości pomiędzy 2 wolnostojącymi tablicami reklamowymi nie mogą być mniejsze niż 15 krotność szerokości szerszej tablicy bądź urządzenia reklamowego, z wyłączeniem wolnostojącej reklamy okolicznościowej;
- 4) odległość wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych od okien budynków mieszkalnych nie może być mniejsza niż 10 krotność wysokości danej tablicy lub urządzenia reklamowego, liczonej wraz z konstrukcją wsporczą;
- 5) dopuszcza się sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych emitujących zmienne światło, w odległości nie mniejszej niż 50 m od krawędzi pasa drogowego drogi publicznej przy czym obowiązuje zakaz stosowania tablic i urządzeń reklamowych prezentujących ruchomy obraz oraz efekty wizualne i przerwy pomiędzy kolejno wyświetlanymi informacjami;
- 6) dla tablic i urządzeń reklamowych umożliwiających bieżącą zmianę informacji wizualnej ustala się minimalny interwał zmiany informacji o długości 10 s.;
- 7) dopuszcza się oświetlenie lub podświetlenie tablic reklamowych i urządzeń reklamowych światłem o stałym natężeniu, z możliwością zmian natężenia oświetlenia lub podświetlenia uzależnionych od pory dnia i warunków meteorologicznych;
2. Ustala się następujące standardowe formaty i typy tablic i urządzeń reklamowych nie będących szyldami dopuszczone do stosowania na terenie miasta:
- 1) dla tablic reklamowych, gdzie pierwsza wartość określa szerokość, a druga - wysokość pola ekspozycji reklamy:
- a) format „S” o wymiarach pola ekspozycji reklamy do 1,2m x 1,8m,
  - b) format „M” o wymiarach pola ekspozycji reklamy: 3,6m x 2,5m, 4m x 3m lub 5,2m x 2,4m,
  - c) format „L” o wymiarach pola ekspozycji reklamy 6m x 3m,
  - d) format „XL” o wymiarach pola ekspozycji reklamy 12m x 3m lub 12m x 4m;
- 2) dla urządzeń reklamowych:
- a) słup ogłoszeniowe o maksymalnej wysokości do 4 m i średnicy do 1,7 m,
  - b) pylon reklamowy typ S o maksymalnej wysokości do 3 m,
  - c) pylon reklamowy typ M o maksymalnej wysokości do 5 m,
  - d) pylon reklamowy typ L o maksymalnej wysokości do 8 m,
  - e) totem reklamowy typ L o maksymalnej wysokości do 18 m.
  - f) totem reklamowy typ XL o maksymalnej wysokości do 25 m.
- 3) dla tablic i urządzeń reklamowych w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umieszczonego na budynku ustala się maksymalną wysokość nie większą, niż 1/10 wysokości budynku;



- 4) dla tablic i urządzeń reklamowych w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego, umieszczanych na elewacji budynku ustala się maksymalną wysokość tablicy bądź urządzenia – 2,5 m., jednak nie większą, niż 1/5 wysokości budynku;
  - 5) dla nośników flagowych ustala się maksymalne wymiary pola ekspozycji: 1m x 10 m w formacie pionowym,
  - 6) dla tablic kierunkowych Miejskiego Systemu Informacyjnego ustala się wymiar jednego modułu: 1,3 m x 0,3m, w układzie horyzontalnym z dopuszczeniem maksymalnego łączenia do 6 modułów w układzie pionowym, gdzie pole kierunkowskazu wynosi 0,3 m x 0,3 m;
  - 7) dla reklamy wyborczej umieszczanej na słupach trakcji tramwajowej i latarniach ulicznych dopuszcza się umieszczenie 1 dwustronnego nośnika na jednym słupie bądź latarni.
3. W rozdziale 3 - przepisy szczegółowe - określa się formaty i typy tablic i urządzeń reklamowych dopuszczone do stosowania w zależności od strefy reklamowej.

§ 7. 1. Ustala się następujące standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych dla tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zakaz stosowania reklam w formie banerów reklamowych, z wyłączeniem:
  - a) reklamy wyborczej, gdzie banery mogą być umieszczane nad sceną lub pod sceną w trakcie spotkań i wieców wyborczych,
  - b) reklamy okolicznościowej;
- 2) nakaz stosowania materiałów zapewniających trwałość barw i odpornych na czynniki atmosferyczne;
- 3) nakaz stosowania kolorystyki monochromatycznej lub bichromatycznej na siatkach i muralach reklamowych umieszczanych na elewacjach budynków mieszkalnych;
- 4) nakaz stosowania kolorów RAL 7011, 7012, 7015, 7016, 7024, 7043, 6005, 6028 na elementach tablic i urządzeń reklamowych, nie stanowiących pola ekspozycji reklamy;
- 5) dla wolnostojących tablic i urządzeń reklamowych, nakaz całkowitego zagłębienia w gruncie ich fundamentów;
- 6) nakaz zabudowania złożonych elementów konstrukcyjnych tablic reklamowych typu kratownice.

§ 8. 1. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty obiektów małej architektury:

- 1) obiekty należy sytuować w sposób niekolidujący z funkcjami i sposobem zagospodarowania terenu;
  - 2) obiekty należy sytuować w sposób zapewniający bezpieczeństwo użytkowania i nie ograniczając dostępu dla osób niepełnosprawnych, zachowując ciągłość swobodnego przejścia i przejazdu dla pieszych i rowerzystów;
  - 3) dopuszcza się lokalizację akcentów plastycznych promujących miasto Toruń, w tym tzw. witaczy ustawionych wzdłuż dróg wjazdowych do miasta, w formie tablic lub pylonów o maksymalnych wymiarach zgodnych z wymiarami tablic i urządzeń reklamowych dopuszczonymi w przepisach szczegółowych lub w formie rzeźby bądź innej instalacji artystycznej.
2. Ustala się następujące standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych dla obiektów małej architektury:
- 1) stosowanie trwałych materiałów budowlanych, w szczególności szkła, kamienia, betonu, tworzyw sztucznych, drewna, metali, i ich kompozytów;

- 2) dostosowanie skali i formy obiektów małej architektury do istniejącego krajobrazu kulturowego oraz do charakteru wnętrz urbanistycznych i krajobrazowych;
- 3) należy zachować spójność stylistyczną i kolorystyczną obiektów w ramach obszaru inwestycyjnego
- 4) dla elementów związanych z ruchem drogowym i kolejowym takich jak: kratownice, bramownice, bariery ochronne, balustrady i poręcze - nakaz stosowania kolorów RAL 7011, 7012, 7015, 7016, 7024, 7043, 6005, 6028, z dopuszczeniem wprowadzenia niewielkich elementów o intensywnych kolorach w celu zwiększenia bezpieczeństwa ruchu drogowego i pieszych.

§ 9. 1. Ustala się następujące zasady i warunki sytuowania oraz gabaryty ogrodzeń, z wyłączeniem ogrodzeń placów budowy:

- 1) zakazuje się budowy ogrodzeń o wysokości większej niż 2,2 m dla terenów zabudowy mieszkaniowej jednorodzinnej oraz terenów rodzinnych ogrodów działkowych;
- 2) zakazuje się budowy ogrodzeń na terenach zabudowy wielorodzinnej, z wyłączeniem ogrodzeń:
  - a) o wysokości nie większej niż 1,5 m wokół przedogródków wydzielonych dla mieszkań i lokali usługowych w parterze,
  - b) bezpośrednio otaczających place zabaw, wybiegi dla psów, miejsca składowania odpadów,
  - c) uzupełnienia bądź wymiany ogrodzeń zabytkowych;
- 3) nakaz zachowania minimum 20% przezierności ogrodzeń z wyłączeniem ogrodzeń tymczasowych, ogrodzeń cmentarzy oraz terenów przemysłowych i składowych;
- 4) zakaz ogrodzeń wokół otwartych terenów zieleni, w szczególności lasów, nieużytków, użytków zielonych oraz obszarów objętych ochroną przyrody i krajobrazu na podstawie przepisów odrębnych, z zastrzeżeniem pkt 5.;
- 5) dopuszcza się ogrodzenie parków, terenów upraw ogrodniczych, rolnych i leśnych, pomników przyrody, obiektów i urządzeń infrastruktury technicznej oraz obszarów, których ogrodzenie wynika z wymogów bezpieczeństwa ludzi i mienia.

2. Ustala się następujące standardy jakościowe oraz rodzaje materiałów budowlanych dla ogrodzeń, z wyłączeniem ogrodzeń placów budowy:

- 1) na terenach zabudowy mieszkaniowej oraz od strony dróg publicznych zakazuje się budowania ogrodzeń z blach falistych i trapezowych oraz z tworzyw sztucznych,
- 2) nakazuje się budowę ogrodzeń jako trwale związanych z gruntem,
- 3) dla ogrodzeń związanych z ruchem drogowym i kolejowym - nakaz stosowania kolorów RAL 7011, 7012, 7015, 7016, 7024, 7043, 6005, 6028, z dopuszczeniem wprowadzenia niewielkich elementów o intensywnych kolorach w celu zwiększenia bezpieczeństwa ruchu drogowego i pieszych..

### Rozdział 3.

Przepisy szczegółowe obowiązujące dla poszczególnych stref reklamowych

§ 10. 1. Wyznacza się strefę reklamową „W”, której granice określa Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 do uchwały.

2. W granicach strefy, o której mowa w ust. 1. ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż:
  - a) słupy ogłoszeniowe,
  - b) tablice reklamowe w formacie S,
  - c) pylony reklamowe typu S,
  - d) tablice i urządzenia reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umiejscowione na dachu budynku,
  - e) tablice reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego, umieszczanych na elewacji budynku,
  - f) nośniki flagowe,
  - g) siatki reklamowe,
  - h) potykacze i stojaki reklamowe,
  - i) reklama wyborcza,
  - j) elementy Miejskiego Systemu Informacyjnego;
- 2) dopuszcza się sytuowanie innych niż wymienione w pkt 1. formatów urządzeń i tablic reklamowych stanowiących wolnostojącą reklamę okolicznościową;
- 3) zakaz lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych emitujących zmienne światło z wyłączeniem nośników Miejskiego Systemu Informacyjnego oraz Systemu Informacji Pasażerskiej;
- 4) dopuszcza się umieszczenie jednego potykacza i stojaka reklamowego na każdy podmiot gospodarczy w odległości nie większej niż 10 m od wejścia do lokalu;
- 5) zakaz umieszczania siatek reklamowych na elewacjach;
- 6) dopuszcza się umieszczania murali na elewacjach wyłącznie z zastosowaniem kolorystyki monochromatycznej lub bichromatycznej;
- 7) dopuszcza się wyklejanie witryn i okien sklepowych do 20% ich powierzchni;
- 8) dopuszcza się umieszczanie reklam w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku, o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 25% powierzchni siatki ochronnej, przy czym pozostała jej część powinna odwzorowywać faktyczny lub docelowy wygląd zasłanianej elewacji w skali 1:1;
- 9) okres ekspozycji przekazu reklamowego o którym mowa w pkt 10. nie może trwać dłużej niż 6 miesięcy w okresie 5 lat.

§ 11. 1. Wyznacza się strefę reklamową „1”, której granice określa Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 do uchwały.

2. W granicach strefy, o której mowa w ust. 1. ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż:
  - a) słupy ogłoszeniowe,
  - b) tablice reklamowe w formacie S,
  - c) pylony reklamowe typu S,
  - d) nośniki flagowe,
  - e) potykacze i stojaki reklamowe,
  - f) reklama wyborcza,
  - g) elementy Miejskiego Systemu Informacyjnego;

- 2) dopuszcza się sytuowanie innych niż wymienione w pkt 1. formatów urządzeń i tablic reklamowych stanowiących wolnostojącą reklamę okolicznościową;
- 3) zakaz lokalizacji tablic i urządzeń reklamowych emitującej zmienne światło z wyłączeniem nośników Miejskiego Systemu Informacyjnego, Systemu Informacji Pasażerskiej;
- 4) dopuszcza się umieszczenie jednego potykacza i stojaka reklamowego na każdy podmiot gospodarczy w odległości nie większej niż 5 m od wejścia do lokalu;
- 5) zakaz umieszczania siatek reklamowych na elewacjach;
- 6) forma przestrzenna słupa ogłoszeniowego, skomponowana z trzech wyodrębnionych części: cokołu, części ekspozycyjnej i zwieńczenia zakończonych detałem architektonicznym;
- 7) wszystkie widoczne elementy słupa ogłoszeniowego muszą być wykonane ze szlachetnych materiałów (takich jak kamień, ceramika, metal, szkło), przy czym wyklucza się wykorzystanie tworzyw sztucznych;
- 8) lokalizacja słupów ogłoszeniowych nie może przesłaniać zabytków ani zakłócać osi widokowych oraz utrudniać ruchu pieszych;
- 9) dopuszcza się wyklejanie witryn i okien sklepowych do 20% ich powierzchni;
- 10) dopuszcza się umieszczanie reklam w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku, o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 25% powierzchni siatki ochronnej, przy czym pozostała jej część powinna odwzorowywać faktyczny lub docelowy wygląd zasłanianej elewacji w skali 1:1;
- 11) okres ekspozycji przekazu reklamowego o którym mowa w pkt 10 nie może trwać dłużej niż 6 miesięcy w okresie 5 lat.

§ 12. 1. Wyznacza się strefę reklamową „2”, której granice określa Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 do uchwały.

2. W granicach strefy, o której mowa w ust. 1. ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż:
  - a) słupy ogłoszeniowe
  - b) tablice reklamowe w formacie S i M,
  - c) pylony i totemy reklamowe typu S i M,
  - d) tablice i urządzenia reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umiejscowione na dachu budynku,
  - e) tablice reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego, umieszczanych na elewacji budynku,
  - f) nośniki flagowe,
  - g) siatki reklamowe,
  - h) potykacze i stojaki reklamowe,
  - i) reklama wyborcza,
  - j) elementy Miejskiego Systemu Informacyjnego;
- 2) dopuszcza się sytuowanie innych niż wymienione w pkt 1. formatów urządzeń i tablic reklamowych stanowiących wolnostojącą reklamę okolicznościową;
- 3) tablice i urządzenia reklamowe w formacie większym niż S mogą być sytuowane wyłącznie:
  - a) w pasach drogowych dróg publicznych: powiatowych, wojewódzkich i krajowych oraz w odległości nie większej, niż:

- 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg powiatowych,
  - 40 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg wojewódzkich,
  - 60 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg krajowych,
- przy czym w przepisowej odległości winien znaleźć się cały rzut tablicy bądź urządzenia reklamowego,
- b) na terenach przeznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego pod:
- obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m.kw.,
  - tereny obiektów produkcyjnych, składów i magazynów;
- 4) dla tablic reklamowych umieszczanych w pasach drogowych dróg publicznych, z wyłączeniem tablic Miejskiego Systemu Informacyjnego, systemu informacji pasażerskiej, nośników flagowych oraz potykaczy i stojaków reklamowych, ustala się wymóg ich sytuowania prostopadle do osi jezdni drogi;
- 5) dopuszcza się umieszczenie jednego potykacza i stojaka reklamowego na każdy podmiot gospodarczy w odległości nie większej niż 5 m od wejścia do lokalu;
- 6) dopuszcza się wyklejanie witryn i okien sklepowych do 40% ich powierzchni;
- 7) dopuszcza się umieszczanie reklam w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku, o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 40% powierzchni siatki ochronnej;
- 8) okres ekspozycji reklamy, o której mowa w pkt 8. nie może trwać dłużej niż 1 rok w okresie 5 lat.

§ 13. 1. Wyznacza się strefę reklamową „3”, której granice określa Załącznik nr 1 oraz Załącznik nr 2 do uchwały.

2. W granicach strefy, o której mowa w ust. 1. ustala się następujące szczegółowe zasady i warunki sytuowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych nie będących szyldami:

- 1) zakaz umieszczania tablic i urządzeń reklamowych innych niż:
- a) słupy ogłoszeniowe o wysokości do 4 m,
  - b) tablice reklamowe w formacie S, M, L, XL,
  - c) pylony i totemy reklamowe typu S, M, L, XL,
  - d) tablice i urządzenia reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła, umiejscowione na dachu budynku,
  - e) tablice reklamowe w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego, umieszczanych na elewacji budynku,
  - f) nośniki flagowe,
  - g) siatki reklamowe,
  - h) potykacze i stojaki reklamowe,
  - i) reklama wyborcza,
  - j) elementy Miejskiego Systemu Informacyjnego;
- 2) dopuszcza się sytuowanie innych niż wymienione w pkt 1. formatów urządzeń i tablic reklamowych stanowiących wolnostojącą reklamę okolicznościową;
- 3) tablice i urządzenia reklamowe w formacie większym niż S mogą być sytuowane wyłącznie:
- a) w pasach drogowych dróg publicznych : powiatowych, wojewódzkich i krajowych oraz w odległości nie większej, niż:
    - 20 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg powiatowych,

- 40 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg wojewódzkich,
- 60 m od zewnętrznej krawędzi jezdni dróg krajowych,
- przy czym w przepisowej odległości winien znaleźć się cały rzut tablicy bądź urządzenia reklamowego,
- b) na terenach przeznaczonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego pod:
  - obiekty handlowe o powierzchni sprzedaży powyżej 2000 m.kw.,
  - tereny obiektów produkcyjnych, składów i magazynów;
- 4) dla tablic reklamowych umieszczanych w pasach drogowych dróg publicznych, z wyłączeniem tablic Miejskiego Systemu Informacyjnego, systemu informacji pasażerskiej, nośników flagowych oraz potykaczy i stojaków reklamowych, ustala się wymóg ich sytuowania prostopadle do osi jezdni drogi;
- 5) dopuszcza się umieszczenie jednego potykacza i stojaka reklamowego na każdy podmiot gospodarczy w odległości nie większej niż 10 m od wejścia do lokalu;
- 6) dopuszcza się wyklejanie witryn i okien sklepowych do 50% ich powierzchni;
- 7) dopuszcza się umieszczanie reklam w formie siatki ochronnej na rusztowaniu na czas remontu budynku, o powierzchni ekspozycji reklamy nieprzekraczającej 50% powierzchni siatki ochronnej;
- 8) okres ekspozycji reklamy, o której mowa w pkt 8. nie może trwać dłużej niż 1 rok w okresie 5 lat.

#### Rozdział 4.

#### Przepisy przejściowe i końcowe

§ 14. 1. Określa się następujące terminy dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale:

- 1) dla strefy reklamowej „W” – 2 lata;
- 2) dla strefy reklamowej „1” – 1 rok;
- 3) dla strefy reklamowej „2” – 2 lata;
- 4) dla strefy reklamowej „3” – 3 lata.

2. Określa się następujące warunki dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejących w dniu wejścia w życie uchwały do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale:

- 1) dostosowanie ma nastąpić najpóźniej pierwszego dnia roboczego następującego po upływie terminu określonego w ust. 1;
- 2) w przypadku konieczności usunięcia tablicy reklamowej lub urządzenia reklamowego, po zakończeniu prac demontażowych, należy niezwłocznie doprowadzić teren lub obiekt do stanu poprzedniego, zapewniając jego należyty stan estetyczny i techniczny;
- 3) dotyczy dostosowania tablic reklamowych i urządzeń reklamowych istniejące w dniu wejścia w życie uchwały nie podlegają obowiązkowi, o którym mowa w ust. 1 w zakresie określonych w uchwale wzajemnych minimalnych odległości pomiędzy tablicami i urządzeniami reklamowymi.

3. Dostosowania do zakazów, zasad i warunków określonych w uchwale nie wymagają:

- 1) tablice i urządzenia reklamowe istniejące w dniu wejścia w życie uchwały, zrealizowane na podstawie pozwolenia na budowę lub zgłoszenia;
- 2) historyczne tablice i urządzenia reklamowe na dachach budynków w postaci liter przestrzennych, logotypu bądź znaku firmowego bez tła;
- 3) historyczne reklamy umieszczone na elewacjach budynków;
- 4) obiekty małej architektury istniejące w dniu wejścia w życie uchwały;
- 5) ogrodzenia istniejące w dniu wejścia w życie uchwały.

§ 15. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Torunia.

§ 16. 1. Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia jej ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

2. Uchwała, o której mowa w ust. 1, podlega publikacji na stronie internetowej Gminy Miasta Toruń.

Przewodniczący  
Rady Miasta Torunia